

CAPÍTULO 7

El turismo como proceso de desplazamiento y segregación de la sociedad local en Cartagena de Indias, Colombia

Florencia Viviana Moscoso

Colombia se ubica en la zona noroccidental de América del Sur, su extensión territorial es de 1.141.748 km². Limita al Sur con Ecuador y Perú, al Este con Venezuela y Brasil, en la parte Noroccidental con Panamá. Asimismo, tiene influencia de dos océanos de importancia. Al Norte con el Atlántico, franja costera del Mar Caribe y al Oeste con el Pacífico. Su territorio se encuentra atravesado por la línea del Ecuador, siendo la mayor superficie del territorio localizada en el hemisferio norte.

Nombre Oficial del País	República de Colombia
Capital	Bogotá
Población Colombia	48.258.494 (censo 2018)
Superficie Colombia	1.141.748 km ²
Lengua	Español (oficial)
Principales ciudades	Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cartagena de Indias, Pereira, Cali.
Región turística según OMT	América del Sur
Llegada de Turistas Internacionales	3.898.000 llegadas (OMT, 2019)
Ingresos por Turismo Internacional	USD 5.556 millones (OMT, 2019)

177.985 habitantes se reconocieron como “negro, mulato, afrodescendiente, afrocolombiano”, mientras que 1.436 se autoreconocieron como “Palenqueros”, 1.300 personas como “Indígena” y 480 como “Raizal”.

Su herencia marcada por ser el segundo mayor puerto de tráfico de esclavos de América Latina, le valió su característica demográfica actual. Si comparamos a Cartagena con otras ciudades de importancia de Colombia, como Cali, Barranquilla, Medellín, Bucaramanga y Bogotá, la ciudad registra el mayor porcentaje de población que se reconoce como afrodescendiente (negros, mulatos, palenqueros y raizales) (Aguilera Díaz y Meisel Roca, 2009). Siendo San Basilio de Palenque el primer pueblo libre de América Latina bajo el liderazgo de Benkos Biohó, y que en la actualidad constituye el principal asentamiento de la población palenquera donde aún perduran sus tradiciones, costumbres y lenguaje propio.

De esta manera, la trayectoria histórica de Cartagena de Indias como puerto estratégico y de importancia colonial durante la conquista, su población originaria vinculada a los Kalamaries y la llegada de esclavos desde latitudes africanas dio como resultado el desarrollo de una población multicultural con un importante patrimonio cultural material como inmaterial que se refleja en muchos de los atractivos de la ciudad (Santamaria Alvarado, 2020)

Caracterización ambiental de Cartagena de Indias

El paisaje que predomina en Cartagena de Indias es el ecosistema marino costero ya que su territorio se extiende sobre una amplia franja costera. El mismo se conforma por el Mar Caribe, la Bahía de Cartagena, el Canal del Dique (afluente del Río Magdalena), la Ciénaga de la Virgen, el Parque Nacional Naturales Corales del Rosario y San Bernardo, islas de Barú y Tierrabomba y la bahía de Barbacoas. Por su situación geográfica, la ciudad se encuentra bajo la influencia un clima tropical semiárido, con una temperatura promedio de 29°C, distinguiendo dos épocas climáticas diferenciadas: 1) por un lado la época seca entre los meses de diciembre a abril, con una preeminencia de vientos del sector norte y noreste, así como la presencia de escasas precipitaciones; 2) época húmeda con abundantes precipitaciones durante los meses de agosto a noviembre y vientos débiles.

La humedad predomina en esta región, siendo de un promedio del 82%. Las mayores amplitudes térmicas tienen lugar durante la época seca, siendo la época húmeda donde se registra la menor amplitud térmica. Entre los meses de mayo a junio se presenta un periodo climático de transición que se conoce como el veranillo de San Juan, el inicio de este periodo coincide con el comienzo de la temporada de huracanes que tiene lugar en el Océano Atlántico, Mar Caribe y Golfo de México y que afecta al régimen de precipitaciones del Caribe Colombiano (PNUMA, 2009).

Breve introducción al desarrollo turístico

En lo que respecta a la llegada de turistas internacionales, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), Colombia representa el 1,9% de las llegadas de turistas internacionales a Sudamérica en el año 2019. Con una llegada de 4,15 millones de turistas internacionales para el mismo año, un 3,4% de variación interanual con relación al año 2018.

Por otro lado, según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la llegada de visitantes no residentes al país en el año 2019 fue de 4,5 millones. Siendo de este total 3,2 millones de visitantes no residentes y 941 mil visitantes de nacionalidad colombiana residiendo fuera del país. El principal destino emisor de turistas a Colombia lo constituye el mercado estadounidense, seguido por visitantes de Perú y Francia.

Otro de los medios más importante de acceso a Colombia es el Crucero. Se reporta para el año 2019 una llegada de 361.531 cruceristas, muchos de los cuales desembarcan en el puerto de Cartagena de Indias.

Las ciudades de destino en Colombia que recibieron durante el 2019 mayor cantidad de turistas extranjeros no residentes fueron Bogotá, seguida de Cartagena de Indias, Medellín y Cali.

Poniendo el foco en la llegada de turistas a Cartagena de Indias, durante el año 2019, recibió 3.288.786 llegadas de turistas. Siendo la principal entrada a la ciudad a través de vuelos nacionales, por el cual ingresaron 2.370.366 de pasajeros; seguida por los pasajeros que ingresaron a partir de vuelos internacionales siendo de 482.342. La llegada de pasajeros a través de vuelos nacionales aumentó un 5,6% en el año 2019, respecto del año anterior, mientras que las llegadas por vuelos internacionales aumentaron un 5,8%. Finalmente, se contempla dentro del número de llegadas de turistas a Cartagena, la cantidad de pasajeros en tránsito y embarcados en el puerto, siendo de 436.078 para el año 2019. Los cruceros es uno de los sectores que mayor impacto positivo genera en la economía de la ciudad. Con un total de 220 recaladas en el año 2019, el gasto efectuado por los pasajeros de cruceros fue de 66 millones de dólares, siendo el gasto promedio de 122,43 dólares el cual se distribuye entre artesanías, souvenirs y otros comercios.

Según datos de la Corporación Turismo de Cartagena de Indias en base a los datos de SITUR Bolívar, el sector turístico en Cartagena está representado por más de 3.100 empresas formales y más de 28.000 empleos directos, que se distribuyen de la siguiente manera:

- Alojamiento y hospedaje: 2.285 establecimientos formales y 27.148 empleos directos.
- Transporte y alquiler de vehículos: 59 establecimientos formales y 918 empleos directos.
- Agencias de viaje: 393 establecimientos formales y 1.154 empleos directos.
- Guías de turismo: más de 320 empleos directos.
- Operadores de congresos: 35 establecimientos formales y 577 empleos directos.
- Gastronomía: 174 establecimientos formales y 2.712 empleos directos.

De esta manera, se puede observar un importante aumento de la actividad turística en la ciudad de Cartagena y en Colombia en general.

Modalidades de Turismo en Cartagena de Indias

La zona del Caribe Colombiano, especialmente Cartagena de Indias, se encuentra asociada a la modalidad de Turismo de Sol y Playa, su posición estratégica en el Mar Caribe, así como su clima cálido permiten la práctica de este turismo a lo largo de sus costas. Asimismo, asociado al disfrute del paisaje de las playas caribeñas y paradisíacas, encontramos la llegada de cruceros que recorren el Mar Caribe, siendo el puerto de Cartagena de Indias una de las paradas obligadas en esta ruta. Estas han sido las modalidades imperantes durante los primeros años del desarrollo turístico de la ciudad y que hoy en día continúan siendo practicadas. Sin embargo, en la actualidad, Cartagena se encuentra posicionada bajo la imagen de Centro Histórico Colonial. La conservación de sus construcciones que datan de la época colonial le ha conferido una importancia como destino de Turismo Cultural. De igual manera, es de importancia destacar no solo el componente cultural material (edificaciones) sino también su componente cultural inmaterial, asociado a las tradiciones, costumbres, comidas típicas y vida cotidiana de los raizales y afrodescendientes que habitaron y habitan esta ciudad. Otro reconocimiento al patrimonio inmaterial son las obras literarias de Gabriel García Márquez, reconocido periodista y escritor colombiano, dos de las cuales fueron inspiradas y tienen lugar en esta ciudad (“El Amor en los Tiempos del Cólera” y “Del Amor y Otros Demonios”). Esta relación con el escritor, ha sido una de las marcas y posicionamientos de Cartagena y Colombia en el mundo bajo el lema: “Colombia es realismo mágico”.

Otra modalidad de turismo dentro de la ciudad es el Turismo de Eventos y Convenciones. Vinculado a la realización de Festivales Internacionales, como el Festival Internacional de Cine y Televisión, como sede de congresos a nivel nacional e internacional, muchos de los cuales tienen lugar en el Centro de Convenciones de Cartagena. Finalmente, otra tipología de turismo en auge en los últimos años es el Turismo de Bodas y de Luna de Miel, con el arribo de miles de parejas que llegan a la ciudad para conmemorar y celebrar dicho evento.

Breve introducción al marco teórico del caso

Hacia una construcción social del territorio turístico

Las primeras acepciones en relación con el concepto de territorio lo entienden como aquel espacio físico o material, asociado a la localización, extensión, distribución y superficie terrestre. Sin embargo, esta perspectiva es un tanto reduccionista en su comprensión, ya que deja a un lado la acción social y su materialización en el territorio.

Silveira (2007) toma como referencia la definición de espacio geográfico provista por Milton Santos (1993), definiéndolo como la conjunción de sistema de objetos y sistemas de acciones, enfatizando en el uso de espacio a partir de técnicas y acciones políticas. En el sentido que

plantea Mançano Fernandes (2008), los sistemas de objetos y sistemas de acciones pueden ser concebidos bajo la forma de un territorio material y un territorio inmaterial. El primero hace referencia al espacio físico y tiene una correspondencia con el medio natural, la infraestructura, los artefactos, las maquinarias y la tecnología; por otro lado, el territorio inmaterial se vincula a las ideas, intereses e interpretaciones que organizan y orientan la acción en el territorio material. Bajo esta perspectiva, el concepto de territorio denota un fuerte componente social a través de la apropiación y sentido que le otorga una sociedad. Representa así un espacio físico concreto construido a partir de la apropiación e intencionalidad de distintos grupos de actores en un período temporal determinado.

El territorio constituye el espejo de una sociedad, un portador de identidad, el cual es definido y resignificado de manera continua en el tiempo por las prácticas sociales y la influencia de distintas dimensiones sean estas políticas, socio-económicas, históricas, espaciales y culturales.

Ahora bien, la intervención de la sociedad en el territorio se da a partir de una acción intencionada, con sentidos tanto materiales como inmateriales (Cammarata, 2006; Mançano Fernandes, 2008). Pero hay que preguntarse ¿existe una sola acción social en el territorio?. La sociedad está compuesta por grupos de actores más o menos heterogéneos que de acuerdo con sus fines presentan intencionalidades y lecturas de realidades, en muchos casos, no coincidentes. La falta de congruencia en los sentidos, percepciones e intencionalidades de los actores da lugar a la disputa por distintos modelos de desarrollo o territorialidades; estas últimas entendidas como los diferentes usos que se le da al territorio (Mançano Fernandes, 2008).

Ahora bien, en cuanto al fenómeno turístico, este se emplaza dentro de un espacio con connotaciones culturales, materiales y simbólicas, previamente definidas por una comunidad residente. Por medio de la asignación de un valor de cambio y de uso a las expresiones culturales de un territorio, el fenómeno turístico se constituye como un condicionante de la reproducción de la sociedad.

Asumir una resignificación de las expresiones culturales implica pensar una dialéctica entre un territorio presente y un territorio pasado y entre un territorio real y un territorio imaginario. Dentro de esta dialéctica la revalorización no siempre es resultado de una puesta en valor colectivo y por parte de la comunidad residente, sino que se encuentra vinculada a procesos y decisiones sociales, económicas y políticas de un pequeño grupo de actores, en muchos casos, externos a la comunidad (Cammarata, 2006). Esto puede conllevar un desarrollo dicotómico entre la imagen que la comunidad anfitriona tiene de sí misma y la imagen que el turista tiene de dicha comunidad. De ahí la materialización de espacios turistificados, es decir espacios con fuerte connotaciones asociadas al consumo turístico, que en muchos casos se encuentran desprovistos de su andamiaje principal: aquel espacio simbólico e inmaterial provisto por la sociedad residente.

Teniendo en cuenta el componente económico que suscita el turismo, se puede entender a la acumulación de capital como el eje central de la reproducción turística del territorio. Por medio

de este proceso social atravesado por las relaciones de poder el turismo configura nuevas territorialidades, compitiendo por la apropiación, valorización y uso del territorio material e inmaterial de una sociedad.

La globalización como estructurante del territorio

Volviendo a lo desarrollado en el apartado anterior, el territorio es producto de la acción social, material y simbólica, de sujetos individuales y colectivos, que apropian y dan sentido al territorio. Si bien estos aspectos son de suma importancia, no son suficientes para poder comprender y analizar la complejidad del territorio en el marco de un mundo dinámico, móvil y en continua transformación.

La sociedad actual se encuentra influenciada por dimensiones sociales, económicas, políticas y culturales que sobrepasan el límite de lo meramente local. Se habla de procesos que tienen lugar en una escala mayor, como la denominada globalización. Este sistema-mundo se caracteriza por un modelo de integración sociocultural global, vinculado a hábitos de consumo, difusión de cadenas transnacionales, ocio, entre otros aspectos.

Para algunos autores, la globalización favoreció el intercambio y las relaciones a nivel mundial, a partir de la compresión del espacio por el tiempo; sin embargo otros enfoques se contraponen a esta visión, abordando este fenómeno como “un proceso incompleto -no todos los lugares se globaliza- y perverso, en la medida que refuerza la centralización, la concentración, la fragmentación y la desigualdad” (Ciccolella, 2006, p. 12). Por su parte Hiernaux y Lindón (2004) sostienen que la globalización conlleva un doble proceso, por un lado la falta de anclaje de la sociedad en el territorio a partir de la valorización de la movilidad; por el otro, se asiste a una revalorización del espacio físico, social e identitario. Las transformaciones que trae aparejada la globalización responden a intereses de poderosos grupos de actores y a empresas internacionales. En tal sentido, el turismo es concebido como un instrumento más de la expansión de las empresas transnacionales en el territorio. Al respecto Shepherd (2002) menciona que “un aumento del turismo internacional en un lugar determinado puede traer aparejado una mayor presencia empresas multinacionales o transnacionales, la monetización de las tradiciones u otras actividades sociales y un cambio en las relaciones sociales, entre otras consecuencias” (p. 188).

En particular, el proceso de globalización constituye una variable de importancia al momento de definir la atraktividad. Así, algunos lugares se insertan en una escala global de valorización y resignificación turística a partir de la cual los elementos distintivos que lo caracterizan, sean materiales o simbólicos, son reapropiados por los turistas. Como resultado se fomenta la inversión en estos destinos patrimoniales mediante el establecimiento de instalaciones y equipamiento turístico necesario para el consumo y la práctica de turismo. A su vez, estos procesos de turistificación del territorio conlleva a impactos irreversibles que alteran las relaciones socio-culturales y territoriales generando asimetrías económicas y sociales, como la exclusión y desplazamiento de los sectores populares a zonas confinadas (Hiernaux y Lindón, 2004).

A finales de los años '80 y principios de los '90 el turismo es reconocido, por diferentes organismos internacionales, como una actividad estratégica para el desarrollo y crecimiento económico de los países industrializados como subdesarrollados. En estrecha vinculación con el modelo neoliberal de la época, el turismo se impulsa en los países de América Latina por medio de la acción de dos agentes importantes: el Estado y la inversión privada (Mançano Fernandes, 2008).

El Estado adquiere un rol central en la reproducción del modelo turístico, en la medida que dota al destino de las condiciones necesarias, políticas y medidas, para la inserción de capitales extranjeros en el territorio. Así, grandes capitales transnacionales se han apropiado de vastas extensiones de territorio de dominio público, para el establecimiento de un modelo de producción que ignora las relaciones sociales de la población residente y, al mismo tiempo, fomenta las relaciones vinculadas al consumo turístico (Palafox Muñoz, 2013). De esta manera, el establecimiento de capitales internacionales en la geografía Latinoamericana ha provocado que el territorio sea abordado desde la lógica de mercado, concibiendo una reestructuración y transformación del paisaje a partir del valor de uso y de cambio. Para ello se ha abogado por decisiones de mercantilización del suelo urbano para la regeneración y modernización de distintos espacios sociales a partir de medidas de desplazamiento, exclusión y segregación; manifestaciones de gentrificación y turistificación.

El turismo no queda aislado de estos procesos, más bien se pueden identificar números ejemplos, en los cuales el turismo ha actuado como un proceso asociado a la gentrificación. Casos paradigmáticos los constituyen aquellos destinos latinoamericanos, donde grandes empresas transnacionales han asentado sus modelos de producción en detrimento del espacio físico, social, natural y simbólico de una sociedad previamente territorializada.

Descripción del caso: El proceso de gentrificación en Cartagena de Indias

A finales del siglo XX, América Latina se adentra en el desarrollo de un modelo neoliberal con base en la inserción y expansión del capital transnacional. Bajo este esquema el turismo fue considerado como motor para el desarrollo económico de los países de la región. En función del carácter estratégico, el Estado fomenta el impulso del turismo por medio del establecimiento de condiciones que facilitaron la apropiación territorial por parte de capitales extranjeros. En este sentido, el turismo constituyó un medio para la revalorización de determinadas expresiones patrimoniales entre ellas los centros históricos latinoamericanos. En consonancia con el modelo neoliberal, estos cascos fundacionales y coloniales fueron sometidos a profundas regeneraciones en materia urbanística a expensas del aumento de turistas internacionales y la captación de beneficios económicos. Así el turismo como eje de acumulación es entendido “como un proceso que modifica las formas de habitar la ciudad” (Hiernaux y Gonzáles, 2014, p. 58).

La acumulación y expansión de capital en los centros históricos latinoamericanos se sostuvo mediante políticas de segregación, focalizadas en el desplazamiento de gran parte de la sociedad residente, para el establecimiento de infraestructura y equipamiento asociado al consumo turístico. El objetivo principal de este proceso, identificado por muchos autores como gentrificación, descansa en la consigna de “limpiar” la ciudad para el turismo.

Para dar cuenta de la gentrificación como modelo de acumulación por desposesión, se analiza el contexto de conformación del centro histórico de Cartagena de Indias, Colombia, como destino turístico. Dicho caso resulta relevante para entender el proceso de gentrificación y turistificación del territorio en la medida que el desarrollo turístico de este centro histórico es conducido a partir de fuertes políticas de segregación espacial y social.

La ciudad de Cartagena de Indias fue fundada en el año 1513 como centro administrativo, político y militar de la Corona Española en el Caribe. La ciudad colonial fue construida teniendo en cuenta el modelo de ciudad planificada según las Leyes de Indias en 1573 y constituye el lugar de residencia de la clase aristocrática de la época (ver Imagen 2). Más adelante, de manera aledaña al centro colonial, surge entre los años 1564 y 1600 el barrio de Getsemaní, arrabal y residencia habitual de artesanos, servidores y militares (Pérez Álvarez, 2013; Castañeda, 2017)

Stolker (2017) identifica tres etapas que caracterizan el proceso histórico de Cartagena de Indias:

- Primer período, desde el siglo XVI al siglo XIX, caracterizado por la época colonial.
- Segundo período, buena parte del siglo XIX, caracterizado por el proceso de transición independentista.
- Tercer período, siglo XX, definido por el avance de la modernidad, el crecimiento de la población y su posicionamiento como distrito turístico.

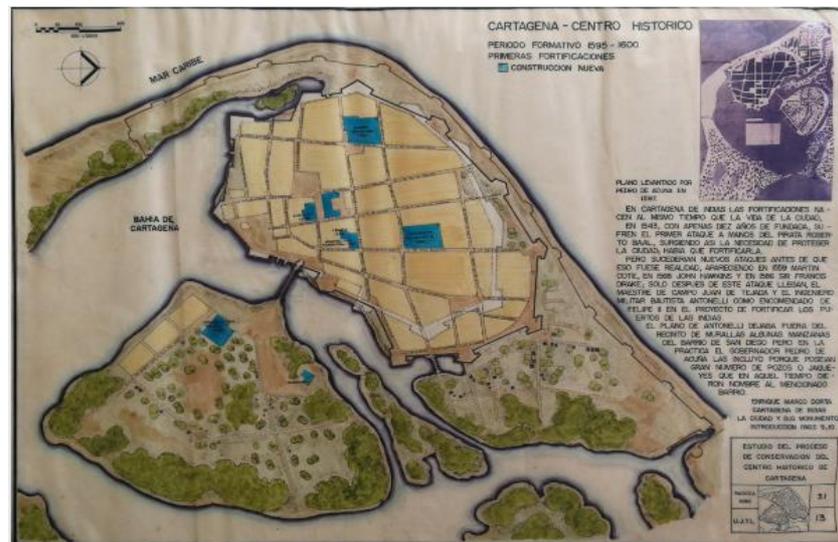


Imagen 2: Mapa Centro Histórico Cartagena de Indias, año 1595-1600

Fuente: Abad Pájaro Mendoza et al (1986, p.12)

La posición de Cartagena de Indias como puerto estratégico, así como su defensa militar, le confirió una gran vocación como destino turístico nacional e internacional, hecho que empezó a gestarse a partir de las primeras dos décadas del siglo XX. (Ávila, 2008)

La creciente afluencia de turistas nacionales y la posterior llegada de cruceros norteamericanos y europeos, marcó la introducción del turismo a la agenda política y el nombramiento de Cartagena, en el año 1943, como Distrito Turístico y Cultural de Colombia. Paralelamente, se llevaron adelante importantes obras de infraestructura cuyo propósito consistía en la modernización y civilización de la ciudad. Entre los proyectos de remodelación y construcción se destaca la destrucción de murallas y baluartes para la expansión de la ciudad; así como inserción de actividades industriales y portuarias a partir de grandes inversiones (Stolker, 2017).

La continua llegada de turistas “incrementó la preocupación por la imagen de la ciudad (...) el potencial visitante o turista, motivó, en buena parte, las primeras acciones encaminadas a adecuar el territorio” (Ávila, 2008, p. 62). Los proyectos vinculados a la readaptación urbana respondieron a satisfacer las necesidades de los turistas por medio de la promoción de un turismo asociado a estándares de calidad internacional. En este sentido, se encauzaron dos tipos de acciones: por un lado, las medidas tendientes a la protección del patrimonio colonial; por el otro las acciones aplicadas al desarrollo de la infraestructura turística (Acosta, 2016).

Al tiempo que el turismo favorecía a las elites locales y nacionales como a las empresas transnacionales, la implementación de estos proyectos e iniciativas desencadenó una serie de procesos que impactaron en la reorganización geográfica, así como en la disposición y estructuración de la sociedad residente. Consecuentemente se procedió al desplazamiento, segregación y exclusión de los sectores populares que llevaron al desarrollo y la profundización de procesos de gentrificación. El creciente destierro de los residentes tuvo como causa principal la renovación de edificaciones coloniales y el establecimiento de equipamiento turístico de la mano de inversores nacionales e internacionales. Esto conllevó al paulatino incremento del valor del suelo y los servicios públicos; que al no poder ser sostenidos por la sociedad local provocó su expulsión (Castañeda, 2017).

Finalmente, la consolidación turística y la valorización del patrimonio cultural de la ciudad amurallada le confiere, en el año 1984, el nombramiento por UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural Mundial. A partir de esta declaración y de la apertura económica de Cartagena en los años '90, el arribo de turistas empieza a crecer significativamente acentuando las inversiones extranjeras y por lo tanto los procesos de gentrificación (Castañeda, 2017; Stolker, 2017).

Como producto del consumo turístico, Cartagena de Indias se subsumió en la especulación comercial de tierras e inmuebles, ocasionando la pérdida de la función residencial y de las “relaciones sociales y culturales de vecindad (...) intercambio cotidiano, la vida en las esquinas, en las calles” (Pérez Álvarez, 2013, p. 263).

Así, los fuertes procesos de marginación y segregación constituyen el resultado de la implantación de importantes fuerzas de mercado vinculadas a la regeneración turística del espacio urbano.

Con el propósito de hacer explícita la situación en la que se encontraban los vecinos del centro histórico frente al avance del turismo, se identifica e inserta en el debate académico el concepto

de gentrificación. Deavila (2015) define a la gentrificación como “el desplazamiento de residentes populares por la sobrevalorización del suelo, la manipulación arbitraria o unilateral de la memoria histórica (...) convertida en una mercancía más que en el fundamento de la identidad social y cultural” (p. 126)

La primacía de un territorio turístico como soporte de empresas y actividades globales, desembocó en una reconstrucción desequilibrada del territorio y en una fragmentación, así como estigmatización de la sociedad cartagenera. Muchos de los investigadores que abordaron el problema de gentrificación en Cartagena de India, destacan que la mercantilización de lugares, espacios físicos y simbólicos, significó una amenaza a la economía y población local. Así lo muestra la erradicación de poblaciones adyacentes al centro histórico, el desplazamiento del barrio afrocolombiano de Chambacú y el traslado del Mercado Público de Getsemaní para el consiguiente establecimiento del primer Centro de Convenciones de Cartagena de Indias.

En términos de localización geográfica, los procesos de regeneración y desplazamiento tuvieron lugar en el centro histórico como en el contiguo arrabal de Getsemaní. Si bien, se puede observar una fuerte tendencia en la definición mercantil de los planos simbólicos y materiales del centro histórico, los habitantes de Getsemaní resisten gran parte de los embates del sector turístico (ver Imagen 3).



Imagen 3: Graffiti del Barrio de Getsemaní “No se vende”

Fuente: Fotografía de Moscoso, Florencia. Julio 2015.

A diferencia del centro histórico sometido a las arrasadoras medidas de renovación urbanística que privilegiaron la conservación y la valorización de la arquitectura; los getsemanicenses buscan proteger la vida social y cotidiana del barrio colonial, así como su patrimonio inmaterial.

Hasta el día de hoy Cartagena continúa funcionando como una ciudad polarizada, dependiente de la inversión nacional e internacional y la especulación; lo cual sigue dificultando la posibilidad de convergencia de los intereses del capitalismo junto a los patrones socioculturales de quienes residen en estos barrios históricos.

Reflexiones finales

Este caso tuvo como objetivo desarrollar la problemática de gentrificación dentro del Centro Histórico de Cartagena de Indias.

El turismo como fenómeno socio-cultural e inductor de actividades económicas se inscribe en un territorio construido socialmente. Los atractivos que instituyen la práctica turística forman parte del acervo patrimonial de la sociedad residente en el destino. Estas expresiones culturales pasan a ser valorizadas por el turismo otorgándoles un valor de cambio y de uso. De esta manera, el turismo atiende, en su mayor parte, a un interés comercial que tiene lugar a partir de la mercantilización de un territorio construido bajo los valores y necesidades de una sociedad local. Uno de los procesos turísticos asociados a esta mercantilización y especulación territorial es la gentrificación. Los efectos indeseados de este fenómeno de segregación se pueden observar en la valorización turística de algunos de los más importantes centros históricos latinoamericanos entre los que se destaca la ciudad amurallada de Cartagena de Indias.

El proceso de gentrificación al que fue sometido el centro histórico de Cartagena, dio como resultado el desplazamiento de los residentes y el desarrollo de un tejido social disfuncional. A raíz del establecimiento de capitales tanto extranjeros como nacionales y teniendo como corolario la declaración de Patrimonio Mundial por UNESCO, la ciudad fue readaptada a las necesidades del mercado dejando a un lado los intereses de la población. Desprovisto de la vida cotidiana que lo caracterizaba, el centro histórico se transformó en una maquetación de la arquitectura colonial, quedando reducido a meras fachadas. No obstante, los habitantes del barrio de Getsemaní, bajo el lema “Getsemaní no se vende” continúan llevando adelante acciones de empoderamiento de la comunidad y resistencia ante la instalación de empresas turísticas transnacionales.

Es importante destacar, que el crecimiento de la ciudad debe ir de la mano de un desarrollo turístico integral que involucre las necesidades y objetivos de la sociedad local. A partir de la articulación del binomio global-local, se evita la mutua destrucción de lo local por lo global y viceversa. De igual manera la relación entre territorio, como sustento de la vida de una comunidad, y el turismo, como fuente de beneficios económicos, requiere la consideración de múltiples variables, así como de procesos y actores menores.

Referencias

- Acosta, I. J. (2016). Piezas para entender a Cartagena. *Economía & Región*, 10(1), 302-308.
- Aguilera Díaz y Meisel Roca (2009) ¿La Isla que se repite? Cartagena en el censo de población de 2005. En: <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-109.pdf>
- Ávila, F. (2008). La representación de Cartagena de Indias en el discurso turístico. *Proyecto AFRODESC, México*.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*: 351-366. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemons/20cammar.pdf>
- Castañeda Salazar, L. (2017). Getsemaní: Turismo, desplazamiento y otras facetas de la gentrificación. Repositorio institucional Universidad Santo Tomás, Colombia.
- Ciccoiella, P. (2006). Economía y espacio: ejes de discusión para un desarrollo territorial más allá de la globalización. *Párrafos Geográficos*, 5(1): 1-26.
- Corporación Turismo Cartagena de Indias (2020). Plan de desarrollo Cartagena 2020/2023. Anexos.
- Deavila Pertuz, O. (2015). Los desterrados el paraíso: turismo, desarrollo y patrimonialización en Cartagena a mediados del siglo XX. En A. Abello Vives, & FJ Flórez Bolívar, *Los desterrados del paraíso. Raza, pobreza y cultura en Cartagena de Indias*: 123-146.
- Hiernaux, D., Lindón, A. (2004). Desterritorialización y reterritorialización metropolitana: la ciudad de México. *Documents d'analisi geografica*, (44): 71-88.
- Hiernaux, D., González, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58): 55-70.
- Mançano Fernandes, B. (2008). Sobre la tipología de los territorios. Disponible en: <http://ebookbrowse.com/bernardo-tipologia-de-territorios-espanolpdf-d149176315>
- Manzanal, M., Arzeno, M., & Nussbaumer, B. (2007). *Territorios en construcción: Actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*. Buenos Aires: Ciccus.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020). Informe de Turismo Colombia. Recuperado en: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>
- OMT, Organización Mundial del Turismo (2019). *Panorama del Turismo Internacional - Edición 2019*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Palafox Muñoz, A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Nómadas*: 161-174.
- Pérez Álvarez, A. (2013). Ese barrio vale plata...¡¡ pero no está a la venta!! Imaginarios urbanos en el barrio Getsemaní en Cartagena de Indias. *Tabula Rasa*, (18): 257-274.
- PNUMA, (2009). GEO Cartagena. Recuperado en [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9212/-Perspectivas del Medio Ambiente Urbano - GEO Cartagena-2009GEO Cartagena 2009.pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9212/-Perspectivas_del_Medio_Ambiente_Urbano_-_GEO_Cartagena-2009GEO_Cartagena_2009.pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Santamaría Alvarado, A. P. (2020). *¿Apartheid en la amurallada? Segregación racial-espacial por turistización en Cartagena de Indias, Colombia* (Master's thesis).

- Santos, M. (1993). Los espacios de la globalización. *Anales de geografía de la Universidad Complutense* 13: 69-77.
- Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist studies*, 2(2): 183-201.
- Silveira, M. L. (2007). Los territorios corporativos de la globalización. *Geograficando*, 3(3):
- Stolker, R. (2017). La transformación de la ciudad y el desarrollo del turismo. El desarrollo urbano y turístico de Cartagena de Indias. Tesis de Maestría

Referencias online

Departamento Administrativo Nacional de Estadística Colombiana (DANE): <https://www.dane.gov.co/>

Página oficial de turismo en Colombia: <https://colombia.travel/es>

Página oficial de turismo en Cartagena de Indias: <http://www.cartagenadeindias.travel/>