

Destellos en el río

Economías populares del turismo en el caribe colombiano

Informe de investigación

Álvaro Andrés Santoyo

Beca de investigación Formas de trabajo, economías populares y circuitos económicos
Convocatoria de Estímulos ICANH 2024

Noviembre de 2024

Tabla de contenido

1.	Economía popular y turismo: introducción	3
2.	Mompox: los guías turísticos como creadores del lugar	5
	<i>Los recorridos guiados: focalizar la mirada, sentir el lugar</i>	6
	<i>El viaje a la ciénaga</i>	6
	<i>Aguas arriba en el planchón</i>	8
3.	Lorica: realidad y potencialidad del turismo.....	10
	<i>Conversaciones sobre el turismo en Lorica</i>	11
	<i>Entre amigos: un recorrido rio abajo</i>	13
	<i>De vuelta al pueblo</i>	16
4.	Reflexiones finales	18
	Bibliografía	20

1. Economía popular y turismo: introducción

El concepto de economía popular está en boga en Colombia desde hace dos años y con esto varias de comprenderlo. Inicialmente, un elemento transversal es las discusiones sobre la economía popular es entenderla a partir de la oposición con la economía formal. Este tipo de operación o razonamiento lleva a asociarla principalmente con la informalidad, que en el pensamiento económico común ha sido el par opuesto de la economía formal. En este sentido, se encuentran discusiones asociadas con la pregunta sobre la formalización de los agentes de la economía popular/informal y los mecanismos para ello (p. ej. Registro, bancarización, acceso a crédito formal y pago de impuestos entre otros).¹

No obstante, la economía popular no se refiere únicamente al reconocimiento para la formalización, también se busca reconocer prácticas económicas relacionadas con procesos asociativos y comunitarios, que no están directamente relacionadas con la economía de mercado actual. Un ejemplo de esto lo da el director del Departamento de Prosperidad Social (DPS), quien en una entrevista reciente propone como ejemplo de la economía popular la articulación de productores campesinos en diferentes partes del país través de la construcción de plazas de mercado cuya gestión estará en manos de asociaciones de productores. Esto, con el fin de asegurar de que la relación entre quienes producen y quienes venden sea lo más directa posible (Bolívar, 2024).

En este sentido, la introducción en la esfera pública del término, por parte del gobierno nacional, no busca restringirla al carácter informal, sino entenderla como un conjunto *de actividades que generan valor social y económico significativo*, lo cual demanda comprender su *funcionamiento y lógica de acción con el fin de contribuir a su crecimiento y productividad* (DNP, 2023, pág. 135).²

Ahora bien, en el contexto del turismo la discusión sobre economía popular todavía es abordada desde la perspectiva de la oposición informalidad/formalidad. Ejemplo de esto lo encontramos en el Plan sectorial de turismo 2022-2026, el cual señala que el nivel de informalidad en el sector es del 73%, al tiempo que hay dificultad para generar empleo formal y asegurar condiciones de trabajo dignas. En su mayoría, las empresas del sector son pequeñas y medianas y tienen una base más que todo familiar o comunitaria (Ministerio de Comercio, 2023, pág. 54). En este sentido, la dinámica de estas empresas cabe dentro de la economía popular, ya que tienen bajos niveles de formalización y los ingresos que reciben se suelen destinar a la reproducción de la familia o la comunidad. Así mismo, varias de las transacciones mercantiles

¹ Ejemplos de las discusiones que se han venido dando en el país en torno a la economía popular se encuentran en el Foro Economía popular en la era digital (EAN & El Espectador, 2023) y el diagnóstico del sector (Confecámaras, 2024)

² En este Plan de desarrollo se propone que “la economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticos o comunitarios) desarrollados por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico. Los actores de la EP pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas, u organizados de manera asociativa”. (DNP, 2023, pág. 135)

que realizan con terceros se basan principalmente en acuerdos de palabra mediados por redes de parentesco, vecindad o conocimiento.

A estas empresas, que finalmente están constituidas e inscritas en instrumentos de registro de empresas nacionales, es importante sumar otros agentes, hombres y mujeres, jóvenes y adultos, que en el día a día proponen en el espacio público servicios de guianza, recorridos, comida, transporte o toma de fotografías, entre otros posibles, a los visitantes.

En este sentido, la economía popular del turismo comprende tanto las empresas familiares y comunitarias como los agentes que trabajan en el espacio público. Su análisis demanda entonces el estudio de las prácticas económicas de estos agentes; las biografías laborales que los han llevado hacer parte de este campo económico; las relaciones que existen entre ellos, sean estas de complementariedad, tensión o exclusión; las relaciones entre esos agentes y los actores institucionales; las formas en que ellos contribuyen a la creación de valor del lugar y que pueden incluir aspectos diferentes como el proponer nuevas miradas/rutas sobre el lugar, o bien incentivar procesos organizativos destinados a mejorar sus condiciones de trabajo.

El estudio de los agentes de la economía popular del turismo es pertinente en el contexto contemporáneo, dada las apuestas que se han venido adelantando a lo largo de este siglo para fortalecer la industria del turismo. Apuestas que suelen hacer énfasis en los procesos de producción de destinos/productos y mejora de la infraestructura necesaria para asegurar la experiencia de quienes viajan en condición de turistas, pero que dejan de lado el conjunto de agentes locales que prestan los servicios que hacen posible el turismo en el día a día. En el mejor de los casos, cuando son tenidos en cuenta, ellos son objeto de prácticas que buscan su formalización y cualificación

Teniendo en cuenta lo anterior, este informe presenta los primeros resultados de una investigación que tiene como objetivo principal analizar las economías populares vinculadas con la industria del turismo cultural y rural en Colombia, a partir de la descripción del rol que ocupan determinados agentes locales en la prestación de servicios de turismo, las relaciones de competencia y complementariedad que existen entre ellos, así como las prácticas de creación de valor realizadas por dichos agentes.

En este sentido, el informe se focaliza, por una parte, en las prácticas de creación de valor que realizan los guías turísticos en Mompox y, por otra parte, en las discusiones sobre el potencial del turismo para el desarrollo de Lorica, señalando el lugar que se otorga a agentes de la economía popular en ese desarrollo. Este énfasis está relacionado con la evolución del turismo en cada uno de estos lugares. Aunque de baja escala con unas temporadas altas cortas, el turismo se ha consolidado en Mompox, permitiendo la emergencia de diferentes agentes de la economía popular que obtienen su sustento del desarrollo de esta industria. Ejemplo de ellos son guías turísticos, que serán el centro del análisis de este caso. En Lorica, por su parte, el turismo tiene un nivel de desarrollo bajo. Existe, pero hoy en día es ante todo potencialidad, algo a lo que aún hay que darle forma; en consecuencia, no se puede afirmar que existan agentes de la economía popular que deriven su sustento del turismo. Sin embargo, en las conversaciones sobre cómo dar forma al turismo sí se habla sobre cuál sería el lugar de estos agentes en el desarrollo turístico de la ciudad, agentes que se piensan en relación con el

desarrollo prácticas de turismo que privilegien lo comunitario, lo ambiental y lo cultural, así como a los habitantes de Lorica. Antes de dar paso a los casos, cabe mencionar que este informe se basa en la investigación realizada durante cuatro meses en el segundo semestre de 2024, dos de los cuales se dedicaron a hacer trabajo de campo en Mompox y Lorica, entre los meses de agosto y noviembre; para el caso de Mompox, adicionalmente se utilizaron datos recopilados previamente.

2. Mompox: los guías turísticos como creadores del lugar

Al salir del hotel a fumar un cigarrillo recién había terminado de desayunar me crucé con dos guías. Uno de ellos esperaba a una pareja que había reservado desde antes el tour por la ciudad, mientras que el otro guía lo acompañaba, listo para proponer también sus servicios de guianza a otros huéspedes del hotel. El segundo, Pedro, me saluda y se acerca. Para iniciar la conversación me pregunta cuándo llegó, cómo me ha parecido Mompox, de qué ciudad vengo. Hablamos unos minutos y, como a cualquier otro visitante, me va contando algunas historias del lugar en que nos encontramos. Luego me pregunta si ya recorrió la ciudad y, al contestar que aún no, me propone recorrer la ciudad con él. Pedro ofrece hacer el recorrido de la ciudad a pie o en su carro-taxi (tuc-tuc), el cual tiene una duración de entre 2 y 3 horas en promedio. Cerramos el trato para visitar la ciudad esa misma mañana, empezando en unos minutos, mientras terminamos de arreglarnos. Afán no hay, pues acaba de hacer la primera venta del día, aunque el pago se realicé al final del recorrido.

Como Pedro hay varios guías en Mompox, quienes recorren o se instalan en diferentes puntos de la albarroada -eje peatonal y corazón del sector antiguo-, a la búsqueda de visitantes a quienes convencer de recorrer la ciudad con ellos o bien de anotarse para hacer el viaje a la ciénaga en la tarde. Pedro hace parte de un grupo de seis guías, quienes desde temprano en la mañana tiene como punto de encuentro la albarroada de Choperena, frente al embarcadero del mismo nombre, donde atracan de forma permanente tres lanchas y el barco canoa de una de las agencias de viaje. Un lugar estratégico valga señalar, pues desde allí se pueden acercar a los hospedajes que tienen visitantes frecuentes y dos cafés, al tiempo que es un espacio de tránsito obligado para los turistas que visitan la ciudad.

Aunque los guías se encuentran aquí, cada uno trabaja por separado. El trabajo como guía es un oficio que demanda estar atento a los turistas que llegan a la ciudad, y para ello hay ciertos hoteles y hostales clave para algunos guías, ya que algunos hospedajes tienen acuerdos con uno o dos guías únicamente, a quienes llaman cuando los huéspedes buscan una visita guiada. En este sentido, contactar turistas por intermedio de los hoteles no es necesariamente algo frecuente. De hecho, los guías suelen estar a la búsqueda de clientes y en este sentido la Albarroada es un espacio privilegiado de las interacciones entre ellos y los clientes potenciales, pues se deben acercar a prácticamente toda persona que viene que no es de la ciudad para proponerle un tour. Hablan algunos minutos tratando de capturar clientes, pero la tarea es difícil.

Los recorridos guiados: focalizar la mirada, sentir el lugar

La oferta de recorridos guiados por la ciudad ha venido creciendo en los últimos cinco años, siguiendo el aumento en el número de visitantes, las políticas nacionales y departamentales de promoción de la ciudad como destino turístico, así como la nueva conexión terrestre de Mompox con su área de influencia. Se trata de una actividad principalmente informal, ya que generalmente quienes guían el recorrido tienen poca formación al respecto, trabajan a destajo, y proponen un recorrido formateado que no demanda mayor conocimiento de la historia de la ciudad. Incluso, como plantean los guías más experimentados, varios de los nuevos guías copian los recorridos que ellos crearon o toman simplemente los sitios indicados en los pocos folletos turísticos, pero su narración carece de elaboración pues no se han interesado por la historia de Mompox. En el mejor de los casos, muchos de estos nuevos guías repiten la vulgata que el grueso de los momposinos conoce sobre su ciudad.

Sin embargo, más allá de las habilidades de ciertos guías, los recorridos guiados constituyen un dispositivo importante en la configuración de Mompox como un destino turístico. Si bien el visitante puede deambular tranquilamente por las principales calles de la ciudad, como generalmente lo hacen, visitar las plazas e iglesias que estructuran la red urbana, los recorridos proponen un encuadre (*frame*) de la ciudad (Callon, 1998; Farias, 2010), en la cual el espacio construido es el escenario para narrar una historia de la sociedad momposina. En este sentido, los recorridos guiados son un instrumento a través del cual los diferentes guías crean valor, ya que hacer un recorrido presupone un proceso de selección de sitios a visitar, a partir de los cuales se crea un relato sobre la ciudad. Un relato que será vendido a los visitantes y contribuirá a la experiencia de ellos en la ciudad.

Ahora bien, más allá del número de guías turísticos, hoy en día se ofrecen al visitante realmente dos grandes tipos de recorridos guiados: 1.) el recorrido urbano, que independientemente de los matices que introduce cada guía, generalmente articula los mismos lugares, y 2.) dos recorridos fluviales cuyos destinos son la Ciénaga de Pijiños y el río Magdalena en sí.

Como se mostrará en las páginas que siguen, se puede afirmar que estos dos últimos recorridos son el fruto de ciertos viajes-eventos fortuitos en los que surgió la idea de crear ese recorrido. Eventos en la vida de ciertos guías, que los llevaron a empezar a proponer esos viajes como atracciones turísticas que se han consolidado como tal con el paso de los años, siendo adoptados por otros guías y produciendo así procesos de competencia y cooperación entre ellos.

El viaje a la ciénaga

En el camino de regreso a Mompox, tras habernos bañado en la Ciénaga de Pijiños, el Johnson avanza lentamente por el caño que une esta ciénaga con el Brazo de Mompox, ramificación del Magdalena que porta el nombre de la principal ciudad que vuelve a crecer en su margen izquierdo. El paso del Johnson nos permite a la decena viajeros retomar la observación de las aves que cruzan el cielo o aquellas posadas en el tronco seco de algún árbol (Martín pescador,

garzas blancas y otros más); las iguanas, grandes y pequeñas, posadas a la orilla del caño; los cultivos de yuca y maíz, algunos de ellos ya dañados por las crecientes; el ganado que pasta en la banqueta; así como los diferentes puertos que indican la entrada a la vivienda de los pobladores del lugar, algunos de los cuales saludamos al pasar a nuestro lado en sus canoas.

Tan pronto desembocamos en el brazo de Mompox, a la altura de Peñoncito, pueblo pesquero y agrícola, la chalupa se abre un poco aguas abajo trazando un semicírculo para así empezar a remontar el río en dirección del pueblo.

¡Aguántalo, Abraham! Grita Matías desde la proa al joven Abraham, quien dirige el Johnson según las indicaciones que recibe de su jefe. El joven apaga entonces el motor por algunos minutos, mientras Matías nos insta a voltear la mirada hacia la popa, y más que a ella, al espectáculo que ofrece el cielo: el atardecer sobre el brazo de Mompox (Figura 1-Foto del atardecer). Matías insiste, desde aquí el viaje es mirando hacia atrás. Al embarcarnos unas horas antes y como parte del recorrido él nos había prometido ver el atardecer, así, para él era su deber asegurar que llegásemos a este punto en este momento. ¡He aquí la razón de la velocidad en que veníamos! El resto del trayecto lo hacemos entonces bajo el ocaso y llegamos a la ciudad cuando el sol ya se ha ocultado completamente.

En una ocasión posterior, Matías me cuenta que empezó a llevar turistas a la ciénaga de Pijiños en la década de 1990, cuando, tras un viaje a ella con un paisa y ya de regreso a Mompox, al salir del caño que une la ciénaga con el Brazo de Mompox, el paisa quedó maravillado con el paisaje y diciendo a Matías que debería mostrarlo a quienes visitan la ciudad.

Este encuentro llevó a Matías a empezar a ver de una forma diferente un paisaje con el cual tenía relación orgánica desde su infancia y que hacía parte de su experiencia cotidiana. En efecto, Matías hace parte de una familia ganadera con tierras en el área de la ciénaga y conoce bien el río, la ciénaga, los caños, los caminos por los cuales se circula y la fauna de la zona ya que creció acompañando el trabajo de vaquería, cuidando el ganado y trasladándolo por los diferentes potreros que conforman la tierra firme de la ciénaga según el ritmo de las estaciones seca y de lluvia.

Tras el encuentro con el paisa Matías decidió probar suerte. Durante una Semana Santa, que entonces constituía la única temporada turística de la ciudad, alquiló dos chalupas, convenció a algunos turistas de paso por Mompox y los llevó a la ciénaga. Desde entonces su forma de concebir la ciénaga se ha visto enriquecida: ya no es sólo un espacio de vida y producción agraria, también lo es de contemplación y que comparte con otros, visitantes. Ahora bien, en esa época, inicial se puede afirmar, ya había otras dos personas que mostraban la ciudad a los visitantes.

Matías comenzó a hacer parte de la práctica de mostrar la ciudad y sus alrededores a los visitantes de forma bastante informal en esa época. Una vez que comenzó a vender el recorrido, él decidió dedicarse a esto, lo cual ha hecho de forma casi ininterrumpida desde entonces, salvo por algunos años que tuvo que hacerse cargo de los asuntos de la familia. Sin embargo, hace seis años volvió a realizar los recorridos.

Ahora bien, que Matías haya creado la ruta a la ciénaga no implica que sea el único que la ofrece en la ciudad. A medida que el interés en visitar Mompox crece, también lo hace el número de personas que se ofrecen como guías, lo cual ha llevado a cierta competencia e incluso a prácticas desleales entre ellos, siendo la más común, y molesta, la de sonsacar pasajeros que ya estaban asegurados a través de rumores y falsa información sobre el estado de la embarcación. De hecho, conseguir turistas suficientes para armar un viaje no es tan fácil la mayor parte del año. Si bien el turismo “siempre ha existido en Mompox”, como dicen algunos pobladores, es hasta hace poco tiempo, con la inauguración de los puentes que conectan la isla con el resto del continente, ya sea por la ruta de Magangué, la del Banco o bien la de Santa Ana y Plato, que empieza a llegar más visitantes. Hasta entonces, llegaba un número reducido de visitantes a la ciudad.

Aguas arriba en el planchón

Con este recorrido el visitante compra dos cosas básicamente, la experiencia de navegar por el río aguas arriba y, al regreso, sobre las 7 de la noche, la oportunidad desenfundar de nuevo su cámara y captar para sí y sus redes la ciudad iluminada.

Este recorrido difiere bastante del viaje a la ciénaga. No demanda del viajero ninguna actividad física más que la contemplación. Es un viaje mucho más familiar. En este caso la embarcación, un planchón de metal mandado a fabricar por sus dueños expresamente para este tipo de viajes, que de día permanece anclado en el puerto del antiguo edificio del mercado, tiene un interior bastante amplio con capacidad para 80 personas aproximadamente, y permite que uno se pueda desplazar cómodamente por él. Su diseño permite que el pasajero, al menos el que va en primera fila, pueda ver el panorama que se abre ante sí a medida que la embarcación avanza en su recorrido.

En esta ocasión, en primera fila vamos 4 grupos, tres parejas y yo. Pandemia de por medio, entre cada grupo se deja 1 metro de distancia. Frente a nosotros, nada más que el río en una panorámica de 180 grados. Justo detrás van una pareja y una familia numerosa. Más atrás, otra familia, aún más numerosa a un lado y del otro un grupo pequeño de amigos. En total, hoy somos alrededor de 30 pasajeros.

El planchón comienza el recorrido aguas arriba a las 4.30 pm como previsto y el guía, cuya voz se expande en el aire gracias a un par de parlantes. Durante unos 40 minutos desde la puesta en marcha del planchón, él va relatando una historia breve de Mompox, teniendo cuidado de ir señalando ciertos lugares del frente de la ciudad que se encuentra a nuestra derecha o contándonos, quizás con el fin de acercarnos al lugar, sobre algunas producciones audiovisuales que se han grabado en Mompox como el video de la canción La Foto de los dos de Carlos Vives (2013) o bien la película Crónicas de una muerte anunciada (1987) u otras que la ciudad ha inspirado la ciudad como la canción Momposina, de José Barros.

Una vez termina su guía, quedamos en libertad de movernos por el planchón. El recorrido continúa al ritmo de la música de Carlos Vives, Totó la Momposina, Carlos Vives, Diomedes

Díaz, Adriana Lucía y algunos otros del género urbanos. A medida que avanzamos, el río, sus riveras y olores. estiércol de ganado después, el cual coincide con el puerto de desembarque de un planchón de reses que está siendo trasladada a tierras más altas pues ya estamos en época de invierno, cuando los potreros de la isla se anegan y es menester trasladar el ganado a los potreros ubicados en el San Zenón, Pinto y otros municipios del Magdalena. A unos minutos del olor a estiércol el contraste es brutal y por un instante huele a flor de naranjo. Si bien esta vez la música viene del parlante de la embarcación, en otras ocasiones, cuando hay grupos más grandes, puede haber música en vivo con un grupo que interpreta música de la región.

Así avanzamos hasta que, aproximadamente a una hora de haber partido, nos anuncian que vamos a hacer la primera vuelta para ver el atardecer. Al principio no entiendo, pero el planchón empieza a hacer un giro de 360° para que todos podamos apreciar el atardecer que empieza a formarse aguas abajo. Al noroccidente. Al empezar el giro el guía insiste en que veamos el atardecer, para que lo comparemos con el que veremos en un momento. A las 5.42, diez minutos después del primer giro, nos anuncian el segundo. De nuevo el planchón gira 360° y se nos insta a ver, a contemplar y a comparar. Aquí el asunto ya se vuelve un poco excesivo. Consumo fraccionado de la conjunción de los elementos de la naturaleza (sol, rotación terrestre, densidad de las nubes, condiciones atmosféricas). Es como un exceso de atardecer ya que, en el recorrido, son dos breves momentos para mirar atrás. El planchón seguirá aguas arriba durante unos 20 minutos más hasta llegar a la altura de Troncosito, pueblo pesquero sobre la margen derecha del río, y empieza el camino de regreso. El atardecer sigue su curso y la oscuridad va ganando su espacio.

Vamos al encuentro de nuestra segunda compra, sin embargo, en esta ocasión, la panorámica de la ciudad iluminada nos la quedaran debiendo pues, nos anuncian por el parlante, no ha llegado la luz a Mompox. En una segunda oportunidad sí llegaré a ver a la ciudad iluminada. En este caso el planchón se desliza muy lentamente frente al pueblo para que todos puedan tomar la foto de la ciudad y, en particular, del edificio del mercado público, el único que queda sobre el río. El planchón se desliza unos metros más y se abre para dar la vuelta y volver a atracar en el punto de partida.

En este caso, la idea de llevar a los turistas por el río reviene a los dueños de La valerosa, una de las agencias de viaje de Mompox, creada por una pareja del lugar. Similar a la historia de Matías y el paseo a la ciénaga, la idea surgió de manera fortuita. De acuerdo con Milton, el dueño de La Valerosa, una tarde, de regreso tras visitar a unos familiares río abajo, llegando a Mompox surgió la idea de empezar un negocio proponiendo este recorrido a los visitantes de la ciudad. En esa época, él y su esposa eran comerciantes, pero decidieron invertir su dinero en mandar a construir un planchón cubierto y con dos motores en el que pudiesen proponer el recorrido.

Durante algunos años fueron los únicos en ofrecer este recorrido, que parte prácticamente todos los días siempre y cuando allá un mínimo de 6 pasajeros. En algunas ocasiones pueden ser menos, ya que hay personas que pagan doble para salir. Sin embargo, hace 4 años entró una nueva empresa a ofrecer este recorrido en una embarcación tipo peniche, abriendo entonces la competencia. Inicialmente esto fue mal recibido Milton, pues sintió que algunas personas llegaron antes haciéndole varias preguntas sobre el negocio, sin decirle realmente cuáles eran

las intenciones que tenían. No obstante, hoy en día esta nueva embarcación, si bien representa competencia ya que ofrece el mismo recorrido, sale realmente muy poco. Durante el tiempo que estuve en la ciudad, incluso hubo una semana en que no salió ningún día.

Ahora bien, la competencia es un asunto de todos los días entre guías y pequeñas empresas. Como se mencionó antes, esta competencia puede ser desleal, por ejemplo, cuando se crean rumores sobre el estado de las embarcaciones del otro, o bien cuando se busca sonsacar clientes. Sin embargo, la competencia también ha llevado a la emergencia de prácticas de cooperación entre guías. Ejemplo de esto es el cuadrar un viaje a la ciénaga entre varios, ya que así pueden asegurar el número visitantes necesarios para cubrir los gastos del Johnson, el guía que acompaña el viaje y el marino, así como tener una comisión por los visitantes que ellos refieren. Otro ejemplo de cooperación concierne los recorridos por el centro histórico, que consiste en referir algún grupo de turistas a algún compañero cuando ya se ha comprometido con otro grupo y no se logra agendar para otro día ese tour.

3. Lorica: realidad y potencialidad del turismo

En los primeros recorridos por Lorica, durante un fin de semana de puente festivo, el turismo parece ausente. En el centro histórico de la ciudad y en los lugares que se suelen presentar como referencia de la ciudad, es decir el malecón y el mercado público, conocido localmente como el ranchón, el turismo parece no existir. Tampoco se ven guías de turismo en las calles y nadie se aproxima para proponer un recorrido por la ciudad. El contraste con Mompox no puede ser más evidente.

Sin embargo, esta primera impresión no parece acertada. El turismo existe de forma material y en potencia, es realidad y espectralidad. Algunas personas informan a los visitantes y realizan recorridos y la alcaldía tiene una oficina de turismo en el ranchón, en la cual el visitante puede obtener un plano de sitios turísticos e información sobre la ciudad. Es motivo de reflexión, conversaciones y tomas de posición por parte de algunos habitantes y de planes para su desarrollo por parte de la institucionalidad.

Estas formas de existencia del turismo reflejan el avance en sus procesos de desarrollo en Lorica. De hecho, se puede decir que el turismo es principalmente una industria que se quiere desarrollar y alrededor de la cual se vienen implementando diferentes acciones, sin embargo, aún se encuentra en un estado germinal, que no permite que agentes de la economía popular puedan vivir de él. En el mejor de los casos, ciertas personas pueden obtener algunos recursos adicionales a través de la prestación de servicios de guianza o la venta de artesanías a los visitantes, pero su sustento no depende principalmente de ellos. En este contexto, el problema de las economías populares del turismo también es objeto de discusión. Como se muestra en las páginas que siguen, en las conversaciones sobre el turismo que se debería fomentar en Lorica, se otorga a procesos comunitarios, con énfasis en aspectos ambientales, culturales e históricos, un espacio importante, ya que a través de ellos se podrían vincular los espacios urbano y rural, la ciudad, el río y las ciénagas.

Conversaciones sobre el turismo en Lorica

Para Pastor, el turismo en Lorica reposa en cómo construir la relación entre turismo, patrimonio y cultura. Para él, estos tres elementos funcionan como un conjunto. Si una parte falla, dice, entonces la cultura también fallaría y los loriqueros quedarían “jodidos”. Cuando nos habla de cultura, Pastor se refiere a la cultura pesquera, aquella que tiene que ver con el Sinú. Esta relación entre cultura y turismo también ha sido desarrollada por Emilio, quien ha sido docente e incursionado en el turismo, al señalar, en la hoja en que escribía Pastor, que entre cultura y turismo está lo que él denomina *turismo pedagógico*. Este es incluso la respuesta a la pregunta que se le hacía sobre cómo había el turismo en Lorica.

En este momento de la conversación, la mención de este tipo de turismo lleva a Emilio a recordar la fundación del Colegio Lacidez C. Bersal, en la década de 1960 por Ordenanza de la Asamblea Departamental. El colegio buscaba formar vinculando los temas abordados en el aula con la experiencia en campo de esos temas y Emilio hizo parte del equipo inicial de docentes. Para él, esa experiencia es el punto de partida de la idea de turismo pedagógico, ya que hacían recorridos con los estudiantes alrededor de Lorica. Siendo profesor de literatura, él creó el recorrido de Chambacú, inspirado en la novela de Manuel Zapata Olivella publicada en 1963. Con estos recorridos nacería entonces el primer proyecto popular y pedagógico que acercara el turismo a la cultura en Lorica.

En esta época en que hay un interés de la institucionalidad, tanto municipal como departamental, en desarrollar el turismo en Lorica, para personas como Pastor, Emilio o Martina, la apuesta debe ser por desarrollar un turismo que resida en la gente y no en las cadenas hoteleras o grandes agencias. Si el desarrollo del turismo es deseable, hoy en día existen varios destinos en la región que sirven de ejemplo para pensar las consecuencias que trae para un lugar ciertos tipos de turismo y, en consecuencia, el tipo de turismo que se quisiera para Lorica.

Un ejemplo cercano de lo que no se quiere que suceda es Tolú, que queda a menos de una hora por carretera. Tolú es visto como el destino al que los visitantes van en busca de playa y fiesta, por lo tanto, es un turismo que asocia al ruido y al licor y manejado principalmente por personas que no son lugar y termina produciendo más problemas que beneficios para la población local. Otro referente de las consecuencias negativas del turismo es Cartagena. En este caso, parte de los problemas identificados es el aumento del costo de vida que puede traer el desarrollo del turismo, así la pérdida de la vida tradicional de los barrios. Para Emilio, el turismo que puede ser positivo es aquel que permite que los pobladores del lugar se hagan cargo de su desarrollo. Entre los ejemplos que menciona en este sentido se encuentran la Comuna 13 en Medellín, Santa Fe de Antioquia y Getsemaní (Cartagena). En estos dos últimos, Emilio encuentra que

se ha logrado desarrollar el turismo comunitario o que algunas instituciones han trabajado con la gente del lugar logrando un impacto positivo.³

Estos referentes sobre los efectos negativos que puede traer el turismo constituyen elementos en la formación de la posición de un grupo de loriqueros sobre el mismo. La prevención sobre los efectos del turismo en la economía local es formulada de manera explícita por Emilio, quien en una de las conversaciones sostenidas planteaba la tensión entre políticas culturales y políticas del turismo.

“El turismo debe ir de la mano entre lo que es la cultura. Porque es que son dos políticas muy diferentes. La política cultural es una y la política de turismo es otra. Y eso tenemos primero que entrar a analizarla. ¿En qué consiste una política de turismo y en qué consiste una política cultural? Ahora, si ambas sí que sí hay y sí existe. La frontera, el puente entre el turismo y cultura debe entonces mirarse. El turismo que nos venga a nosotros sí es desarrollo para Lorica, claro que sí, es desarrollo. Pero que ese desarrollo no vaya a atentar con la calidad de vida del loriquero. No le vayan a encarecer la calidad de vida de cada uno: del jornalero, del pescador, del sembrador, del agricultor, del hombre que trabaja diariamente en cualquier negocio que tenga. Porque si por lo menos me va a encarecer la bebida de café en el centro histórico o me va a encarecer una Coca-Cola, me va a encarecer una chicha de maíz, una chicha de arroz me la va a encarecer (...) no es benéfico para el nativo, no es benéfico para los locales. Vamos a ver, vamos a tener un choque y un impacto. Vamos a matar unas culturas. Vamos a matar entonces la cultura del pescador, vamos a matar la cultura del campesino, vamos a matar la cultura incluso de cada barrio, del citadino de aquí de Lorica.

Entonces, el desarrollo del turismo debe ir de la mano, sí, con el crecimiento, sí de la calidad de vida del local. Yo no puedo pretender que el desarrollo le ayude a la calidad de vida de una cadena de hoteles de extranjeros que se vengan aquí, pero que la calidad de vida del nativo si se degrade. No puedo permitirlo, yo creo que debe haber un equilibrio para que podamos, por lo menos ayudar a dinamizar estos procesos y que crezcan no solamente para uno, sino que crezcan compactamente para todos” (Entrevista Emilio, noviembre de 2024).

Esta postura señala una toma de distancia frente a los planes institucionales, que en su apuesta buscan insertar a Lorica en circuitos turísticos manejados por agencias ubicadas en otras ciudades y países. La alternativa entonces no es negar el desarrollo del turismo, sino poner en el centro del mismo iniciativas locales que vinculen a agentes de la economía popular. Ellos serían entonces quienes pueden dar valor al turismo a través de la vinculación de lo ambiental, lo cultural y lo histórico.

El caso de lo ambiental y lo cultural como ámbitos de desarrollo turístico es interesante, ya que ellos permiten construir una mirada diferente a la oficial, que tiene como punto de partida la

³ La mención de Santa Fe de Antioquia y Getsemaní como casos positivos es interesante, ya que algunos estudios sobre estos lugares han venido mostrando la existencia de procesos de elitización y gentrificación, asociados precisamente al desarrollo del turismo en ellos (Londoño, 2016; Pineros, 2017), aunque otros buscan dar cuenta de la acción local frente a estos procesos (Rius-Ulldemolins, J. & Posso, 2016).

inclusión del centro histórico de la ciudad en la lista de Bienes de interés cultural de la nación (Mincultura) así como en la *Red de Pueblos Patrimonio* (Fontur). Para algunos de nuestros interlocutores en campo lo ambiental y lo cultural se refieren principalmente al mundo rural de Lorica. En el caso del río y las ciénagas, el desarrollo del turismo vendría a los pescadores, cuyo conocimiento sobre la vida en y de estos ecosistemas los hace expertos. El área rural también es vista como el lugar de los artesanos de la región, quienes, desde esta perspectiva, han sido invisibilizados por la primacía del discurso urbano.

Al respecto, Martina propone que un turismo de Lorica sería un turismo del río, que brinde la experiencia de conocer el río, la flora, la fauna y la ciénaga, entrando a esta última. Con ello, se abre la ciudad al mundo rural, que es presente y pasado vinculando lugares como San Sebastián o Momil, así como el universo de los pescadores, quienes tienen un lugar central en la sociedad ya que proveen la mayor parte del pescado que se consume en Lorica. Para ella, se trata entonces de proponer un turismo ambiental, que sea complemento del turismo que se puede desarrollar en la ciudad, siempre y cuando, como veremos más adelante, se inviertan recursos en mejorar las condiciones actuales de la ciudad.

Entre amigos: un recorrido río abajo

A las 8:15 embarcamos y comenzamos el recorrido. La embarcación tomo primero aguas arriba por el río Sinú para observar el lugar donde se comenzó a construir Lorica, para luego dar la vuelta y seguir aguas abajo, en dirección al mar. En el primer trayecto, Cholo, el guía nos iba mostrando el Afife Matuk, primer centro comercial de Lorica, el mercado y el obelisco hecho de palabras árabes que forman parte del español. Cholo mencionó que existen iniciativas para restaurar el mercado público, describió la construcción del Afife Matuk y cómo se ve el nacimiento de Lorica desde el río.

Luego dimos la vuelta y comenzamos a ir río abajo, es decir, siguiendo la corriente hacia la desembocadura. Nuestra primera parada fue San Nicolás de Bari, una población importante en los discursos de Emilio, Pastor y Jacinto. En el camino, vimos construcciones en zonas de riesgo no mitigable. En el recorrido nos acompañaban Carmen, la secretaria del despacho de la alcaldía y el secretario de gobierno.

A lo largo del trayecto destaca el verdor de las ceibas, bongas y robles a orillas del río, así como las garzas, cocineras, pericos y sirirís que revolotean por el cielo. En ciertos tramos, el motor debe apagarse, ya que los pobladores de las áreas circundantes extraen arena del río en canoas que se pueden voltear fácilmente con el oleaje que produce el motor de la lancha. También hay un tramo con numerosos remolinos, causados por un gran peñón llamado “La Peña”, conocido por haber volcado embarcaciones en el pasado.

La primera parada fue en San Nicolás, donde nos recibió un profesor del colegio Lácides C. Bersal, la institución educativa pública más importante. Él nos comentó que los atractivos turísticos del pueblo son: la iglesia, la orfebrería y la Piedra de Dios. La parada aquí fue muy breve, por lo cual sólo alcanzamos a ver la iglesia y las artesanías tejidas en enea.

Frente a la iglesia, el profesor nos cuenta un poco de la historia del lugar y de la iglesia, que fue construida de cada al río y cuenta con la primera campana de Colombia, que data de 1794. Ella fue parte del proceso de colonización del Finsenú. En 1536, Alonso Heredia fundó la población en honor a San Nicolás, cuyo día se celebra el 6 de diciembre. En 1770 llegaron los primeros barcos de vapor y en 1780, los primeros inmigrantes sirio-libaneses.

El profesor también habló de la refundación del lugar por parte de Francisca Batista de Bohórquez, quien trajo a los primeros judíos sefardíes e indígenas del Urabá, lo cual sustenta la creencia de que para la colonización ya no quedaban zenúes en la zona. Al salir de la iglesia, vimos un baile de mapalé a cargo de siete niñas, un espectáculo adorable.

Tras esto tuvimos una breve charla con una artesana que teje con hoja de enea. Ella nos comentó que en San Nicolás se celebra el “Festival del Petate” cada sábado de Gloria, al tiempo que la enea es una planta acuática que tarda ocho días en secarse para poder ser moldeada. El petate es una estera pequeña para mecer a los niños en una hamaca.

Embarcamos de nuevo para continuar el recorrido atravesando territorio de San Antero. Cholo menciona que en este municipio hay más de 28,000 hectáreas de manglares. En el recorrido vamos viendo cultivos de arroz, plátano, berenjena, maíz, frijol, ají, achiote, zapote y níspero, entre otros. Mientras esto, Cholo explica que el nivel del río se ve afectado por el oleaje de la marea, determinado por los ciclos lunares, con una variación de 50 cm sobre el nivel constante del río. También nos cuenta las desembocaduras del río han sufrido tres grandes cambios, relacionadas con el inicio de la sedimentación. Estos cambios se empiezan a notar en la primera mitad del siglo XX. Primero entre los años 20 y 30, y luego entre 1947 y 1990. De hecho, el río Sinú, que tiene un ancho promedio de 110 metros, es afectado por las actividades comerciales del Canal de Panamá.

Hacia las 11 de la mañana atracamos en Tinajones, un pueblo mayoritariamente pescador, donde el aire se siente húmedo y el salitre deja una sensación de quemazón en los pómulos. A las 11:40 llegamos a la “Y”, donde el río Sinú se bifurca en dos brazos. El brazo izquierdo conduce a San Bernardo del Viento y el derecho hacia San Antero. Tomamos la ruta derecha y minutos después atracamos en Boca de Tinajones, un lugar acogedor, rodeado de verde y cultivos. Aquí hacemos otra parada para disfrutar de hamacas, tinto y agua de coco, todos incluidos en el precio del recorrido.

Pasado el mediodía continuamos el camino y salimos al mar por la desembocadura de San Antero. Allí, las aguas del río y del mar no se alcanzan a mezclar completamente, y se puede ver la diferencia en la sedimentación y composición entre ellas. También se observan gaviotas y pelícanos y el oleaje es tranquilo. Desde el mar, divisamos los manglares que más adelante visitaríamos, así como la cuchilla de Cispatá y los Montes de María.

A la 1:30 pm llegamos a almorzar sierra con arroz de coco, patacones y suero, además de una sopa de pescado de mar. En la Bahía de Cispatá, pasadas las 2 de la tarde llegaron algunos artesanos con manualidades hechas de conchas, caracolas y piedras energéticas.

Finalmente, hacia las tres de la tarde comenzamos el camino de regreso. El paisaje presenta cultivos de ostras en casas palafíticas, para entrar luego a los manglares. En esta parte hacemos otra parada breve en una casa flotante donde ofrecían ostras y darnos un chapuzón en el mar abierto. Hacia las cuatro y media nos recogieron en San Antero y termina el recorrido.

El recorrido fue una experiencia valiosa, aunque costosa. Ya en Lorica, al comentarle a Emilio del recorrido, este dice que ese recorrido es muy famoso y se llama Tierra Mojada, aunque en Lorica no se realiza con frecuencia. El recorrido toma todo el día y, como se mostró en la descripción, vincula Lorica con la zona costera a través del Sinú. Es un recorrido en el que el visitante tiene la oportunidad de aprender un poco sobre Lorica y la zona en la que se encuentra, al tiempo que es la oportunidad de observar y sentir la vida en el bajo Sinú. En este caso, el recorrido fue organizado por Cholo, emprendedor del lugar, quien lo organizó invitando a conocidos y amigos a hacer el recorrido, en el que esta vez había 27 personas divididas en dos lanchas.

Ahora bien, hay otras iniciativas que buscan explorar los alrededores de Lorica. Una de ellas, que aún es una idea, es la del señor Alcides, autoridad indígena del pueblo zenú. En este caso se busca vincular de forma más directa a Lorica con el territorio en que se encuentra a través de un proceso de turismo comunitario y ecológico, como una forma que ayude a la subsistencia y a la preservación. Al preguntarle cómo sería ese turismo y qué mostrarían a los visitantes, el señor Alcides plantea que:

“El recorrido nace de una propuesta que nosotros tenemos, que queremos desarrollar acá en Santa Cruz de Lorica, para motivar e incentivar el turismo y que nosotros le denominamos el Cerro Mohán. El Cerro Mohán es un es un cerro sagrado de la cultura zenú porque pertenece a la cultura de Momil. Una cultura de la antigüedad que tuvo un desarrollo bastante importante, al punto que se ha llegado a comparar con la cultura de San Agustín.

El recorrido que nosotros haríamos, bueno, no sería al 100% lo que pretendemos, pero sí podríamos adentrarnos en la Ciénaga Grande del bajo Sinú unas 2 horas para conocer unos aspectos importantes de la cultura zenú, como es el tema de del manejo hidráulico. Como nuestros ancestros zenú manejaron el tema de las avenidas; y la subienda en época de invierno para controlar esas inundaciones y preservar los cultivos y la cría de los animales. Ese ese sería la parte adentrarnos en la Ciénaga Grande del bajo Sinú unas 2 horas.

[Eso] es lo de la espina de pescado. Era una estrategia de ingeniería, ingeniería hidráulica, que nuestros antepasados desarrollaron en la ciénaga y en el caño Aguas Prietas, donde se hacían como especies de canales, pero unos canales de forma diagonal que entraban al río, al afluente grande, y ellos desarrollaban eso y con esa forma ellos controlaban las inundaciones y preservaban que los cultivos no se les fueran a dañar, ese es la espina de pescado.” (Entrevista Alcides, noviembre 2024).

Como se observa en estas palabras, la idea de Alcides y la comunidad que representa vincula aspectos ecológicos, culturales e históricos, en la que el paisaje creado por sus ancestros es

aquellos a mostrar a los visitantes. Tanto el Cerro Mohán como el sistema hidráulico son expresiones de las prácticas culturales del pueblo zenú, que tienen una profundidad histórica de alrededor de 2 mil años, de acuerdo con la evidencia arqueológica (Reichel-Dolmatoff, 1974).

No obstante, la conversación con Alcides deja ver que aún se trata de una idea, pero no se ha dado un proceso organizativo que les permita hacerla realidad y empezar a ofrecerla o promocionarla como un destino turístico posible. Es cierto que se busca que sea una oferta desde el turismo comunitario, pero definitivamente no se ha avanzado en materializarla. Valga anotar que Alcides, junto a otros miembros de su pueblo, han estado en un proceso de reconstrucción étnica en las últimas dos décadas, el cual constituye el contexto y la base para impulsar otros procesos en el presente y en los años a venir.

De vuelta al pueblo

Así como el río y la ciénaga constituyen espacios para desarrollar prácticas comunitarias de turismo, que vinculen ecología, cultura e historia, el centro histórico del casco urbano es también un espacio que la población reconoce como de valiosa y que refleja otras caras de la diversidad histórica de la ciudad, así como una serie de problemas. Como planteaba Martina:

“El valor turístico de Lorica está aquí en el centro, está aquí alrededor de lo que estamos viendo ahora. En este momento. La iglesia, el parque, el ranchón, el edificio Dolores de Caraballo, que se está cayendo a pedazos allá. El edificio González, donde está la alcaldía. La muralla. La entrada de Lorica es por el río, aquí nosotros hace 60 años atrás, éramos epicentro de la economía regional porque todo entraba a través del río y entraba por aquí.” (Entrevista Martina, octubre 2024).

Este último “aquí” se refiere al centro de la ciudad, específicamente al muelle del mercado público, que constituía la interfaz acuático-urbana entre el río y la estructura urbana. Sin embargo, Martina también plantea una crítica a este lugar ya que lo encuentra deteriorado. Un deterioro que no es sólo de las edificaciones, también lo es del comportamiento de las personas que lo habitan, pues, según ella, saltan a la vista el desorden y la suciedad, e institucional, ya que no se invierte lo necesario para que esté en buen estado. De hecho, para ella el patrimonio de Lorica está en el centro, y por lo tanto es por donde se debe empezar a trabajar.

Ahora, existen posiciones frente a cómo abordar la relación entre espacios considerados importantes para la ciudad, como el mercado público, y las intervenciones que se deberían realizar. Por un lado, están quienes, como Martina, terminan privilegiando la experiencia del turista, pues la falta de cuidado del centro histórico puede generar, como ella plantea, que el visitante se lleve a sentir engañado al contrastar la publicidad que se hace de Lorica con la realidad que va a encontrar. Tomando como ejemplo el mercado público, donde convergen la economía formal e informal, ella nos decía:

“el epicentro de la economía de Lorica es el mercado público, aquí se mueve la economía alrededor del mercado público y también el comercio formal, también hay que exigirle. Hay que exigirles aquí a los comerciantes formales que tienen supermercado, los que tienen venta de verduras y todo eso. También ves y mira todo el desorden que hay. Entonces cuando tú estás invitando a la gente a que venga a Lorica, cuando invitas al foráneo a que venga y él ve un vídeo hermoso de la orilla del río, del parque. Ve un vídeo de la iglesia o del ranchón que cuando grabaron mandaron a limpiar todo, pero esa persona va a venir dos o tres meses después que vio el video, y resulta que se encuentra con algo completamente diferente ¿Entonces? Yo me sentiría (...) porque a mí me han dicho algunos turistas, “esto es publicidad engañosa.” A mí me lo ha dicho gente que viene y me dice, publicidad engañosa. Sí, porque te están vendiendo otra cosa diferente, te están vendiendo otra cosa diferente.” (Entrevista Martina, octubre 2024).

Por otro lado, están quienes proponen que el patrimonio y las intervenciones en la ciudad deben ser ante todo para la gente del lugar, ya que es ella quien puede asegurar que los visitantes tengan una buena experiencia al visitar la ciudad. Pastor es un ejemplo de esta mirada, ya que para él quien valida el patrimonio no es el turista, ni las intervenciones que privilegian esta mirada, sino los habitantes de Lorica. De ellos va a depender que el turista se sienta aceptado y disfrute su breve paso por la ciudad. Al respecto, Pastor nos hacía la siguiente reflexión:

“¿Te puedes imaginar el mercado sin las cocineras? No. Yo no puedo. ¿Te puedes imaginar el mercado sin la gente que vende las especias? ¿Sácalas de ahí y qué van a ver? Un edificio vacío y ya, pero no tiene vida. Ya van y esa no es la intención. Esa no es la intención. Y no debe ser la intención. Es más, mira, hay un error y es que se dice: no, para que vengan turistas vamos a pavimentar las calles, vamos a vemos a ponerles agua, a ponerles luz porque vienen turismo. No. Eso no genera sentido de pertenencia con el que lo habita y si ellos mismos se van a sentir relegados porque nosotros que vivimos aquí, nacimos aquí. Entonces es porque viene el turista que están haciendo la calle pal’ turista, están haciendo la luz pal’ turista, están poniendo el agua pal’ turista. ¿Qué va a pasar? ¿Esa misma gente va a rechazar a tu hijo ¿Por qué? Porque hasta eso se piensa mal. Si se van a hacer las obras, es primero el que está habitándola ya, porque sí que la va a cuidar y ese es el que va a hablar de tu cultura y ese va a hacer el concepto que se va a llevar el turista.” (Entrevista a Pastor, octubre de 2024)

Las posibles consecuencias de no pensar primero en los habitantes del lugar, de querer intervenir el mercado para hacerlo más apetecible a la mirada del turista, pueden ser el rechazo de la población a esta actividad económica. Un rechazo que puede traducirse en que el visitante no se sienta acogido e incluso llegue a pensar que lo tratan mal. Y, todavía de acuerdo con Pastor, sería *con justa razón porque es que no le están haciendo las obras a la gente sino al turista, y el turista es un ser que hoy está y ya mañana no. A ellos no le importa, no tiene sentido de pertenencia, ellos se van, pero el que queda jodido y que queda ahí fregado es el que se queda.*

En estas dos maneras de concebir las relaciones entre patrimonio, turismo y los habitantes de la ciudad se señalan, así sea de manera breve, posiciones diferentes frente a algunos agentes de

la economía popular y a la intervención institucional, específicamente, aquellos relacionados con el mercado público o ranchón.

Martina es clara en señalar qué se debe hacer más para controlar el desorden, asociado a la basura que genera la actividad en el mercado, pero empezando a intervenir desde afuera hacia adentro y haciendo procesos de pedagogía con las personas vinculadas a ese espacio. Cambiar las prácticas de manejo de las basuras producidas sería entonces una forma recuperar el espacio y empezar a hacerlo más habitable tanto para la gente local como para los visitantes, al tiempo que una intervención más sostenible que centrar las acciones en la adecuación y arreglo del interior del mercado, tal y como se ha empezado a hacer. Pastor menciona esta relación entre agentes del mercado también de forma rápida. Al preguntar si es posible imaginar un mercado sin cocineras o vendedores de especies, él está comentando también sobre las intervenciones que se empiezan a realizar en el mercado público. En este caso, sin embargo, se apunta a los procesos de cambio de las actividades económicas que ocurren actualmente en el ranchón con el objeto de hacer más atractivo el espacio para los visitantes. Este proceso de transformación del mercado es un aspecto sobre el cual es pertinente desarrollar a futuro un estudio sistemático, pues puede arrojar luces sobre la transformación de las relaciones entre agentes de la economía popular y la acción institucional en el contexto de prácticas de turistificación del espacio.

4. Reflexiones finales

El desarrollo del turismo se encuentra en momentos diferentes en Lorica y Mompox, que expresan también relaciones diferentes entre economía popular y turismo.

En Lorica, el desarrollo incipiente del turismo no ha permitido la emergencia de una economía popular amplia asociada a él. Existen algunas personas que ofrecen servicios a los visitantes a la ciudad, pero ellas no derivan su sustento económico de esta actividad pues simplemente no es suficiente. No obstante, en las conversaciones sobre turismo hay lugar para el desarrollo de agentes de esta economía. Varias de las personas con que se conversó expresaban la pertinencia de proponer iniciativas comunitarias como mecanismo para asegurar el desarrollo de un turismo que sea sostenible para los habitantes del lugar.

Estas iniciativas estarían centradas en la vinculación del río y las ciénagas como parte de los circuitos turísticos a proponer a los visitantes, ya que, en ellos, en la vida de los pescadores, de los artesanos rurales y en el conocimiento y manejo de los ciclos del agua que reside parte importante de la cultura y la historia de Lorica. Entre las iniciativas que se mencionaron en el texto están el recorrido aguas abajo y entre amigos, que fue un recorrido turístico para personas de la ciudad y cercanas al organizador; la idea de hacer turismo comunitario de Alcides y, finalmente, la discusión sobre el mercado público, en la que convergen acción institucional y agentes económicos del mercado mismo.

Sin embargo, las tres iniciativas no han germinado del todo. La primera se hace rara vez, cuando el organizador lo decide; la segunda existe en estado de idea, aunque su origen se puede trazar a los procesos organizativos de las comunidades zenú del municipio; sobre la tercera no se pudo recabar información suficiente, pero, teniendo en cuenta procesos similares en

mercados públicos de otras ciudades, se puede prever la emergencia de tensiones por la forma de concebir el futuro del lugar. En estos tres casos, falta aún un proceso de ensamblaje que permita hacerlas realidad, aunque hay que tener en cuenta que su viabilidad es aún incierta, más aún en la medida en que el turismo sea siendo bajo y, en algunos casos, esté en manos de agencias externas.

En contraste, en Mompos se puede hablar con propiedad de la existencia de diferentes agentes de una economía popular del turismo. Si bien existen otros agentes desde los cuales abordar la economía popular del turismo, como son los talleres de filigrana o la comida, en este informe se hizo énfasis en los guías turísticos, ya que ellos son claro ejemplo de cómo estos agentes crean valor económico y social en la ciudad, a través de la creación de recorridos guiados.

De hecho, los recorridos a la ciénaga y por el río se pueden considerar como verdaderas innovaciones ya que expresan, siguiendo a Latour y Lépinay, ejemplos de la “capacidad de composición de líneas de influencia (...) formas de relación y reunión de entidades hasta entonces separadas” (Latour & Lépinay, Vincent, 2009, págs. 59-61). Quienes tuvieron el momento de inspiración que los llevó a crear esas rutas, articularon diferentes elementos del lugar que les permitieran llevar la idea. Cada recorrido es entonces un ensamblaje social-natural-técnico para proponer una lectura del medio a través de un dispositivo técnico que permite transformar al primero en paisaje y experiencia. El recorrido es ensamblaje social ya que implica recurrir a otras personas lugar (marinos, dueños de embarcaciones y personal de sitios de hospedaje), técnico en la medida que necesita de dispositivo de desplazamiento -el Johnson en un caso, el planchón en el otro-, y natural ya que se recurre al medio ambiente y elementos atmosféricos (atardeceres) para hacer de ellos objetos a partir de los cuales experimentar el paisaje. Adicionalmente, estos recorridos son innovaciones que aportan a la economía local, ya que son apropiados por otros actores, por otros guías, permitiéndoles así ampliar su oferta a los visitantes.

La exploración de las economías populares del turismo abre en todo caso algunas líneas líneas de indagación para la antropología económica contemporánea. En primer lugar, el estudio de los procesos de innovación y creación de valor social de los agentes de la economía popular es interesante, ya que permite desvincular estos procesos de los discursos recientes del emprendimiento y del *management*, que los terminan vinculando casi que exclusivamente con el campo de la tecnología. En segundo lugar, es un campo que puede contribuir, desde aproximaciones de corte más participativo, al acompañamiento de procesos organizativos locales en aquellos lugares en los que el turismo está en estado de latencia o potencialidad, pero en los cuales su desarrollo se piensa en términos de creación de producto y marketing, y poco en términos de sostenibilidad de los habitantes del lugar.

Bibliografía

- Bolívar, G. (29 de 09 de 2024). Entrevista con Gustavo Bolívar: su patrimonio, Petro y las elecciones de 2025. (P. Lara, Entrevistador) Canal Cambio Youtube. Bogotá. Recuperado el 30 de 09 de 2024, de https://www.youtube.com/watch?v=qCPZY_Ui7pc
- Callon, M. (1998). An essay on framing and overflowing: economics externalities revisited by sociology. En M. Callon, *The Laws of the Markets* (págs. 244-268). Oxford-Malden: Blackwell Publishers/The Sociological Review.
- Confecámaras. (2024). *Panorama de la Economía popular en Colombia. Caracterización, oportunidades y desafíos.* Bogotá: Confecámaras.
- DNP, D. N. (2023). *Colombia, potencia mundial de la vida. Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.* Bogotá.
- EAN, U., & El Espectador. (13 de 04 de 2023). Economía popular en la era digital. Bogotá. Recuperado el 08 de 2024, de <https://www.youtube.com/watch?v=rENej9F65i8&t=691s>
- Farias, I. (2010). The reality of urban tourism: framed activity and virtual ontology. En I. Farias, & T. Bender, *Urban assemblages. How actor-network theory challenges urban studies* (págs. 209-228). London: Routledge.
- Latour, B., & Lépinay, Vincent. (2009). *La economía, ciencia de los intereses apasionados. Introducción a la antropología económica de Gabriel Tarde.* (H. Cardoso, Trad.) Buenos Aires: Manantial.
- Londoño, J. D. (2016). La declaratoria del centro histórico y el marketing turístico como indicadores de la gentrificación en Santa Fe de Antioquia, una lectura del paisaje artificio. *Iconofacto*, 12(19), 43-64. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a02>
- Ministerio de Comercio, I. y. (2023). *Plan sectorial de turismo 2022-2026. Turismo en armonía con la vida.* Bogotá: Mincomercio.
- Pineros, S. T. (2017). Tourism gentrification in the cities of Latin America: the socio-economic trajectory of Cartagena de Indias, Colombia. En M. y. Gravari-Barbas, *Tourism and gentrification in contemporary metropolises. International perspectives* (págs. 75-103). Londres y New York: Routledge.
- Reichel-Dolmatoff, G. y. (1974). Momil. Dos fechas de radiocarbono. *Revista Colombiana de Antropología*, 17(julio-diciembre), 186-187. doi:<https://doi.org/10.22380/2539472X.1552>
- Rius-Ulldemolins, J., & Posso, L. (2016). Cultura, transformación urbana y empoderamiento frente a la gentrificación. Comparación entre el caso de Getsemaní (Cartagena de

Indias) y el Raval (Barcelona). *EURE (Santiago)*, 42(126), 97-122. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612016000200005>.

9990 palabras