

SANTA

MARTA

- ESTÁ -

NEVADA



★ CERVECERÍA NEVADA ★

MACONDO HERALD

**ENTRE RUTAS Y CAMINOS: AGENCIAMIENTO E ITINERARIOS  
DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA DE  
SANTA MARTA.**

**TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ANTROPÓLOGO**

**JUAN SEBASTIÁN GRANADOS RAMÍREZ**

**TUTORA: MAGDALENA PEÑUELA URICOECHEA**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE ANTROPOLOGÍA  
BOGOTÁ D.C., FEBRERO DE 2021**

## **NOTA DE ADVERTENCIA**

“La universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”. Artículo 23, resolución n° 13 del 6 de Julio de 1946, por la cual se reglamenta lo concerniente a Tesis y Exámenes de Grado en la Pontificia Universidad Javeriana”.



*Fotografía 1 : Granados, J (2019) “La llegada a ciudad perdida”*

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	5
AGRADECIMIENTOS .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
1. CONSIDERACIONES GENERALES DEL ESTUDIO.....	10
1.1 Planteamiento del Problema. ....	10
1.2 Pregunta de Investigación.....	22
1.3 Objetivo General.....	23
1.4 Objetivos Específicos. ....	23
1.5 Justificación. ....	24
1.6 Marco Teórico. ....	25
1.7 Diseño Metodológico. ....	35
2. CAPITULO I : ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO SOSTENIBLE Y TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA. ....	42
3. CAPITULO II: AGENCIAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS COMUNITARIAS. ....	49
3.1 Rasgos y Características de las empresas turísticas comunitarias en la Sierra Nevada de Santa Marta.....	50
3.2 El Turismo comunitario como estrategia de agenciamiento local.....	55
4. CAPITULO III: ITINERARIOS DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA Y BAHÍA DE SANTA MARTA.....	63
4.1 El Trekking a Ciudad Perdida. ....	64
4.2 El Camino a Minca. ....	68
4.3 El Parque Tayrona. ....	72

REFLEXIONES DE CIERRE.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	78
ANEXOS .....	84

## AGRADECIMIENTOS

Después de largas millas recorridas. Llegamos finalmente a Ítaca y como la historia, el viaje en sí mismo es el destino.

Quiero agradecer a todas las personas que me encontré en las diferentes etapas de dicho viaje. A los que creyeron, a los que no, a los que dejaron de creer y volvieron a creer.

Agradezco principalmente a mi familia quienes siempre han estado ahí para mí, largas charlas, largas caminatas. A mis papás y a mis hermanos, que con ellos tuve la oportunidad de conocer la Sierra Nevada por primera vez. A mis abuelas : Mamá Carmenza y Rosita ¡Nos graduamos! Y a Gloria muchas gracias por escucharme siempre.

Para mi Adri gracias por creer en mí y darme parte de su corazón: Esto es de los dos.

Gracias a mi tutora Magdalena Peñuela por sus indicaciones y apoyo incondicional en varias etapas de este proyecto.

Agradezco también a Urbe Caminante, grandes compañeros de viaje. A mis amigos de siempre ahora sí: ¡Gasten Petaco!

Para finalizar gracias a los guías y agencias con los que tuve la oportunidad de interactuar. Que están promoviendo un turismo en contextos regionales tan complejos y le apuestan a un proyecto de vida desde la paz y el trabajo comunitario

*Gracias, Totales*

## INTRODUCCIÓN

Entre rutas y caminos, es una investigación antropológica que surge a partir de la participación que tuve como guía en la fundación ‘Urbe Caminante’. Donde allí tuve la oportunidad de realizar diferentes recorridos a distintos destinos turísticos que conforman la Bahía y la Sierra Nevada de Santa Marta. Cuyo objetivo era fomentar la “apropiación de lugares tanto urbanos como rurales de nuestro país, como una herramienta pedagógica que brinda a los estudiantes la posibilidad de redescubrir y reconocer aspectos históricos, sociales, culturales y ambientales, a través de las diferentes expediciones” (Urbe caminante, 2020).

Con base en esta experiencia y del contacto con los diferentes espacios y sujetos agentes integrados en el turismo desarrollado en esta zona del Caribe colombiano, se plantearon una serie de inquietudes y preguntas sobre la forma en que las comunidades locales realizaban una apropiación del territorio. Mediante una serie de actividades muy concretas como los recorridos a parajes naturales, la visita a poblaciones y puntos de importancia para los pueblos indígenas y campesinos de la zona. Así mismo, la necesidad de intercambiar prácticas cotidianas locales – en torno al reconocimiento territorial, la alimentación y el hospedaje – como parte de los servicios ofrecidos por las diferentes empresas turísticas locales.

Así mismo este interés surge de las lógicas de la fundación Urbe Caminante, en donde se busca redefinir las actividades turísticas enfocadas estrictamente al ocio y el entretenimiento. Sin ningún tipo de contenido pedagógico o reflexivo, lo cual está muy presente en este entorno geográfico desde la década de los años setenta del siglo XX hasta la actualidad. Santa Marta es uno de los principales destinos estratégicos en torno a esta actividad económica. Es así como la biodiversidad, los diferentes paisajes y la importancia histórico cultural de los

espacios situados en: la Sierra Nevada, la Bahía de Santa Marta, y el complejo de playas que componen el parque Tayrona y otras poblaciones cercanas – como Palomino o Buritaca -. De esta forma, han podido acceder a diferentes tipos de población al turismo de sol y playa, el ecoturismo, el turismo patrimonial, y el turismo cultural desde diferentes tipos de opciones de costo y sin tener que realizar grandes desplazamientos dentro de una misma área geográfica.

Con el ánimo de generar un estudio más detallado sobre esta temática la presente investigación está organizada en cuatro capítulos: el primero dedicado exponer el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, los objetivos generales y específicos, la justificación, el marco teórico y el diseño metodológico. El segundo, que trata sobre los aspectos diferenciales que hacen del turismo en la Sierra Nevada un destino particular en términos de sostenibilidad e intercambio cultural desde el punto de vista conceptual y pragmático. El tercero, que hace hincapié en la identificación del agenciamiento y la organización de las empresas turísticas comunitarias en la Sierra Nevada de Santa Marta; y el cuarto, que se detiene en una identificación de los itinerarios turísticos realizados por los colectivos locales comunitarios en Ciudad Perdida de la Sierra Nevada, el corregimiento de Minca y el complejo de playas que componen el Parque Tayrona.

## 1. CONSIDERACIONES GENERALES DEL ESTUDIO.

### 1.1 Planteamiento del Problema.

El turismo ha sido estudiado desde diferentes puntos de vista, ya sea desde la sociología y la antropología, o los estudios de carácter económico o empresarial que han identificado la importancia de esta actividad económica en diversos aspectos sociales que rigen los territorios que son objeto de su implantación. En términos generales la investigación consultada sobre el turismo puede agruparse en tres grandes bloques: uno dedicado a identificar los diferentes tipos de potencialidades turísticas que se pueden desarrollar junto con sus principales rasgos y características – como es el caso de los estudios economicistas o empresariales -. Otro centrado en las implicaciones socio-económicas y culturales que determinan la apropiación y transformación de los espacios y prácticas que son objeto del turismo – que son propias de los estudios sociológicos y antropológicos, orientados hacia una crítica del aislamiento poblacional y la gentrificación -. Un tercer bloque sobre las nuevas corrientes de *turismo comunitario*, sostenible o alternativo implementadas para potenciar las lógicas de apropiación local, el cuidado del territorio y las prácticas culturales que definen los espacios sociales que son objeto de esta actividad económica. De estas tres posturas, podríamos decir que la última obedece a una visión mediadora entre las diferencias que suelen marcarse por los estudios críticos que han centrado su atención en la gentrificación emprendida por el turismo. Mientras que otros resaltan las facultades de esta actividad turística en el marco del desarrollo económico local sin tener en cuenta el impacto social, más allá de las potencialidades lucrativas que éste genere.

Sin embargo, en palabras de Vega (2016), por las particularidades de la Sierra Nevada de Santa Marta como territorio podría incluirse un enfoque territorial o físico, lo cual define cuatro perspectivas en concreto que son:

El desarrollista, que hace referencia a una visión favorable del turismo y ofrece previsiones de demanda con fines fundamentalmente promocionales. El segundo enfoque es el económico, que considera la actividad turística como actividad exportadora, con un claro potencial frente a la contribución para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva, y que deja de lado el análisis de sus beneficios sociales. Un tercer enfoque es el físico, que incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos racionales del suelo. Por último, está el enfoque comunitario, el cual promueve un control local del desarrollo turístico con el fin de que la población sea la beneficiaria, y que enfatiza en el desarrollo de abajo hacia arriba. (p. 171)

Esta última división resulta importante resaltar ya que en Santa Marta “el turismo se ha consolidado en esa imagen común estructurante sobre la cual se debe organizar, materializar y mimetizar el espacio, ya que posee unas condiciones naturales que favorecen el desarrollo de esta práctica” (Chaves, 2011, p.16). Luego lo que permite la convergencia de los tres enfoques mencionados, y del físico como un apéndice necesario para comprender la ordenación territorial de esta actividad económica. La cual obedece a la transversalidad del turismo en la organización y toma de decisiones tanto a nivel político, comunitario y empresarial.

Así mismo el carácter territorial permite dar cuenta el por qué las playas que componen la Bahía de Santa Marta, la playa del Rodadero y el corregimiento de Taganga, son los territorios que más han sido estudiados debido a la gran cantidad de oferta turística y los rápidos e intensos cambios socioeconómicos, culturales y geográficos que se han desarrollado desde los últimos treinta años hasta la actualidad.

En este orden de ideas, las visiones que se tienen del turismo en estas poblaciones, así como del turismo en esta zona no son homogéneas y obedecen en gran parte a los tres o cuatro grandes bloques mencionados anteriormente. Respecto a las investigaciones hechas desde el enfoque empresarial, todas parten de la necesidad de estudiar la oferta y demanda turística, los flujos y cantidad de visitantes. Así como las expectativas y potencialidades del aparato empresarial turístico en la zona para “desarrollar estrategias que conlleven al aumento de la productividad en los operadores turísticos de la ciudad de Santa Marta.” (Ortiz, T, Daza & Labarcés, 2014, p. 1). De estas, destaco el estudio exploratorio realizado por Guardiola (2018), sobre el potencial turístico de Santa Marta, el análisis de las estrategias gerenciales de responsabilidad social en el sector turístico desarrollado por De los Santos y Gutiérrez (2013) y la investigación sobre las estrategias de cultura organizacional de los operadores turísticos de Santa Marta entre el periodo 2012 – 2013, realizadas por Ortiz, Daza y Labarcés (2015), que obedecen al primer bloque de investigaciones.

Por otro lado, las investigaciones de carácter más crítico suelen tomar de base conceptos como la gentrificación, el territorio o las actividades económicas artesanales para analizar el impacto socio-económico que se ha producido en las poblaciones locales. En donde el desarrollo de esta actividad económica suele estar ligada a una serie de privilegios otorgados

al sector empresarial y al aislamiento de las poblaciones locales sobre la administración de sus recursos, la transformación de su territorio y la resistencia de sus prácticas culturales. Dentro de este tipo de investigaciones, destaco las realizadas por Mertins (1972), sobre el turismo en la playa de El Rodadero, y el estudio sociológico realizado por Rodríguez (2015) en Taganga, ambas sobre el impacto del turismo en la actividad pesquera tradicional de estas playas.

Otro grupo de investigaciones críticas del turismo van más allá de las implicaciones socioeconómicas y toman un carácter más cultural o antropológico como es el caso de la investigación realizada por Acevedo (2015), sobre la relación entre el turismo gastronómico y la restricción de la venta de comida ambulante en Santa Marta; o el estudio de Ospina y Mejía (2015), sobre la gentrificación causada por la rehabilitación de los centros históricos de Santa Marta y Barranquilla con el fin de marcar un desarrollo del turismo patrimonial.

En resumen, podríamos decir que los estudios de carácter antropológico tienen un importante componente crítico que me han permitido dar cuenta del impacto social del turismo y las implicaciones económicas generadas por esta actividad. Dentro de las cuáles se destaca: el aislamiento de las poblaciones locales de las decisiones gubernamentales, que afectan sus barrios o territorios. También la dependencia económica de los territorios que han fijado su actividad productiva única y exclusivamente en temporadas estacionarias como las vacaciones. A pesar de su complejidad y visión crítica muchos de estos trabajos suelen obviar los diferentes tipos de turismo, lo cual los distancia de los estudios de carácter economicista o empresarial. Estos en su afán de “potenciar” las ventajas productivas de esta actividad económica, han logrado demostrar que no todos los tipos de turismo actúan de la misma

manera. Por ejemplo, existen estrategias de “cultura organizacional” o “estrategias gerenciales de responsabilidad social”, agenciadas por los grandes y medianos operadores turísticos. Cuyo fin es mitigar el impacto socio-económico en los territorios que son objeto de su producción de servicios de hospedaje, alimentación, ocio y entretenimiento.

De esta manera, en el medio de ambas posturas surgen las corrientes de turismo alternativo o turismo sostenible, que a pesar de ser muy variadas y diversas, suelen estar relacionadas con el desarrollo territorial como base para potenciar el ecoturismo, el turismo cultural y las expediciones pedagógicas. En su mayoría estos proyectos están orientados al desarrollo comunitario de las poblaciones locales que habitan los territorios que son el destino de los viajeros. Muchas veces son propiciados por los mismos pobladores, lo cual marca una diferencia del turismo creado por las grandes y medianas operadoras turísticas dentro del sector privado.

Sumado a esto, las investigaciones que reivindican el turismo alternativo o sostenible, reconocen que gran parte de las problemáticas que se dan al interior de la dependencia económica o la gentrificación no son producto de la actividad económica. Más bien de la falta de agenciamiento que existe de parte de las poblaciones locales en la apropiación de las dinámicas e itinerarios y de la incapacidad que existe por gran parte de los operadores turísticos para sopesar entre los tipos de servicios que pueden prestarse a los turistas que pueden llegar a visitar un destino en concreto. Por ejemplo, la investigación sobre el turismo sostenible realizada por Botero y Zielinski (2010), en la población de Taganga define cuatro tipos de turistas – mochileros, turistas independientes, turistas nacionales, y turistas extranjeros – con el fin de evaluar el grado de impacto generado en la sostenibilidad de este

destino turístico de forma diferencial, más allá de estigmatizar el turismo en general. Y para el caso de este corregimiento también podría destacarse la investigación de Figueroa (2011) sobre la caracterización del turismo sostenible en la zona, en donde la planificación territorial toma un lugar predominante para la creación de este tipo de actividad turística ya que:

La débil presencia de procesos de planificación impulsados por el estado local en los que se concertó con los otros dos actores involucrados [Comunidad y Sector Privado], se evidencia también en la inexistencia de planes de desarrollo integrales del atractivo, en los que se proponga una situación de futuro, no solo para el sector turístico, sino, para los distintos sectores empresariales y sociales. Lo anterior justifica la precaria situación de servicios públicos en un corregimiento con una alta dinámica poblacional, en la que están involucrados flujos poblacionales nacionales e internacionales. (Figueroa Cabas, 2011, p. 113)

A pesar de que gran parte de estas investigaciones no se centran en la Sierra Nevada de Santa Marta, muchas han logrado aportar elementos de contexto para esta investigación sobre el turismo en la zona. Lo cual ha servido para definir el presente planteamiento del problema de investigación en torno a los siguientes aspectos: a.) la comprensión de los elementos socio-económicos que determinan el privilegio de las zonas con mayor potencialidad turística. Cabe citar: la accesibilidad, la existencia de una infraestructura urbana, la convergencia de diversidad de paisajes y sitios de interés general. Además de la integración de diversos tipos de turismo y accesibilidad a diferentes tipos de turista; y b.) la definición de aspectos que no inciden de la misma manera con respecto al turismo desarrollado en la Sierra Nevada de Santa Marta, como el carácter de protección legal que tiene este territorio, o el trasfondo de diversidad étnica, cultural y biológica que reúne el sistema serrano en toda su complejidad.

Para el caso concreto del turismo en la Sierra Nevada de Santa Marta, la mayoría de investigaciones están orientadas desde el enfoque antropológico de carácter crítico. Lo anterior obedece a que uno de los principales interrogantes giran en torno al lugar de las comunidades campesinas y los pueblos originarios, que hacen parte de la representación social y cultural de la zona. La fuerte presencia de este tipo de enfoque reviste cierto sesgo en las posturas críticas. Puesto que estos suelen reproducir las lógicas del impacto social del turismo en Taganga y El Rodadero, hacia un espacio geográfico que reúne unas condiciones muy distintas. Por ejemplo, la Sierra Nevada de Santa Marta no tiene el mismo grado de accesibilidad como espacio geográfico al igual que las playas que se han mantenido como principales centros económicos y turísticos de la zona. Un caso muy ilustrativo para tener en cuenta es el “trekking” a Ciudad Perdida, que implica varios días de recorrido andando por la Sierra Nevada. Allí, no existe otro medio de comunicación para acceder a este destino turístico a excepción del uso de animales como burros o caballos.

Sumado a las limitaciones que ofrece la accesibilidad, en la Sierra Nevada también existe una reserva natural y territorio indígena cobijado por un paquete de normas estatales que han encargado de delimitar las diferentes zonas del sistema serrano. Luego, respecto al área consagrada como reserva natural:

En la Sierra Nevada se han declarado figuras de protección como de la Línea Negra (Decreto 1500 de 2018), la Zona de Reserva Forestal (Ley 2ª de 1959), la Reserva de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (1979), la Zona de Protección y Desarrollo de los Recursos Naturales Renovables y del Medio Ambiente (Resolución 0504 del 2 de abril de 2018

emitida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible).” (Parques Nacionales, 2000)

Lo anterior ha definido un espacio de 3830 km<sup>2</sup> como área de protección ambiental, que se complementa y debate con la diversidad cultural existente en la zona, ya que:

El sistema montañoso llamado Sierra Nevada de Santa Marta desde la llegada de los españoles al continente americano, es nombrado por los pueblos originarios como Sénenuglan (K), U`munukunu (I) y Abu Sheiumun (D, y se concibe como el ‘Territorio Ancestral’ de los pueblos originarios Ikꞑ (Arhuaco), Kággaba (Kogui), Wiwa y Kankuamo (Parques Nacionales, 2020).

Dicha expresiones de diversidad cultural y ambiental, han supuesto un reconocimiento de la Sierra Nevada como un espacio geográfico de vital importancia para el contexto del Caribe colombiano y el territorio nacional en general. Sin embargo, también reviste varios conflictos y dinámicas problemáticas sobre la definición del territorio que se considera hábil para el desarrollo de diferentes actividades económicas, de las cuáles se destaca el turismo. El primero de ellos radica en la aplicación de la Línea Negra o Sheshiza, definida mediante el Decreto 1500 de 2018, por medio de la cual se aplican:

Los principios y las disposiciones [...] aplicables al territorio tradicional y ancestral de los pueblos Arhuaco, Kogui, Wiwa y Kankuamo de la Sierra Nevada de Santa Marta, expresado [...] de acuerdo con la delimitación y fundamentación reconocidas en este decreto, sin perjuicio de los derechos adquiridos, de terceros y de otras comunidades, conforme a la Constitución y la ley. (Art. 2. Decreto 1500 de 2018)

Si bien, esta norma reconoce un aspecto notablemente positivo en la consideración de los espacios que son parte de los pueblos originarios de la Sierra Nevada, con el fin de proteger el territorio en términos de diversidad cultural y ambiental. Este punto de delimitación, también marca una distancia de acceso a las poblaciones campesinas y foráneas del territorio compartido por Wiwas, Arhuacos, Kamkuamos y Koguis. La llegada de elementos foráneos a estas culturas, es un elemento detonante para la comprensión de diversos factores como el conflicto armado, la colonización de baldíos o el aprovechamiento del potencial agrícola y turístico en la zona.

Más allá de la delimitación territorial establecida para la protección ambiental y la diversidad cultural de la zona, existe otro gran debate sobre la representación cultural de este territorio en términos turístico. Cuestión que ha sido estudiada ampliamente desde conceptos como el agenciamiento, y la apropiación cultural. Para el caso de la apropiación cultural podríamos destacar la investigación realizada por Sarrazín (2016), quién menciona como la creación de comunidades hippies en la Sierra Nevada de Santa Marta durante la década de los años setenta, fue el punto de apertura para el turismo, el narcotráfico y muchas actividades que actualmente conviven en la zona. Anteriormente, no existía un contacto o intercambio cultural con los pueblos Koguis, Wiwas y Arhuacos, y estos fueron quiénes paulatinamente permitieron la entrada de personas externas a los territorios y lugares que ellos consideraban sagrados.

Dicho aspecto relacionado con el intercambio cultural ha llevado a desarrollar ciertos conceptos como la “cultura adaptativa” de los pueblos indígenas en la Sierra Nevada, que

para antropólogos como Navarro (2002) refieren a la capacidad de cambio que pueden agenciar las diferentes sociedades respecto de las problemáticas que han surgido en su contacto con otros grupos sociales. En palabras del mismo Navarro (2002) los cambios que han perpetuado el desarrollo del turismo en este territorio se deben entender desde múltiples niveles y escalas ya que:

Hoy día, la Sierra Nevada se muestra como una gran oportunidad económica y hasta de retiro espiritual, como lo evidenció la migración de intelectuales en la década de los setenta desde el interior del país. Estas migraciones no sólo causaron que les quitaran tierras a los indígenas sino que les introdujeron nuevos problemas a la comunidad. El cultivo de la marihuana durante los setenta, y más reciente el proceso de la coca (planta sagrada para los indígenas), fue causa de nuevos enfrentamientos. (p. 214)

Luego, podría decirse que uno de los elementos que más inciden en el desarrollo del turismo y el intercambio cultural en la zona refiere a la capacidad de agenciamiento o ‘adaptabilidad’ que han tenido las pueblos originarios en la Sierra Nevada de Santa Marta. En este sentido, con respecto a su propia representación cultural, que a grandes rasgos, termina siendo la representación de su territorio, sus costumbres y de la posibilidad de que personas externas accedan a compartir sus prácticas culturales desde actividades como el turismo. En resumen, podríamos decir desde la perspectiva del agenciamiento que la permanencia de los grupos indígenas junto con actividades económicas propias y otras como el turismo solo es posible porque “el indígena crea, individual y colectivamente, unos patrones de interacción, que son en sí mismos patrones de producción, en tanto garantizan las condiciones de la sobrevivencia” (Navarro, 2002, p. 218).

A pesar de que la representación cultural es un aspecto fundamental para tratar el agenciamiento de las poblaciones locales en el desarrollo del turismo sostenible. Son pocas las investigaciones que en el contexto de la Sierra Nevada han tratado este aspecto en concreto. Por lo tanto es notoria la necesidad de investigar desde perspectivas turísticas sostenibles, comunitarias o alternativas, que no recaigan en la planificación territorial como la única ventana de sus argumentaciones. Pues más allá de la existencia de una adecuada organización del territorio para el desarrollo del *turismo sostenible*, es necesaria la presencia del agenciamiento de las poblaciones locales. En donde la representación cultural resulta un elemento determinante. Dentro de los ejemplos que podría destacarse sobre el *turismo sostenible* en la Sierra Nevada de Santa Marta, desde el punto de vista del agenciamiento se destaca la propuesta de Vega (2017) sobre el turismo como una propuesta de desarrollo económico en tiempos de posconflicto, y la investigación de Torres y Valencia (2007), sobre el ecoturismo en la vereda Jorará del parque Tayrona de la Sierra Nevada de Santa Marta.

En el estudio de Vega (2017), se presentan varios aspectos de vital interés para la presente investigación, de las cuáles de destaca: en primer lugar, el desarrollo de las diferencias y cercanías entre los diferentes enfoques sobre el turismo. En segundo lugar, una evaluación de las directrices dictadas por la Organización Mundial del Turismo en sus diferentes declaraciones – Manila (Filipinas, 1980), Sofía (Bulgaria, 1985) y Santiago (Chile, 1999) - sobre la posibilidad de desarrollo del turismo como estrategia de paz y agenciamiento local. Por último y tercer lugar, el reconocimiento del Camino a Teyuna (Ciudad Pérdida) como uno de los territorios incluidos dentro del programa de “Turismo para la construcción de paz” que hace parte del Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018 presentado por el Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo, y la Dirección Nacional de Planeación en el año 2014” (Vega, 2017, p. 176).

Este último aspecto resulta importante pues es también uno de los puntos que se destacan en el artículo escrito por Munera (2009), sobre el control territorial y desarrollo en la Sierra Nevada de Santa Marta. Donde se habla del proyecto de “Cordón Ambiental y Tradicional, impulsado por un sector del pueblo Arhuaco” (Munera, 2009, p. 5), respaldado por el Consejo Territorial de Cabildos. Integrado por los gobernadores de los cabildos Kogui, Wiwa, Arhuaco y Kankuamo con el fin de integrar las diversas zonas de la Sierra Nevada “a las lógicas políticas y económicas regionales, en particular a la del turismo, que podría imponerse en unas condiciones que no contribuyan a fortalecer la autonomía indígena [ya que] el reto de estos pueblos consiste en avanzar en sus reivindicaciones históricas por su cultura, autonomía y territorio, sin ser funcionales a esta estrategia de recuperación social que les genera diversos riesgos, entre ellos el de ser percibidos como aliados de una de las partes del conflicto, que sigue vigente en la región [...]” (Munera, 2009, p. 5).

## **1.2 Pregunta de Investigación.**

A partir de las reflexiones desarrolladas en el apartado anterior surgen una serie de interrogantes que orientan la pregunta de investigación del presente proyecto. En este sentido: ¿Puede tener el mismo impacto socio-económico y cultural el turismo en un territorio protegido como reserva natural y territorio indígena? ¿Puede darse el mismo impacto en la Sierra Nevada, el Parque Tayrona o Minca, aun cuando estas son zonas con una accesibilidad más dificultosa que las playas de Taganga o El Rodadero? Y a propósito de las operadoras turísticas comunitarias, que operan en la Sierra Nevada: ¿Son estas las mismas lógicas productivas y económicas que la de la mayoría de las grandes y medianas operadoras turísticas que tienen un marcado privilegio en la Bahía de Santa Marta?

De esta manera, la pregunta de investigación que rige este proyecto es: **¿Cuáles son los itinerarios y mecanismos de agencia utilizados por las operadoras turísticas comunitarias de la Sierra Nevada, el Parque Tayrona y el corregimiento de Mincá, para fomentar el turismo sostenible como una actividad económica?**

### **1.3 Objetivo General.**

Analizar los itinerarios y mecanismos de agencia utilizados por la operadoras turísticas comunitarias de la Sierra Nevada de Santa Marta, el Parque Tayrona y el corregimiento de Minca para fomentar el *turismo sostenible* como actividad económica.

### **1.4 Objetivos Específicos.**

- Identificar los itinerarios turísticos desarrollados por las Operadoras Turísticas Comunitarias en Ciudad Perdida, el Parque Tayrona y el corregimiento de Minca.
- Describir las lógicas de agenciamiento desarrolladas por las poblaciones locales que gestionan y administran la actividad turística en las zonas geográficas mencionadas.
- Analizar la propuesta de *turismo sostenible* y *turismo comunitario* realizado por la Operadoras Turísticas comunitarias como alternativas de desarrollo integral en las reservas naturales y territorios con trasfondo étnico aisladas geográfica y económicamente de los principales centros turísticos de la zona.

## 1.5 Justificación.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad de establecer una visión crítica del turismo en una doble vía: tanto en las posturas que condenan esta actividad económica, por sus implicaciones sociales en la organización y reconfiguración de los territorios. Aunque desconocen su importancia en el agenciamiento de las poblaciones y espacios geográficos que dependen de éste. Como en los enfoques que están orientadas a definir la capacidad productiva de esta actividad, sin tener en cuenta el impacto realizado por las grandes y medianas operadoras turísticas.

De esta manera, la presente investigación reivindica la capacidad de auto organización e implicación de las poblaciones locales, con mayores dificultades de acceso y promoción del turismo. Como es el caso de la Sierra Nevada, principalmente, para sobrevivir a las dificultades económicas de la vida en el campo a través del *turismo sostenible*. En este caso, aparece como una alternativa desarrollada para potenciar el conocimiento de su territorio, sus prácticas y unas relaciones reflexivas que superan las lógicas de devastación del territorio o la idealización de una actividad productiva como el turismo. Es así, como a partir de este estudio antropológico, es posible demostrar que más allá de disfrute o el entretenimiento generado en la visita de un destino turístico. También es posible establecer vínculos de aprendizaje y experiencias de intercambio cultural significativo, por medio de enfoques alternativos. Lo anterior, propone que las problemáticas del turismo no radican en esta actividad económica como tal, sino en el desarrollo de un determinado tipo de relaciones determinados por los distintos perfiles de viajeros, promotores turísticos y visitantes.

## 1.6 Marco Teórico.

El presente marco teórico se realiza de acuerdo a la *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo* (Schulte, 2003<sup>1</sup>) elaborado para el ILPES - Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica ya que desde este enfoque:

La planificación y al desarrollo del turismo está determinado no sólo por la tarea de definir una política de turismo, sino también por la de manejar temas tan relevantes como la promoción de los productos en el mercado extranjero, la elaboración de planes generales que contribuyan a mejorar la cantidad y calidad de la oferta, la coordinación y el financiamiento (a través de recursos propios o de otros agentes estatales) de un sinnúmero de áreas como infraestructura vial, telecomunicaciones, transporte, entre otras. (Schulte, 2003, p. 6).

Desde esta perspectiva, el turismo se define como una actividad económica integral que tiene una incidencia desde cuatro escalas concretas: la primera de carácter global, debido a que gran parte del turismo se encuentra regulado por un sistema de normas y declaraciones internacionales dictadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT). La segunda, de carácter social, ya que el turismo representa un movimiento y desplazamiento de personas desde diferentes geografías y culturas lo cual genera un impacto a nivel medioambiental, económico-social, cultural y político. La tercera, de carácter mercantil, puesto que al ser una

---

<sup>1</sup> En el presente marco teórico tomo en consideración gran parte del trabajo realizado por Schulte ya que éste contiene una explicación amplia sobre los marcos legales, sociales, políticos y económicos en los que se enmarca el fenómeno turístico.

actividad económica está supeditada a aspectos determinantes en la demanda y oferta de servicios desarrollados desde las lógicas de la inversión extranjera, principalmente. La cuarta, relacionada con la planificación territorial de los espacios concebidos como destinos turísticos, ya que ello implica construir y adaptar diferentes espacios para suplir los servicios de alimentación, transporte, hospedaje, ocio y comercio necesarios para el funcionamiento de esta actividad económica.

Dentro de la primera escala, la que refiere al panorama global en concreto, se encuentran las definiciones consensuadas por la OMT en sus diferentes declaraciones - Manila (Filipinas, 1980), Sofía (Bulgaria, 1985) y Santiago (Chile, 1999) - sobre el turismo y el turista en términos genéricos. De esta manera, el turismo es entendido como “el concepto de demanda que se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivos de ocio, diversión, negocios u otros.” (Schulte, 2003, p. 11). Sin embargo, a pesar del carácter genérico de esta definición del turismo dentro del enfoque elaborado para la ILPES, existe una diferencia entre el turista como viajero o visitante. Independientemente, de que su desplazamiento este dado con objeto del ocio, la visita de amigos o familiares, los negocios, la salud, la apreciación patrimonial o turística, o la religión y peregrinaciones, ya que:

El participante principal del turismo es aquella persona que realiza un viaje, distinguiéndose de cualquier otro viajante como visitante. Mientras el viajero es cualquier persona que viaja de un lugar a otro, visitante es aquel que viaja a otro lugar distinto de su entorno habitual por menos de 12 meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita. Existen dos tipos de visitante: el internacional, que es aquel

visitante que viaja a un país distinto al de su residencia y el doméstico, que viaja sin salir del país en el que reside. (Schulte, 2003, p. 11)

La importancia que toma la frecuencia de estadía resulta sumamente importante ya que al momento de realizar el desplazamiento – sea por vía aérea, marítima o terrestre – termina reflejándose en el “gasto del turismo”, un concepto desarrollado por la CEPAL, que “refiere al conjunto de gastos que realizan los visitantes en la preparación de su viaje, durante su viaje y estadía, e incluso a su regreso” y que a su vez “implica el consumo de bienes y servicios por las personas, lo que significa a su vez la generación de empleo, inversiones y desarrollo de nuevos productos entre otros.” (Schulte, 2003, p. 12). Así mismo, el “gasto del turismo” que se ve reflejado en un determinado viaje está orientado por un determinado tipo de servicios que definen la operatividad del sector turístico, y que refieren a: i.) Alojamiento, ii.) Transporte, iii.) Abastecimiento de la alimentación y servicios básicos, iv.) Recreación, v.) Inversión en Operadoras Turísticas, e vi.) Inversión en agencias y gastos adicionales – como seguros de viaje, guías, o medicamentos como la vacunación exigida en destino turísticos especiales, entre otras (Schulte, 2003).

Estos últimos cinco rubros que hacen parte del gasto, son los que permiten medir o cualificar la calidad, cantidad, características y los flujos presentes en la demanda y oferta de cada sector turístico en concreto. Dentro de las directrices de la OMT, se encuentran agrupados en los siguientes tipos: i.) turismo de ocio, recreo y vacaciones; turismo de negocios o relaciones profesionales; y iii.) el turismo por diversos motivos como visitas a amigos o familiares, tratamientos de salud o motivos religiosos. De esta manera, por cada tipo de turismo existen unos aspectos concretos con respecto al comportamiento de los flujos de oferta y demanda,

además de otras características particulares, por ejemplo, el turismo de ocio, recreo y vacaciones se caracteriza por tener un periodo corto de estancia, una frecuencia estacionaria – normalmente relacionada con la llegada de las vacaciones -, y un alto nivel de consumo relacionado con el alojamiento, transportes y alimentación. A diferencia del turismo de negocios o profesional, e incluso el religioso que suelen darse en un periodo de tiempo relativo y un consumo estable de servicios de alimentación y transporte.

Dentro de estos tipos de turismo, el de recreo, ocio y vacaciones suele diferenciarse en una serie de líneas más concretas ya que suele abarcar una gran diferencia de servicios y características, dentro de las cuáles se destaca:

- a.) El turismo urbano, que consiste en visitar núcleos urbanos de distintas dimensiones con el fin de conocer lugares de interés general, museos, bibliotecas, patrimonio arquitectónico, restaurantes, entre otros.
- b.) El turismo cultural, que trata de generar un intercambio cultural de las visitas a través del contacto con costumbres, arquitectura, gastronomía y manifestaciones artísticas.
- c.) El turismo de resort o complejos hoteleros, que representa la gran mayoría de oferta de las grandes operadoras turísticas y consiste en construir espacios autosuficientes basados en el descanso y esparcimiento en un espacio cerrado
- d.) El agroturismo, que se centra en la visita a explotaciones agrarias o el conocimiento de la vida en el campo y sus particularidades.
- e.) El ecoturismo, que se basa en la visita a áreas naturales sin disturbar el entorno, apreciando los atractivos naturales y manifestaciones culturales que puedan darse en

uno o varios destinos con un involucramiento activo y benéfico con las poblaciones locales (Schulte, 2003)

Si bien, el turismo en la Sierra Nevada de Santa Marta está estrechamente relacionado con las características del ecoturismo. Paralelamente a esta tipología también podría hablarse del *turismo sostenible*, que es un concepto transversal derivado del “desarrollo sostenible”. De acuerdo a los lineamientos de la ILPES, el *turismo sostenible* es entendido como un tipo de turismo basado en: a) la sostenibilidad ecológica, cultural, social y económica; b) el cambio de intereses del viajero hacia “una vuelta a la naturaleza”, c) el fomento del ecoturismo y el turismo de naturaleza; d) el involucramiento de las comunidades locales; y e) la participación armoniosa del sector privado, el Estado y las comunidades con el fin de preservar unas condiciones medioambientales óptimas en el destino turístico (Schulte, 2003, p. 18).

Para el caso de la armonización entre los diferentes sectores en el contexto colombiano, la investigación de Figueroa (2011), ha realizado un balance dentro de las responsabilidades que debe ejercer cada sector – Estado, Sector Privado y Comunidades Locales - dentro de una perspectiva de *turismo sostenible*, en donde la planificación e implementación de planes de ordenamiento territorial toman un lugar prioritario, ya que:

- i. El sector privado: genera y provoca el crecimiento de los negocios turísticos de acuerdo a su naturaleza, pero también debe trabajar activamente con el sector público y otras organizaciones a nivel nacional e internacional para fomentar nuevas alternativas de negocio.

- ii. El sector público: es responsable de implementar una política de turismo, consolidar la planificación del desarrollo y la regulación de la acción empresarial turística en las respectivas escalas nacional, regional y local.
- iii. Las comunidades: “proveen la oferta de trabajo necesaria para el incremento continuo de la productividad y además son los responsables de la revisión continua de las políticas regulatorias que controlan la conducta estratégica de las firmas”. (Figueroa, 2011, pp. 110).

Dicha asignación de responsabilidades es supremamente importante ya que implica hablar del segundo eje, referente al impacto generado por esta actividad económica independientemente de su carácter sostenible. De esta manera la *Guía conceptual y metodológica* de la ILPES (Schulte, 2003) clasifica diferentes tipos de impactos, dentro de los cuales se encuentran:

- a.) El Impacto ambiental causados por la producción de desechos, la contaminación derivada de los desplazamientos, la generación de ruido, la utilización descomunal del espacios físicos para la construcción de infraestructuras, la degradación de los ecosistemas, la puesta en peligro de especies de fauna y flora en vías de extinción, y el gasto desmedido de recursos básicos como el agua o la energía en lugares caracterizados por la escasez. (Schulte, 2003)
- b.) El Impacto socio-económico provocado por la pérdida de tradiciones y costumbres, la dependencia económica del turismo, el aumento de los precios del suelo, el aumento de los impuestos de propiedad, el aumento de la oferta de mano de obra y el incremento de los impuestos de valor agregado. (Schulte, 2003)

- c.) El Impacto económico como efecto de la desigualdad entre las divisas de los visitantes y la población oriunda, y el *leakage* o goteo – que representa la salida del dinero proveniente del turismo en regiones apartadas hacia otros países, regiones o ciudades capitales (Schulte, 2003).

El mayor o menor impacto causado por esta actividad económica, está determinado a su vez por el tercer eje del turismo relacionado con su carácter mercantil. De esta manera, hay que diferenciar entre el “factor de la demanda”, que “consta de los mercados turísticos actuales y potenciales, tanto nacionales como internacionales” y depende de factores políticos y financieros; y el “factor de la oferta” que esta “integrado en general por el sector privado que consta de alojamiento turístico en sus diversas formas, tour operadores, servicios de gastronomía y otras actividades de recreación” (Schulte, 2003, p. 33). El impacto esta pues estrechamente relacionado con la capacidad de manejo de la gestión turística, en donde el Estado, el Sector Privado y las comunidades locales tienen unos papeles definidos que se pueden resumir de la siguiente manera:

- a.) Estado – que le corresponde i.) asumir la provisión eficiente de bienes sociales y servicios que no pueden producirse desde el mercado, ii.) distribuir de forma equitativa la riqueza necesaria para generar mejores condiciones en el sector público y las comunidades, iii.) asegurar la estabilidad en función de indicadores macroeconómicos como el nivel de empleo, la estabilidad de precios y la solidez financiera de los diferentes proyectos, y iv.) administrar la institucionalidad turística con la creación de un sistema jurídico para esta actividad económica, la defensa del

orden público, la creación de consejos consultivos con el sector privado, y la formulación de políticas de turismo. (Schulte, 2003)

b.) Sector Privado – que le corresponde i.) crear las infraestructuras necesarias para el alojamiento de los visitantes de acuerdo a las necesidades básicas de quien consume dicho servicio; ii.) establecer servicios de transporte adecuados que aseguren el desplazamiento de un destino a otro, y iii.) coordinar la producción turística entre las diferentes agencias de viaje, operadoras turísticas y organizadoras de tours o guías. (Schulte, 2003)

c.) Comunidades Locales- que les corresponde i.) fomentar la participación en los diferentes grupos para la creación de los planes regionales del turismo, ii.) disponer de las herramientas necesarias para la intervención de los territorios, iii.) cumplir con las normativas referentes a la sanidad, la protección del medio ambiente, la higiene, el expendio de alcohol, la seguridad y las condiciones laborales, iv.) la entrega de licencias a los operadores turísticos y empresarios para desarrollar una oferta turística en condiciones, v.) formar y capacitar profesionalmente a las poblaciones para el desarrollo del turismo local en materia de funciones administrativas, certificación y servicios de información, y vi.) generar una infraestructura básica diversa apta para los diferentes tipos de turistas (Schulte, 2003).

Respecto al último eje, relacionado con la planificación estratégica de las actividades turísticas, se busca desarrollar un esquema o modelo de análisis que permita orientar la actividad turística hacia unas condiciones deseables con el fin de superar las limitaciones y aprovechar las oportunidades que se generen dentro de un determinado sistema turístico. Es así como:

La planificación del turismo es una de las tareas primordiales de la institucionalidad estatal turística, sin embargo existen una serie de actores del sector privado que deben participar en esta labor fundamental. A través de la planificación se determinan objetivos que desean alcanzar en conjunto los actores involucrados y que conciernen a un territorio determinado, es decir una región o una localidad, dependiendo del alcance del respectivo plan. (Schulte, 2003, p. 57)

Respecto al desarrollo de las etapas operativas que conforman la planificación estratégica del turismo hay que destacar que muchas están relacionadas con la metodología aplicada en este estudio, pues suponen partir de un diagnóstico de las condiciones del turismo con el fin de generar estrategias de agenciamiento local para el desarrollo de las comunidades, en primer lugar; para potenciar la capacidad operativa del sector privado; y para delegar responsabilidades al turismo en materia de políticas y recursos destinados por el Estado. De esta forma, las etapas de la planificación estratégica pueden resumirse en:

- a.) Diagnóstico de los aspectos favorables, desfavorables y potenciables de los sitios naturales, los museos y las manifestaciones culturales, el folklore, la realización de elementos técnicos, científicos y artísticos contemporáneos, y los acontecimientos programados como festivales, ferias o ceremonias religiosas (Schulte, 2003).
- b.) Definición de Objetivos Estratégicos y Específicos para fomentar las potencialidades de los diferentes aspectos que pueden resultar atractivos o desfavorables de un destino turístico (Schulte, 2003).
- c.) Desarrollo de una Estrategia Local o Regional concertada por las comunidades locales con el fin de sopesar los desbalances con el Sector Privado (Schulte, 2003).

- d.) Elaborar un Plan de Inversión de acuerdo a las necesidades y alternativas que puedan vislumbrarse en el proyecto turístico que se quiera desarrollar (Schulte, 2003).
- e.) Evaluar la capacidad de ejecución y funcionamiento a partir de los costos previsibles, el diseño y la operatividad de los itinerarios planeados. (Schulte, 2003)

Si bien la planificación estratégica resulta un proceso sumamente amplio en la presente investigación buscará darse una apertura a los puntos de: a.) Diagnóstico de los aspectos favorables, desfavorables y potenciables en los itinerarios propuestos por las operadoras turísticas locales en la Sierra Nevada de Santa Marta. b.) Evaluar la capacidad de ejecución y funcionamiento a partir de los costos previsibles, el diseño y la operatividad de los itinerarios planeados por las poblaciones locales como una estrategia de agenciamiento local. A pesar de que el resto de aspectos resultan de vital importancia, en aras de contextualizar y delimitar el campo de acción investigativa estos serán descartados pues excedería los elementos que hacen parte del diseño metodológico de la investigación.

## 1.7 Diseño Metodológico.

La presente investigación es un estudio etnográfico realizado para comprender y analizar el funcionamiento y desarrollo de las operadoras turísticas locales que se encargan de gestionar el *turismo sostenible* en la Sierra Nevada de Santa Marta. En su desarrollo está compuesta por tres fases concretas: la planificación y diseño del estudio, la ejecución, y la sistematización y análisis de la información y resultados de investigación. Paralelo a estos aspectos formales, este diseño metodológico busca potenciar el carácter etnográfico de esta investigación a partir de la información recogida como observador participante dentro de las actividades de la Fundación Urbe Caminante , encargada de promover el *turismo sostenible* en diferentes espacios rurales y urbanos de la geografía colombiana.

De esta manera, la planificación y el diseño de la investigación está orientado a la identificación de los indicadores que propone la Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Desarrollo Turístico de la *Guía metodológica y conceptual* creada por Silke Schulte (2003, p. 61) para la ILPES que se aprecia en el siguiente cuadro.

**EJEMPLO DE MATRIZ, POTENCIALIDADES, LIMITACIONES Y PROBLEMAS  
EN EL DESARROLLO TURÍSTICO (APLICABLE A NIVEL REGIONAL Y LOCAL)**

<b>Area temática</b>	<b>Potencialidades</b>	<b>Limitaciones</b>	<b>Problemas</b>
Demanda y oferta turística, cultura empresarial y antecedentes económicos	Creciente demanda Incipiente diversificación de la oferta Gran potencial ecoturístico Incipiente asociatividad de los empresarios Existe disponibilidad por parte del sector privado para la inversión Constante incremento de la cantidad de empresas Producto de alta competitividad internacional (ecoturismo)	Falta de conocimiento del mercado internacional Falta de promoción Falta de iniciativas de los empresarios asociados Temporada corta (tres meses al año) Tarifas elevadas	Falta de acceso a información (aislamiento de la gente) Falta de conexiones y acceso a Internet para aplicar técnicas modernas de promoción Falta de asociatividad empresarial Falta de creencia en el negocio Falta de nociones de competitividad
Medio ambiente y ubicación geográfica	Espectaculares escenarios y paisajes Numerosos Parques y Reservas Nacionales Zona casi sin contaminación Existencia de marco legal ambiental completo Durante la Temporada alta la región constituye uno de los pocos destinos de pesca con mosca en el hemisferio sur	Extremada lejanía de los mercados emisores Altos costos de viaje	Falta de fiscalización de algunos delitos ambientales por la falta de personal y la amplitud de la región
Infraestructura (Servicios, transporte y telecomunicaciones)	Nuevo aeropuerto Red vial en casi toda la región	Aeropuerto altamente dependiente de la situación climática Transporte vial dificultoso y dependiente del clima Falta de conexiones de Internet	Falta de infraestructura en los parques y reservas Falta de acceso a algunos parques Carreteras en mal Estado
Población y cultura	Baja densidad de la población (aumenta la probabilidad de participar) Gran interés en el sector turístico Existencia de elementos culturales, históricos y arqueológicos no explorados	Poca capacitación y profesionalismo en el sector Aislamiento de los empresarios Falta de intercambio de información	Falta de acceso a formación profesional
Aspectos institucionales	Existencia de instituciones para el desarrollo turístico Participación por parte de casi todo el sector en el desarrollo del turismo a través de distintas herramientas para el fomento Alto interés en el desarrollo del sector por parte del sector público	Demora en el procesamiento de solicitudes y otros trámites Falta de intercambio de información y de consenso Gran cantidad de instrumentos de fomento poco conocidos en la región	Falta de profesionales Falta de recursos financieros Falta de coordinación en el ámbito turístico por parte del sector público

*Figura 1 – Matriz de Evaluación de las Potencialidades, Limitaciones y Problemas en el desarrollo turístico (Silke, 2003, p. 61)*

Con la identificación de los siguientes indicadores se buscará generar una evaluación integral de los itinerarios que han sido propuestos por las operadoras turísticas locales de la Sierra Nevada de Santa Marta. Todas están conformadas por población local de estos territorios , con el fin de generar un intercambio cultural y promover el turismo regional , como alternativa económica a sus labores agropecuarias en el sistema serrano.

De esta manera, en la ejecución se planearon tres entrevistas a tres guías turísticos, los cuales por el acuerdo confidencial tomaran el nombre de guía#1, guía#2 y guía#3. En este sentido, el guía # 1 fue de la comunidad Wiwa que su vez hace parte de la operadora 1; el guía #2 fue una persona nativa de la Sierra Nevada de Santa Marta que se autodenomina como indígena y hace parte de la operadora turística campesina operadora 2; y el guía#3 que fue un guía independiente, descendiente de los gúaqueros que descubrieron Ciudad Pérdida en el año 1975( *ver figura 1* ) . El carácter de estas entrevistas es semiestructurado, y su realización fue a manera de una charla informal mientras se ejercían los recorridos hacia Ciudad Pérdida. Cabe aclarar que los nombres fueron cambiados en aras de conservar la confidencialidad pedida por los guías.

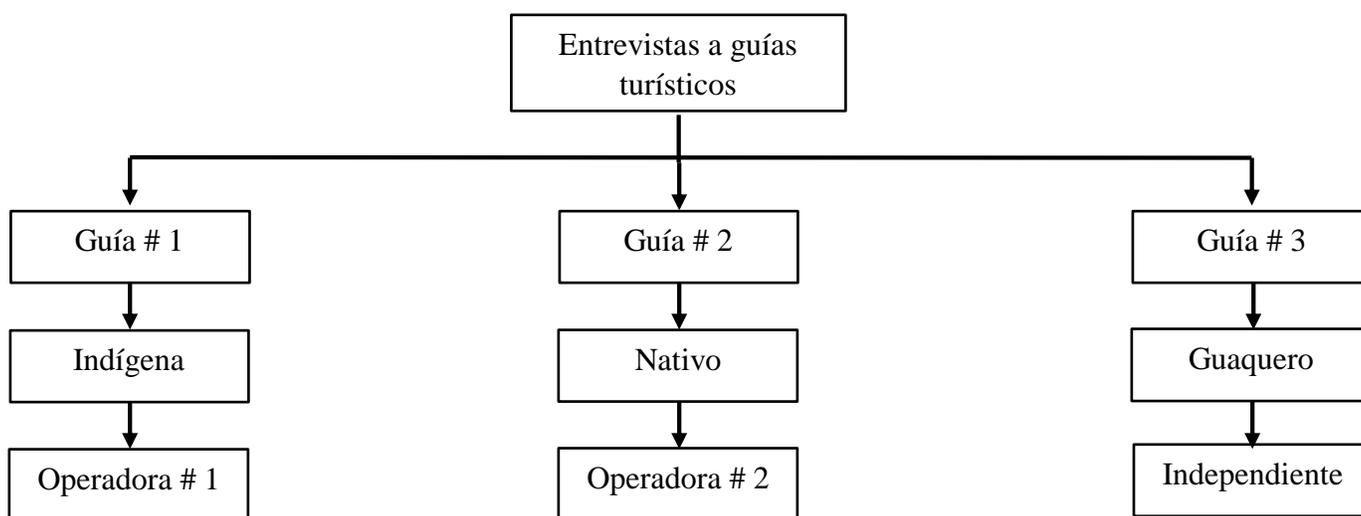


Figura 1:Granados (2020) Cuadro explicativo de entrevistas a guías turísticos.

De la misma manera, se realizó un trabajo de indagación, observación y análisis de tres agencias turísticas con el fin de conocer los modelos de turismo presentes en la Sierra

Nevada. Allí se analizaron tres operadores de los cuales dos estaban a cargo de campesinos y una de indígenas Wiwa presentes en la sierra ( ver figura 2).

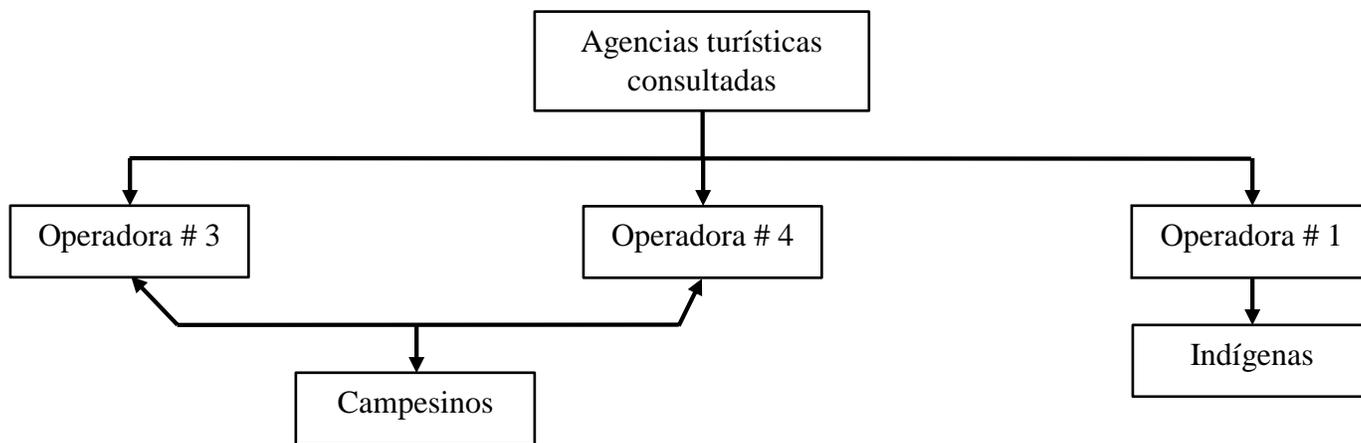


Figura 2:Granados (2020) Cuadro explicativo de operadoras turísticas.

Bajo este panorama, y en la intención de potenciar el carácter participativo de la etnografía, se realizó un trabajo de campo dividido en dos partes: la primera como guía de la Fundación Urbe Caminante, en donde se buscó realizar un proceso de observación de los perfiles que se dan de las personas encargadas de orientar los viajes a la Sierra Nevada de Santa Marta. La segunda, en donde se realizó un contacto directo con las promotoras turísticas de la Sierra Nevada y los diferentes perfiles de guías turísticos en dos momentos de trabajo de campo de un mes de duración aproximadamente.

De los aspectos a destacar dentro de esta observación etnográfica se evidenció el grado de apropiación cultural del pasado prehispánico de la Sierra Nevada de Santa Marta. También, el compromiso y la gestión del *turismo comunitario*, y el nivel de institucionalización de los discursos derivados por cada uno de los guías. Por otro lado, el trabajo de campo se centró en el agenciamiento y el diseño de los itinerarios desde la perspectiva de los guías u orientadores por tres razones concretas. En primer lugar, porque desde los estudios sobre

*turismo sostenible* y el enfoque teórico de la ILPES, suele privilegiarse el lugar de la demanda y el consumo turístico. Así se otorga privilegio a los juicios, necesidades y posición del viajero, lo cual da cuenta de elementos relacionados con el gasto turístico como tal más no del nivel de agenciamiento creado por quienes ofertan este servicio turístico. En segundo lugar, porque los tres perfiles de los guías entrevistados, y mi proceso de observación como guía de la fundación, supuso contrastar el nivel de apropiación territorial y el grado de institucionalización de los discursos que se agencian al momento de coordinar las actividades de un viajero que tiene como destino visitar la Sierra Nevada de Santa Marta. Y en tercer y último lugar, porque de esta manera podría buscarse una muestra más heterogénea y diversa que permitirá encontrar puntos en común y aspectos disímiles en las formas de apropiación y promoción del turismo en la zona.

Por último, para el desarrollo de los elementos de análisis y sistematización de la información recogida se utilizaron dos lineamientos etnográficos. El primero está orientado hacia la comprensión de la “turístificación” a partir de la propuesta etnográfica de De la Maza (2018), en donde se busca generar un vínculo entre el Estado y las comunidades para dar cuenta de:

El rol del turismo como una forma específica de acción pública para la población indígena [...]” puesto que esta actividad económica “ [...] busca dar cuenta del proceso en que los territorios indígenas cambian su vocación económica y de desarrollo hacia el turismo, promovido tanto por actores externos al territorio como internos, incluyendo en esto a los pueblos indígenas que lo habitan (De la Maza, 2018, p. 2019).

Bajo esta perspectiva, el segundo de ellos está centrado en la relación entre el turismo como practica social enmarcada dentro de la globalización, puesto que gran parte del auge que ha tenido el turismo a nivel mundial como en la Sierra Nevada de Santa Marta, está determinado por el contacto de poblaciones externas a los territorios que son destino del turismo. Cada vez con mayor velocidad y diversidad de consumo, e incluso mayor rapidez y accesibilidad en los desplazamientos. De esta manera, busca realizarse un análisis apartado de las tendencias cuantitativas que suele dominar en los estudios sobre el turismo, ya que en la propuesta etnográfica de Nogués (2005) se reconoce como:

Aunque una parte de investigadores consuman mucho tiempo discutiendo y definiendo en qué momento y por qué motivos alguien se ‘metamorfosea en turista’ o en qué consiste el ‘fenómeno’ del turismo, la gran mayoría de los habitantes de este Planeta no dudan al reconocer quién es turista, ni al defender al turismo como esa deseable fuente de ingresos que traerá desarrollo, riqueza y bienestar. Lejos de recurrir al hecho cuantitativo de su presencia en el PIB, al número de viajeros, o a las pernoctaciones según categorías de alojamientos para subrayar su importancia, lo cierto es que el turismo es una práctica social que se ha extendido por toda la Tierra. (Nogués, 2005, p. 1)

Luego a partir de la vinculación del turismo en las comunidades indígenas como un aspecto netamente político, de la observación del turismo como una práctica social que es posible de observar en términos cualitativos es que se ha planteado la sistematización y análisis de la información de la presente investigación partiendo de la organización de la información que se recoge en las cinco áreas temáticas – i.) Demanda y Oferta Turística, ii.) Medio Ambiente y ubicación geográfica, iii.) Infraestructura y medios de telecomunicación y transporte, iv.) Población y Cultura, y v.) Aspectos Institucionales - que se detallan en la Matriz de

Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Desarrollo Turístico de la *Guía metodológica* y *conceptual* creada por Schulte (2003, p. 61) para la ILPES.

## **2. CAPITULO I : ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO SOSTENIBLE Y TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA.**

El presente capítulo tiene como objetivo establecer un diálogo entre las distancias y cercanías que existen con respecto al concepto de *turismo sostenible*. Creado por la OMT desde el año 2005, y las dinámicas de *turismo comunitario* empleado en la Sierra Nevada de Santa Marta por las operadoras locales que promueven y gestionan la actividad turística en este territorio. La importancia de esta discusión radica en que más allá de las directrices de la OMT y la aplicación de la *Guía conceptual y metodológica del Turismo* de la ILPES (Shulte, 2003) existe toda una serie de discusiones de orden legal y pragmático. Relacionadas con la delimitación territorial y la auto denominación de los pueblos originarios. Estas permiten entender como el desarrollo del turismo en la Sierra Nevada tiene unas particularidades que superan las definiciones estrictas de esta actividad, en términos de la sostenibilidad del mercado.

Bajo este panorama, tras la Declaración de Manila de 1980 realizada por la OMT el turismo empezó a asumirse a nivel internacional como una actividad económica de carácter mundial. Esta requería un reajuste sobre la forma en que venía desarrollándose en los países en vías de desarrollo, que gozaban de una diversidad cultural y medioambiental, distinta del contexto europeo o norteamericano. Estas últimas hasta esa fecha concentraban la mayor parte de la oferta y los capitales de las grandes operadoras turísticos transnacionales. Si bien en esta declaración no se hablaba de *turismo sostenible* como tal. Existía un grado de compromiso de parte de los Estados miembros de la ONU y su AGNU – Asamblea General de las Naciones Unidas – para sopesar los dos problemas principales que afectaban al desarrollo

del turismo: en primer lugar, todo lo relacionado con el impacto social, económico, cultural, político y medioambiental, en los territorios que dependían de las grandes operadoras turísticas - a propósito de la Declaración A de 1980-. En segundo lugar, respecto al reajuste de la oferta entre los territorios que ofrecían una mayor infraestructura y mejores condiciones de servicios de aquellos con una gran potencialidad pero con dificultades para poder ejecutar un aparato turístico competitivo – en relación a la Declaración B de 1980.

La preocupación por el impacto social del turismo no sería conceptualizado en problemas concretos hasta la Declaración de Sofía en 1985. Posteriormente, Santiago de Chile en 1999 en la que Colombia asistió como estado miembro de la OMT con el fin de asumir una responsabilidad sobre temas que en principio estaban relacionados con los conflictos provocados por la llegada de visitantes a lugares con una importancia cultural, medioambiental y religiosa para las poblaciones locales. De esta forma, se creó el Código Ético Mundial del Turismo, una medida de regulación internacional. Esta trataría de forma directa problemas como la prostitución, el deterioro de fuentes hídricas, la explotación laboral de los trabajadores dentro del sistema turístico, el riesgo de seguridad causada por el terrorismo, la creación de proyectos de financiación y apoyo institucional a los países con mayores desigualdades, pero sobre todo la libertad de tránsito de viajeros y locales dentro de los diferentes destinos (Artículo VI, OMT, 1985, p. 45).

En este sentido, aunque el libre tránsito parece un tema obvio para muchos viajeros en la actualidad, en el contexto de la Sierra Nevada de Santa Marta, esta problemática se encuentra definida desde una doble vía: una primera definida por las restricciones de tránsito y la auto denominación de los territorios indígenas Wiwa, Arhuacos, Kamkuamos y Koguis, que se

encuentran dentro de la Línea Negra o Sheshiza definida por el Decreto 1500 de 2018. En segundo lugar, por las restricciones de acceso al territorio marcadas por diversos factores como el conflicto armado, las dificultades geográficas de acceso y la resistencia de las comunidades locales para la creación de vías de acceso y transporte que impliquen un impacto en las culturas y el medioambiente del complejo serrano.

Antes de poder referirse al turismo en la Sierra Nevada como un destino enmarcado por el libre acceso en su totalidad, habría que generar un concepto de *turismo sostenible* mucho más abierto y distanciado de los parámetros internacionales dictados por la OMT. En la medida de la actividad turística en esta zona podría definirse como un territorio de acceso diferencial marcado por la toma de decisiones en comunidad y en la cual existen diversos tipos de territorios. Cabe citar el Jaba Seshiza (Territorio Kogui), el Shetana Zhiwa (Territorio Wiwa) y el Seykutukunumaku (Territorio Arhuaco), además de los territorios que no se encuentran dentro de la Línea Negra o Sheshiza y que hace parte del sistema serrano como lugar de establecimiento de: colonos, campesinos y una parte importante del pueblo Kamkuamo.

La situación de los Kamkuamos es problemática en comparación a los demás pueblos originarios que comparten la Sierra Nevada, ya que por vías del Decreto 1500 de 2018, ellos tienen derecho a una auto denominación de su territorio y al libre acceso. A diferencia de campesinos y colonos, que no son concebidos de la misma forma que los otros pueblos tras la pérdida paulatina de sus territorios, lengua y costumbres. Esta transformación revela un aspecto curioso sobre esta situación que se ha observado dentro de las dinámicas turísticas en la Sierra Nevada. Está relacionada con el lugar estratégico de la comunidad kamkuama en el desarrollo del turismo y la entrada de visitantes en este territorio

Si bien, gran parte del interés turístico en esta zona radica en la diversidad cultural existente. La aculturación sufrida por los Kamkuamos, ha sido usada como un mecanismo que ha dinamizado en mayor medida el acceso de los anteriores tipos de viajeros a las zonas de baja montaña. Lo anterior los diferencia de Koguis y Arhuacos, presentes en las partes altas y medias de la Sierra, quienes han sido mucho más reacios con la presencia de personas externas a sus territorios. En concreto, en los lugares que se consideran sagrados como los picos de las montañas, las áreas paramunas, los espejos de agua, las lagunas y algunas poblaciones con una importancia ceremonial para sus ritos ancestrales.

En resumen, el problema de la representación cultural resulta importante, antes de detenerse en los itinerarios y el agenciamiento de las operadoras turísticas locales de la Sierra Nevada, pues está definido por un desajuste conceptual y pragmático que contradice las lógicas del libre acceso y la sostenibilidad necesarias para la OMT en su Código Mundial del Turismo. Este distanciamiento radica en que éste territorio ya tiene incorporadas las lógicas de autoprotección en su comunidad, además del cuidado por la biodiversidad y el carácter multicultural, puesto que se encuentra protegido por vías legales y además es sustentado en términos pragmáticos mediante el acceso diferencial al territorio que marca la Línea Negra o Sheshiza.

Luego, una de las preguntas que surge sobre este aspecto es si el *turismo sostenible* definido por la OMT en su *Guide for Policy Makers* como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades

anfitrionas” (OMT, 2005, p. 11 - 12), puede convertirse en una estrategia real de agenciamiento comunitario para las comunidades locales. Por el contrario, también puede ser una herramienta conceptual para dar apertura a las grandes operadoras turísticas, en su aplicación del desarrollo sostenible, al interior de las cadenas turísticas que siguen ostentando la mayor cantidad de capitales e infraestructuras transnacionales.

Más allá de hablar de *turismo sostenible* en los términos de aplicación de la OMT, habría que referirse a un concepto que se ha trabajado en campo desde la observación etnográfica realizada en la Sierra Nevada y que refiere al *turismo comunitario* de Jamal y Getz (1995). Este tipo de turismo podría conceptualizarse como la actividad turística realizada en entornos rurales o cooperativistas. Donde existe un grado de agenciamiento local, que permite que los grupos que son objeto de esta actividad puedan capitalizar los proyectos sin depender estrictamente de las grandes operadoras turísticas. Fomentando así, la toma colectiva de decisiones en las actividades y destinos de viaje que hacen parte de los itinerarios, y ubicando al turista como un sujeto activo que hace parte del sistema social al cuál llega más allá de presentarse como un elemento productivo dentro del mercado (Jamal, & Getz, 1995, p. 186).

La intención de enmarcar el turismo de la Sierra Nevada de Santa Marta, dentro de las lógicas comunitaria. Toma un mayor sentido, ya que una de las principales diferencias que tiene con el *turismo sostenible* radica en que este segundo concepto pretende asegurar un mínimo de condiciones para la sostenibilidad económica como: el respeto por la diversidad medioambiental o la multiculturalidad en contextos donde dichos elementos no están claros o asegurados. Mientras que en el enfoque comunitario, dichos aspectos ya están presentes porque están incorporados al diario vivir de los colectivos que lo agencian, y por lo tanto las

problemáticas y debates no giran en torno a cómo hacer menos nocivo el turismo como actividad económica, sino en cómo gestionar y orientar la actividad turística para tomar las mejores decisiones en conjunto. Este aspecto, se encuentra íntimamente relacionado con la capacidad de agenciamiento de los pueblos originarios y comunidades campesinas en la Sierra Nevada. Para ellos el turismo se ha convertido en una salida económica a la vida en el campo, luego no consideran en absoluto que ésta sea una práctica nociva como tal sino las relaciones productivas que puedan estar inmersas en su desarrollo.

De esta manera, el principal inconveniente del turismo para los habitantes de la Sierra Nevada de Santa Marta, deviene del sistema turístico imperante. Este pretende usufructuarse de su territorio y diversidad cultural bajo las lógicas del goteo o *leakage*, pasando por encima de sus formas de ordenamiento, planificación y toma de decisiones. Sumado a esto, la estructura de las operadoras turísticas marca un distanciamiento entre el *turismo comunitario* con el planteado desde el desarrollo sostenible. En la medida que, el *turismo sostenible* puede ser desarrollado por grandes, medianas y pequeñas operadoras turísticas bajo las lógicas productivas de la OMT. Mientras que el *turismo comunitario* implica un nivel de organización menos complejo, centrado en las comunidades locales, lo cual sería prácticamente imposible de realizar por las plataformas turísticas nacionales como Aviatur.

A pesar de las diferencias entre el *turismo sostenible* y el *comunitario*, también existen unas relaciones muy interesantes que podría establecer un grado de colaboración o cercanía. Ambos tipos de turismo privilegian prácticas como el ecoturismo, el agroturismo y el turismo de naturaleza, en su intención de remarcar una “vuelta hacia la naturaleza”. También están íntimamente ligados en la cadena productiva que permite su funcionamiento mutuo. Para las

lógicas del *turismo sostenible*, los servicios son necesarios para poder llegar a los destinos turísticos son un elemento prioritario, que permite la llegada de los viajeros hacia los destinos que también objeto del *turismo comunitario*. Estos regularmente suelen estar aislados de las grandes ciudades, donde el transporte y el alojamiento suelen adaptarse a las lógicas del lugar, más que a las necesidades del turista. Por último, habría que resaltar que las lógicas del *turismo comunitario*, han sido recientemente integradas a la Agenda del Turismo 2030 de la OMT, a partir de la gran acogida que ha tenido este enfoque en los foros de Turismo Rural Comunitario celebrados en El Salvador en el año 2009 y en Quito para el año 2015, lo cual ha marcado una línea cada vez más estrecha entre el *turismo comunitario* y el sostenible, que es necesario analizar a partir de la forma en que se han constituido las operadoras turísticas que promueven este discurso.

### **3. CAPITULO II: AGENCIAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS COMUNITARIAS.**

En este capítulo las discusiones giran en torno a la manera en que se ha desarrollado el *turismo comunitario* en la Sierra Nevada de Santa Marta, con el fin de atender a dos problemáticas que se han evidenciado hasta el momento. En primer lugar, la estrecha diferencia existente entre el *turismo comunitario* y el *turismo sostenible*; y en segundo lugar, la importancia de la representación cultural y la etnicidad en el nivel de agenciamiento expresado por las comunidades indígenas y campesinas, que son participes del turismo local en este territorio.

El análisis de estas dos problemáticas se realizó mediante la integración de diferentes fuentes y herramientas de análisis, que dan cuenta de los diferentes tipos de operadoras turísticas que ofertan el mismo tipo de servicios en la Sierra Nevada de Santa Marta. Se destacan tres perfiles en concreto: un primer tipo de modelo de empresa turística que se caracteriza por el uso del discurso que sustenta el *turismo comunitario* dentro de las lógicas del *desarrollo sostenible* – caso de operadora 3 -. Un segundo tipo de empresa que da cuenta de la posibilidad de crear un modelo de *turismo sostenible* con el uso del cooperativismo y el apoyo de las comunidades campesinas – caso de operadora 4 -. Un tercer tipo de modelo enraizado en las características propias de *turismo comunitario* rural agenciado por comunidades indígenas locales – caso de operadora 1.

Para el estudio de estos tres modelos se tendrán en cuenta los apuntes de diario de campo durante mi estadía en Ciudad Pérdida o Teyuna. Destaco las conversaciones sostenidas con,

guía#1 perteneciente de la operadora#1 quien se encarga de realizar diferentes tipos de recorridos por la Sierra Nevada. Por otra parte, también fue de gran utilidad el estudio y análisis de los elementos publicitarios y aspectos relacionados con el ‘gasto turístico’, producido por las empresas que realizan este tipo de servicios. Se destacaron elementos como: el hospedaje, la alimentación, los costos, el perfil de los turistas y las diferencias o proximidad entre los distintos paquetes turísticos de la zona.

### **3.1 Rasgos y Características de las empresas turísticas comunitarias en la Sierra Nevada de Santa Marta.**

Para el caso concreto del turismo en esta zona existen dos operadoras turísticas de gran impacto y renombre que se han caracterizado como difusoras del *turismo rural comunitario*. La primera de ellas es la operadora # 4, una empresa turística que hace parte de la Red Ecosierra de la Sierra Nevada de Santa Marta, cuyo principal objetivo es realizar recorridos guiados por campesinos colonos de la región hacia fincas, entornos naturales y parajes cercanos a la población de Minca. La segunda es la operadora #3, otra empresa turística de las mismas características que realiza rutas a Seydukwa, El Paraíso, Ciudad Pérdida, Minca y el territorio Wayuu en La Guajira.

Lo curioso de estas dos propuestas es que pesar de mostrarse como *turismo rural comunitario*, ambas parecieran orientarse hacia el *turismo sostenible*. Puesto que, gran parte de sus actividades no son desarrolladas por los pueblos originarios como tal, sino a partir de colectivos creados por personas externas que han desarrollado redes de colaboración con los cabildos indígenas y los campesinos de la zona. El precio de sus recorridos oscila entre los \$150.000 para destinos turísticos como Minca o Palomino y \$1.500.000 por persona hacia

otros lugares como Teyuna o Ciudad Pérdida, un precio bastante alto para el turista nacional promedio. Por lo tanto, el perfil de los turistas que estos captan suelen ser europeos o norteamericanos, interesados en conocer la diversidad cultural y natural del sistema serrano dentro de las lógicas de atención y comodidad - de alojamiento y transporte - a las cuáles están acostumbrados dentro del turismo convencional.

Ambos elementos, el de los elevados precios y la reproducción de las lógicas de confort y comodidad de los viajeros, puede llevarnos a pensar que en términos pragmáticos que estas dos operadoras están usando el *turismo comunitario* como un discurso de mayor aceptación que sigue estando dentro de las propias lógicas del *turismo sostenible*. Sin embargo, al analizar el material publicitario que estas usan es importante destacar algunos elementos que permiten entender por qué operadoras como operadora # 3 u operadora# 4 resultan atractivas para los turistas extranjeros.

En primer lugar, ambas operadoras turísticas juegan con la exaltación del paisaje, la diversidad cultural y la exotización de las comunidades indígenas y campesinas. Con el fin de dar a entender que es posible tener una experiencia a la par que estas por el simple hecho de compartir sus espacios comunes, costumbres, territorio y tradiciones. En segundo lugar, está el factor de la seguridad alimentaria y del hospedaje, ambas definidas por el precio y los costos adicionales. Un elemento que marca de entrada una capacidad de accesibilidad económica que muchos turistas nacionales no están dispuestas a pagar, y que a su vez para los extranjeros es un referente de la calidad en los servicios. En el tercer y último lugar, se encuentra la construcción del indígena y su medio como un destino en sí mismo. Este se puede apreciar desde la accesibilidad, negando u opacando el acceso diferencial al territorio

en términos de legalidad, diversidad cultural y fenómenos sociales - como el conflicto armado. Por otro lado, este último aspecto también muestra un desequilibrio bastante interesante de analizar, puesto que el efecto de “libre acceso” que se ofrece a los turistas a zonas que no son permitidas para toda la comunidad que allí habita muestra un carácter diferencial con los viajeros. Lo anterior se encuentra definido por la capacidad de consumo o “gasto del turista” más que por aspectos legales o culturalmente definidos.

Para el caso de las operadora #3 y operadora #4 , estos aspectos fueron analizados en la siguiente matriz en donde se observa como todos estos factores son incluidos dentro de los paquetes turísticos como estrategias de atracción turística para los viajeros extranjeros, principalmente.

<b>CUADRO 1: Matriz de Análisis de elementos publicitarios del Turismo en la Sierra Nevada de Santa Marta.</b>		
<b>CATEGORÍAS DESCRIPTIVAS</b>	<b>Operadora # 3</b>	<b>Operadora # 4</b>
<b>Exaltación del paisaje y comunidades nativas.</b>	Se ofrecen fotos del paisaje serrano en los cuáles se destaca la pureza del agua, la limpieza del aire y la presencia de paisajes aislados sin aglomeraciones.	Se destaca la participación de la población campesina en las guías por las poblaciones de Bonda y Minca; y la pureza de los parajes naturales.
<b>Alimentación.</b>	Se destaca la producción de café orgánico, las frutas tropicales; pero no se presentan menús típicos de las comunidades locales.	Se destaca el consumo y producción de café orgánico.
<b>Hospedaje.</b>	La mayoría de viajes se realizan desde Santa Marta o El Rodadero y no superan los dos días de estadía en fincas y alojamientos dispuestos por las necesidades de los turistas, es decir no se convive ni habita de la misma forma que las comunidades locales.	La mayoría de vistas que se realizan no superan los dos días de duración. La estadía se realiza en fincas cafeteras.
<b>Transporte</b>	A pesar de que se reconoce el acceso a la mayoría de parajes es a pie, se destaca la realización de descansos paulatinos y pequeños recorridos que no superan los 15 minutos de desplazamiento.	Se muestra un mapa de las zonas a visitar, la mayoría fincas cafeteras cercanas a los destinos o parajes naturales, a las cuáles se puede acceder a pie o por camionetas.
<b>Precios.</b>	Entre los \$150.000 hasta \$1.500.000.	Oscila entre los \$150.000 hasta los \$300.000, e incluye descuentos para las personas que puedan retribuir a la operadora turística con habilidades de diseño gráfico, publicidad o apoyo económico por donaciones.

*Cuadro # 1 : Granados (2020) Matriz de Análisis de elementos publicitarios del Turismo en la Sierra Nevada de Santa Marta.*

Del análisis de estos elementos hay que tener claro que tanto la operadora #3 como la operadora #4, son realmente agencias de *turismo sostenible* que operan bajo las mismas lógicas del turismo convencional. En efecto, están orientadas hacia la inversión extranjera y el gasto del turista como indicadores de calidad en sus servicios; no obstante, existen algunas diferencias ya que ambas pretenden hacer énfasis en el turismo agrario, el ecoturismo y el turismo de naturaleza, con el fin de exaltar el discurso de la “vuelta hacia la naturaleza”. Otros aspectos como el café y las frutas tropicales resultan obvias por las diferencias y el carácter único que estas tienen dentro de su entorno natural que en este caso es la Sierra Nevada de Santa Marta. Sin embargo, durante toda la promoción de los viajes existe un factor sumamente interesante y es la exaltación de la limpieza, de lo “orgánico” y la “pureza” de la fauna, la flora y las fuentes hídricas. Además de una recreación ficticia de la realidad de las comunidades campesinas e indígenas en su diario vivir.

Si algo está claro de la vida en el campo de indígenas y campesinos, es que sus condiciones productivas y económicas son bastante difíciles. Parece increíble o inverosímil que los turistas pretendan generar algún tipo de intercambio cultural o experiencia de aprendizaje significativo con tan solo dos días de convivencia en los cuáles la alimentación y la forma de hospedaje, es la misma que la realizada en sus propios contextos cotidianos – con una cama, equipada colchón y sábanas, desayuno con tostadas, huevos y una bebida caliente – pero en un entorno natural construido por campesinos e indígenas. Luego, ¿En qué aspectos puede marcarse la diferencia entre el *turismo sostenible* y el *comunitario*? ¿Qué otras perspectivas pueden ayudar a comprender las diferencias entre el uso y exotización del paisaje y las culturas locales con el agenciamiento de las propias comunidades locales que usan el turismo

como una oportunidad de escape económico a las difíciles circunstancias de la vida en el campo?

### **3.2 El Turismo comunitario como estrategia de agenciamiento local.**

Uno de los principales aspectos que pueden dar cuenta de las diferencias que existen entre el *turismo sostenible* y el *comunitario*, radica en el nivel de agenciamiento de las poblaciones y grupos sociales que hacen parte de estos proyectos. En última instancia está definido por la capacidad de gestionar, tomar decisiones y definir el grado de responsabilidad social que existe, para tomar partida sobre los itinerarios que definen la oferta turística que se propone. En el caso de la operadora# 3 y operadora #4, analizados en el apartado anterior existe por ejemplo un grado de agenciamiento muy distinto entre ambas, a pesar de tener un programa turístico muy similar, orientado a ofertar este tipo de servicios a los turistas extranjeros.

A modo de comparación entre ambas operadoras, operadora# 4, sin dejar de desligarse de las lógicas del *turismo sostenible*, realiza una propuesta mucho más orientada hacia el *turismo comunitario* y el trabajo cooperativo. Muchos de sus servicios parten de una colaboración, tanto con las comunidades campesinas cafeteras, que hacen de guías turísticos y servidores de hospedaje y alimentación. Así mismo las personas que deseen vincularse a esta operadora mediante el apoyo de la organización con servicios de publicidad, implementación de estrategias de cultivo sostenible de café, o apoyo a las comunidades locales con la promoción voluntaria de los paquetes turísticos que estos ofrecen. Este último, que en operador# 3 es inexistente, pues en términos generales esta podría definirse como una operadora de turismo sostenible orientada a la promoción del ecoturismo, agroturismo y el turismo de naturaleza, más que al establecimiento de redes de cooperación mutua.

Sin embargo, existe otro tipo de operadoras como la operadora# 1 que sí podrían clasificarse como verdaderas propuestas de *turismo comunitario*. Su nivel de agenciamiento está pensada por y para los procesos de reconocimiento cultural que ha trazado el pueblo indígena Wiwa en la Sierra Nevada. Así mismo, y como parte de las estrategias metodológicas pensadas en esta investigación: el agenciamiento es entendido como la capacidad de las comunidades para tomar partida sobre sus propios proyectos productivos e identidad cultural con el fin de sopesar y abrir espacios frente a las dificultades y oportunidades sociales, económicas y culturales que los afectan o favorecen como colectivo.

Luego, el estudio de los procesos de agenciamiento en el turismo debe ser analizado más allá de las lógicas de la oferta del mercado como tal. Debe verse cada vez más orientado a descubrir las estructuras de pensamiento e historias de vida creadas por los guías y demás participes, que orientan los viajes y recorridos de estas operadoras. Para el caso concreto de la operadora # 1 su oferta gira en torno a precios que oscilan entre los \$50.000 hasta un \$1.500.000 para acceder a diferentes poblaciones como Minca, Bonda o la misma Ciudad Perdida o Teyuna, aspecto que de entrada marca competitividad justa en los precios de mercado con respecto al de otras agencias como la operadora # 3 o la operadora #4.

Sin embargo, como se mencionaba en el párrafo anterior, el aspecto prioritario de esta agencia radica en la auto organización que ejerce la comunidad Wiwa. Con el fin de formase como guías y hacer parte de un proceso y proyecto de interacción comunitaria ejercida desde el mismo pueblo originario. Así, su publicidad y propuestas turísticas, muestran tanto a viajeros nacionales y extranjeros. Pero sobre todo ponen en primer plano la personificación

de las comunidades locales. Además destacan la importancia del intercambio cultural, como el elemento central de sus recorridos, entre otros aspectos reiterados como los componentes que dan cuenta de su orientación hacia el ecoturismo, el turismo de naturaleza, y en menor medida el de carácter agrícola.

También hay otros aspectos notorios en cuanto al proceso de institucionalización que ha ejercido esta operadora ya que hacen parte de una estrategia de trabajo mancomunado, que en su propia presentación anuncian de la siguiente manera:

Somos la primera agencia de viajes indígena que opera a la Sierra Nevada de Santa Marta y a Ciudad Perdida con guías indígenas de la zona. El proyecto fue desarrollado en conjunto por las autoridades tradicionales y las fundaciones WIWA y KEMAKUMAKE KUDZHESHI en el 2008 como parte de una gestión para el control y manejo del turismo dentro de los territorios indígenas de la zona es por ello que la *operadora* es la única empresa que cuenta con el aval de las autoridades tradicionales de la zona para trabajar con los guías indígenas locales, agencia que conforma equipos de trabajo que van desde la logística, cocineros, arrieros, guías, vendedores, conductores y la parte administrativa. En la actualidad la *operadora* trabaja directamente con más de cincuenta (50) familias indígenas de la zona y de manera permanente durante todo el año para que los viajeros tengan una experiencia mágica en nuestros diferentes destinos turísticos. (2008, Recuperado 24/01/2021)

Sumado a ello, el apoyo a las familias que dependen de este proyecto y la diversificación de las labores necesarias para la operatividad de la agencia, no tienen un sentido estrictamente lucrativo. Están orientados a elaborar:

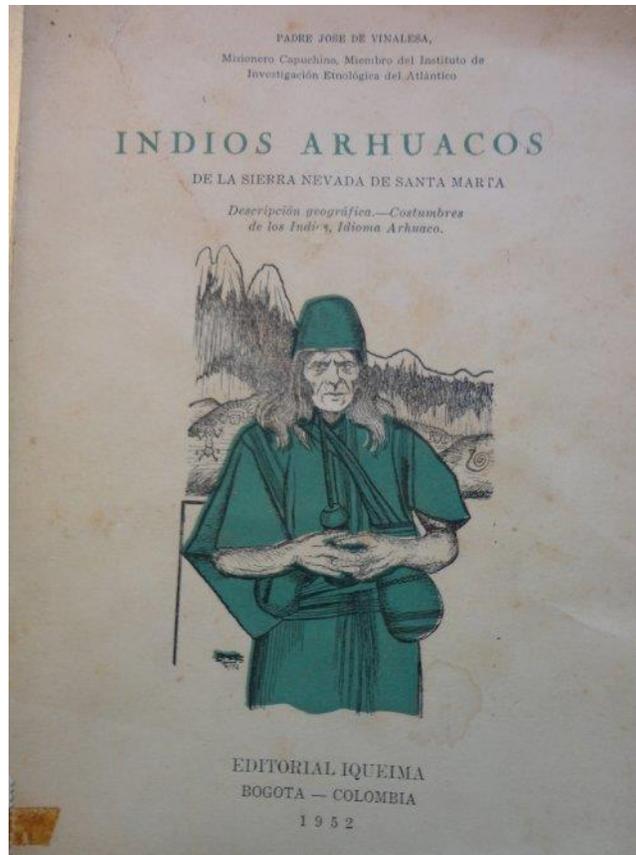
Proyectos como el manejo de basuras, capacitación de nuevos guías, apoyo social y laboral, participación en proyectos productivos y culturales, arreglos de caminos, construcción de infraestructuras comunales y otros” que a grandes rasgos buscan “recuperar la tranquilidad y la autonomía en nuestras tierras ancestrales y direccionar el turismo a una actividad sostenible y comunitario, donde los mismos indígenas entren a la actividad del turismo sin perder las costumbres y tradiciones milenarias (2008, Recuperado 24/01/2021).

Luego, este cambio discursivo marca una distancia muy notable ya que la intención de la operadora# 1 es tomar las herramientas, tanto del turismo sostenible como el comunitario, para fortalecer los proyectos internos de este pueblo originario más allá de presentar la “limpieza” del entorno, el carácter “orgánico” de los productos alimenticios locales o la “vuelta a la naturaleza”, como elementos publicitarios. Si bien estos últimos aspectos son importantes, porque hacen parte de las propuestas que dan sentido al ecoturismo, el turismo agrícola y el turismo de naturaleza, en realidad son usados como estrategias publicitarias para captar a un grupo potencial de viajeros que buscan respaldar su consumo en un turismo que no sea nocivo, ante las lógicas y contradicciones de la economía de mercado moderno. Más que allá del apoyo y reconocimiento del trabajo hecho por las comunidades locales.

No obstante, hay aspectos más dicientes en el agenciamiento ejercido por esta agencia, y que fue estudiado en detalle a través de las conversaciones mantenidas con el guía#1 de la operadora turística #1 con quien tuve la oportunidad de compartir el recorrido a Teyuna o Ciudad Pérdida. Durante la experiencia sostenida con este guía hubo varios aspectos relevantes. Sin embargo, el más importante fue su dominio del castellano – o español como él lo llama - además de las lenguas propias de la sierra de los Arhuacos y Koguis. A medida

que nos contaba su historia, nos comentaba como su lengua madre y lenguas hermanas son parte del “equilibrio” que define a los Wiwas en la Sierra Nevada de Santa Marta. El “español” , para él fue una lengua impuesta durante su educación recibida en un internado de curas Franciscanos, que actualmente es conocido como la Escuela San Luis Beltrán.

La presencia de los franciscanos en este territorio data desde finales del siglo XVIII , habría posibilitado, además del adoctrinamiento católico, la permanencia de la lengua de los Arhuacos. Una de sus principales misiones fue el traducir la Biblia y otros textos catecúmenos a las lenguas vernáculas de la Sierra. Y si bien este aspecto supera los elementos de esta investigación, resulta muy importante en el contexto etnográfico, ya que permite entender como se ha construido la etnicidad en la Sierra Nevada de Santa Marta. Así la lengua Wiwa se encuentra en un estado de conservación a medio camino, a diferencia de la Kamkuama que ya está prácticamente extinta, y la Arhuaca y Kogui que se mantiene viva.



*Fotografía 2 - Portada de la publicación de 1952 de Editorial Iqueima titulada Indios Arhuacos de la Sierra Nevada de Santa Marta realizada por curas españoles capuchinos.*

Para el guía# 1 su oficio como guía turístico inició en el 2018, como parte de los programas de formación realizados por la Fundación KEMAKUMAKE KUDZHESHI. Allí encontró una salida económica y nuevas perspectivas de vida frente al trabajo agrícola y el intercambio con las comunidades vecinas, que hasta la llegada de turismo a la Sierra Nevada de Santa Marta era el único medio de subsistencia. Dentro de su repertorio como orientador de los caminos y conocedor de su cultura este reivindica el haber recorrido el territorio serrano, conociendo los principales ríos, lugares sagrados y diversidad de plantas y animales. Por su origen étnico otorga un significado especial, ya que dentro de su educación como miembro del pueblo Wiwa está la creencia de qué encontrarse con una serpiente en el camino puede

dar mala suerte, pues esto indica la posibilidad de que llueva y ocurran calamidades como derrumbes de tierra o desbordamiento de ríos. Por otro lado, más allá de la explicación de carácter simbólico, la mención de la serpiente tiene para él una explicación lógica, ya que cuando llueve en las partes altas de la sierra, las serpientes y animales que viven cerca de los ríos suelen salir de sus nichos habituales hacia los caminos y zonas más secas para evitar ser llevadas por las crecientes y aludes bastante comunes en épocas de invierno.

Volviendo al tema de la diversidad lingüística entre los pueblos de la Sierra Nevada, al guía #1 le llama mucho más la atención su actividad como guía ya que sin haber salido de la sierra, logra reconocer acentos extraños y comunicarse en fragmentos de alemán o inglés; un elemento que nos lleva a pensar que el intercambio cultural del turismo no solo se encuentra representado en la posibilidad de acceder al territorio de los pueblos originarios, sino también aspectos concretos como el intercambio lingüístico y de costumbres. Una vez llegados a Teyuna o Ciudad Perdida, éste despliega una serie de conocimientos que argumenta son heredados por sus tradiciones y representan la “misticismo” que le corresponde a este espacio.

Sin embargo, a efectos de su intención de querer dar un significado místico a cada lugar de la Sierra Nevada ¿Cuál puede ser el lugar de esa “misticidad” en la actualidad? ¿Es esto un elemento discursivo que otorga “autenticidad” cultural a su discurso, o simplemente una estrategia que es replicada una y otra vez a cientos de personas con el fin de dar a los viajeros la impresión de que el mundo indígena es distinto de los otros? En resumen, podría decirse que las descripciones crípticas y simbólicas que él da de cada aspecto y lugar de la Sierra Nevada de Santa Marta, podría interpretarse desde dos dimensiones en concreto. La primera, en donde exista una herramienta discursiva diseñada para personas que probablemente solo

van una vez en su vida a este tipo de lugares, lo cual genera el efecto de haber vivido “una experiencia única” , que resume la necesidad de distanciarse de las lógicas mecánicas de la vida diaria y el sistema de consumo. La segunda, que realmente nos lleve a replantear la idea del territorio tal cuál la conocemos para dar lugar a la auto denominación de lugares que son comunes para los pueblos originarios y distantes para nosotros como viajeros.

#### **4. CAPITULO III: ITINERARIOS DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA Y BAHÍA DE SANTA MARTA.**

El presente capítulo tiene como objetivo dar cuenta de la forma en que se presentan los distintos itinerarios turísticos que son ofrecidos por las operadoras que ofertan paquetes de viaje en la Sierra Nevada de Santa Marta. La intención de este propósito es dar cuenta de la forma en que se construyen y presentan espacios concretos de este territorio, como destinos turísticos. Siendo estos en un principio el escenario cotidiano de las comunidades indígenas y campesinas que allí habitan.

La importancia de este análisis tiene un lugar prioritario en la presente investigación, ya que invita a mostrar como a través del turismo se desarrolla una redefinición o cambio paulatino en las funciones y relaciones primarias, que dan sentido a los espacios. Estos inicialmente tenían un uso agrícola, ceremonial o ecológico que por vías del turismo empiezan a ser objeto de otras lógicas de habitabilidad, uso y subsistencia. De esta manera, la información y elementos desarrollados serán agrupados en torno a tres tipos de itinerarios que se reiteran en los servicios de las empresas turísticas que operan en la Sierra Nevada y que se concentran en: el camino a Ciudad Perdida o Teyuna; el camino a Minca; y el acceso al Parque Tayrona.

Así mismo, para dar cuenta de las características y elementos que conforman cada itinerario se trataran las conversaciones con dos guías turísticos, uno descendiente de los guaqueros que descubrieron Ciudad Perdida en la década de los años setenta del siglo XX, y otro guía que hace parte de la operadora turística 2. Paralelo a estas conversaciones se ha realizado una reflexión sobre la forma en qué se ha accedido a estos territorios. Desde el momento de su

apertura como territorios accesibles al turismo hasta la actualidad, donde se presentan como destinos habilitados para el desarrollo del turismo de naturaleza, el ecoturismo y el turismo agrícola. Con el fin de mantener una relación con los procesos de agenciamiento desarrollados en el capítulo anterior, muchos de los aspectos de carácter publicitario y otros relacionados con la oferta turística, serán incluidos. Lo anterior con el fin de dar cuenta de la recreación de un intercambio cultural basado en la extrapolación de las necesidades de: alimentación, hospedaje y transporte en los espacios convencionales hacia otros espacios sociales, campesinos e indígenas, caracterizados por la presencia de distintas formas de subsistencia.

#### **4.1 El Trekking a Ciudad Pérdida.**

En la actualidad uno de los itinerarios turísticos más deseados y también más complejos en su realización y acceso es el ascenso a Ciudad Pérdida o Teyuna (*ver fotografía 3*), un vestigio prehispánico ubicado en la Cuenca Alta del Río Buritaca que está compuesta por diferentes edificaciones escalonadas que conforman una superficie de 12.000 m<sup>2</sup> construida por los indígenas tayronas hace 1.300 años aproximadamente. La importancia de Teyuna, como vestigio arqueológico radica en varios aspectos que le otorgan un valor patrimonial e histórico sumamente importante, dentro de los cuáles se destacan su conservación, el origen de su descubrimiento y su localización geográfica.

Desde su construcción alrededor del año 700 d.C. aproximadamente hasta su descubrimiento en 1975, se mantuvo al margen de las tropas españolas, colonos campesinos, e incluso de



*Fotografía 3 : Granados, J (2019) "El ascenso"*

muchas comunidades indígenas que habitaban el territorio. Aspecto que resulta relevante, puesto que el Caribe colombiano, y en concreto Santa Marta fue el territorio de acceso de la conquista del Imperio español hacia el interior del país. Así gran parte de los vestigios prehispánicos de la zona fueron destruidos o usados para erigir los puertos, haciendas y centrales mineras que circundaban los puertos de Riohacha y la Bahía de Santa

Marta. Sin embargo, toda esta información no viene por sí sola, hace parte del contenido didáctico que pronuncia Guía# 3, guía independiente en los recorridos hacia Teyuna, quién es presentado con este nombre debido al carácter de confidencialidad que otorgó durante las entrevistas.

El porqué de su ocultamiento resultó muy importante ya que el guía es descendiente directo de los guaqueros y colonos que mancharon con sangre y masacres su llegada a la Sierra

Nevada durante los años cincuenta y setenta del siglo XX y a causa de la violencia política vivida durante este periodo. El producto de la guerra desarrolló una colonización esporádica de campesinos provenientes de los Santanderes y el Magdalena Medio que provocó una migración continua hacia las zonas bajas y medias de la Sierra por los principales ríos y afluentes, que nacen de la parte alta del sistema serrano. Ligado al fenómeno de colonización campesina y al surgimiento del narcotráfico a finales de los años setenta y ochenta del siglo XX, con el cultivo de coca y marihuana provenientes de la intensa actividad agrícola. En la zona produjo un desplazamiento de la frontera natural de este territorio, obligando a desplazar a las comunidades indígenas hacia las partes medias y altas de la montaña, lo que conllevó a generar nuevos emplazamientos colonos como Machete Pelao, una población ubicada a 2 horas de Santa Marta que actualmente sirve como sitio de paso para los viajes turísticos que se hacen en la zona.

La colonización campesina en la Sierra Nevada de Santa Marta siempre estuvo ligada a la violencia política y al surgimiento de frentes guerrilleros, y luego paramilitares en los años noventa del siglo XX. Sin embargo, también trajo otros fenómenos como el mestizaje, el intercambio cultural entre campesinos e indígenas y la llegada de nuevas prácticas como la g.uaquería, que es la forma coloquial para referirse a los expolios de tumbas, entierros y restos prehispánicos de valor encontrados en parajes rurales. Es así como el descubrimiento de Teyuna a los ojos de arqueólogos y científicos tuvo sentido en 1975. La primera expedición de arqueólogos fue guiada por Franky Rey, el abuelo de Guía # 3, y uno de los muchos g.uaqueros que años atrás había encontrado cantos rodados, anillos de piedra y restos de metales preciosos en entierros que se habían emplazado en Ciudad Pérdida.

La recuperación y trabajo en este espacio duró cinco años aproximadamente, dando su apertura al público en los años ochenta del siglo XX. Tiempo en la cual casi nadie accedía a su visita debido a los problemas territoriales entre campesinos e indígenas y los conflictos bélicos de los frentes guerrilleros de las FARC-EP en la zona. Durante mucho tiempo Teyuna apareció como un destino deseado y anhelado por su interés arqueológico, pero a su vez parecía distante y lejano en su acceso debido al conflicto armado en la región. De esta manera, podría decirse que mucho antes de la Línea Negra o Sheshiza, e incluso los límites establecidos por la reserva natural que conforma el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta, existió una barrera de acceso al sistema serrano marcado por la violencia política del país.

Un aspecto positivo del turismo en el ascenso a Ciudad Pérdida y en general de todos los planes turísticos de la Sierra Nevada de Santa Marta, está íntimamente ligado con la recuperación que se ha hecho de la seguridad en este territorio asolado por el conflicto armado. Sin embargo, este aspecto reviste un lado más oscuro relacionado con proyectos turísticos como “Vive Colombia, viaja por ella” creado durante el gobierno de Álvaro Uribe Vélez, proceso en el cuál los grupos paramilitares de las AUC , tuvieron un importante papel de apertura y protección al capital proveniente del turismo, con la organización de las comunidades indígenas como la operadora # 1, quien fue la agencia pionera en desarrollar los primeros viajes guiados a Teyuna en el año 2008, él mismo en el cuál se creó estrategia publicitaria de Estado.

Para el guía # 3 todos estos acontecimientos históricos resultan bastante difíciles de relatar, pues hacen parten de sus vivencias y distan del discurso turístico que él tiene que

promocionar con los viajeros. Estos, más allá de las dificultades sociales y políticas de la región quieren oír sobre el misticismo de la Sierra y la diversidad de los pueblos originarios que allí perduran. Como guía, él se considera mestizo, un campesino nativo de la región que a pesar de tener descendencia de guaqueros, quiere reivindicar el papel de los colonos en la zona dando a conocer los diferentes parajes que hacen parte de Teyuna. Para él los cambios no solo son políticos sino también lingüísticos y de tiempo, ya que “Subir al monte” se dice ahora “Trekking”. A diferencia de los ritmos de la gvaquería, el trabajo en el campo y la colonización de baldíos de sus antepasados. Las marchas de ahora, tienen tempos de descanso cada quince o veinte minutos. Antiguamente, se subía a Teyuna durante quince o veinte días sin dinero en el bolsillo porque en “pleno monte la plata no valía nada”. Sin embargo, tenía que bajar con alguna cosecha de café, cacao, maíz, o algún entierro que luego era comercializado con los turistas en Santa Marta. Actualmente no se sube a la Sierra sin haber pagado \$1.500.000 que es el costo del ascenso a Teyuna, un viaje que suele partir de Santa Marta o El Rodadero, y que dura como máximo unos 5 días, en los cuáles se asegura la alimentación, el hospedaje y el transporte, todos aspectos que en antaño parecían impensables en tiempos de guerra, baldíos y gvaquería.

#### **4.2 El Camino a Minca.**

El Camino a Minca (*ver fotografía 4*), es posiblemente uno de los servicios turísticos de más fácil acceso y orientados al turismo agrícola debido a la presencia de numerosas fincas cafeteras asentadas por los colonos que llegaron a la Sierra Nevada durante los años cincuenta del siglo XX. Su costo oscila entre los \$1.500. 000 hasta \$300.000 y suele reunir a turistas tanto nacionales como extranjeros. Su acceso en carro por las vías destapadas desde Santa

Marta o El Rodadero tiene una duración de tan solo 2 horas, y por lo general, los itinerarios turísticos suelen irse en la mañana hacia Minca para regresar en la tarde, o durar como máximo unas dos noches y un día para luego regresar a los principales centros urbanos de la Bahía de Santa Marta.

A diferencia de Teyuna, que se mantuvo prácticamente aislada hasta finales de los años ochenta del siglo XX, Minca agrupa la mayor cantidad de población campesina cafetera,

Para investigadores como Sarrazin (2006), ésta antigua

población fue la puerta de entrada de los mochileros que luego se identificaron como los “jipi-koguis” de los años setenta del siglo XX. Estos fueron grupos de jóvenes, universitarios e intelectuales que formaron comunas hippies con el fin de buscar una alternativa al sistema social establecido tratando de seguir las costumbres, lengua y formas de vida de los pueblos nativos de la zona. En la actualidad Minca sigue revistiendo este aire de hipismo mezclando el ecoturismo. Además la venta de artesanías y productos indígenas como la coca, el chocolate y café, con otros como las artesanías y bebidas alcohólicas como el “chirrincho”,



*Fotografía 4: Granados, J (2019) “Camino a Minca”*

que es un aguardiente artesanal elaborado por los Wiwas y Kamkuamos. Este suele curarse con hierbas o raíces curativas como la quina y la chuchugüaza, que al mezclarse con el alcohol le otorgan un color rojizo, que para los nativos tiene fines curativos además de ser puramente recreativo.

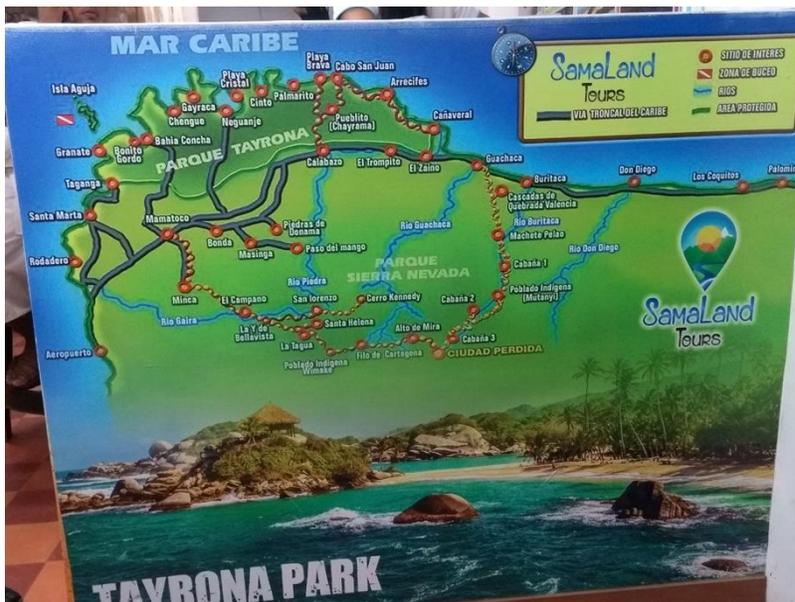
En la mayoría de recorridos el papel de los campesinos y guías de la zona ejerce una responsabilidad ambiental, ya que en Minca se encuentra una gran cantidad de ríos, pozos y recursos hídricos que bajan de la Sierra y que son admirados por la mayoría de turistas por la limpieza y cristalinidad del agua. La diversidad de fauna y flora también es apreciable en este entorno, que goza de un clima un poco más templado del que suele haber en la zona costera. La alimentación en Minca también resulta bastante curiosa, pues en esta población se suelen vender productos de la región apetecidos por los turistas extranjeros, dentro de los cuales se destacan: los plátanos asados con queso y bocadillo, las arepas con queso costeño, las chuculas o bolas de chocolate con cereales y los productos derivados de los cultivos orgánicos del café y cacao, los dos fuertes de la oferta turística en esta población.

La coca es otro bien de suma importancia puesto que para las comunidades indígenas suele tener un significado sagrado. También se cumple, una función nutricional primordial que les permite mantener la energía necesaria para cumplir con sus labores diarias o el ascenso y realización de grandes recorridos en la Sierra Nevada sin ingerir prácticamente algún alimento o bebida. Su cultivo es realizado en las comunidades Koguis y Arhuacas por las mujeres, sin embargo su manipulación y consumo está normalmente restringido en la mayoría de los casos a los hombres ya que se considera que esta planta es femenina y la mujer no debería consumir el cuerpo de otra mujer, así fuera una planta.



### 4.3 El Parque Tayrona.

El parque Tayrona es posiblemente el territorio con una presencia más clara del turismo convencional en la Sierra Nevada (*ver fotografía 5*), pues si bien en un inicio fue el producto de numerosas fincas y terrenos indígenas que en los años sesenta formaron parte de la Reserva Natural que hoy en día es; en la actualidad reviste todo un complejo de eco-cabañas, servicios de cafetería, hostelería, zonas de camping, visitas guiadas, tours de autobuses y largas filas de viajeros dispuestos a disfrutar de su entorno ecológico, diversidad de playas y algunos vestigios arqueológicos que se conservan en el territorio. Su acceso es mucho menos



Fotografía 5: Granados, J (2019) "Camino a Minca"

difícil que a Minca o Tayuna, puesto que solo se tarda una hora aproximadamente desde el centro de Santa Marta.

Sin embargo, su entrada está restringida durante un tiempo determinado ya que al ser un área

protegida se deben cumplir unas condiciones de aforo y permanencia en el territorio. Para llegar a los diferentes complejos de playas y emplazamientos turísticos es necesario realizar una caminata que conduce a diversos pasajes hacia los cuales es posible llegar a pie. A pesar de ello, los servicios de hospedaje tienen un coste bastante elevado, que oscila entre los \$250 000 y \$1.500.000 por noche, sin descontar que para los viajeros extranjeros tienen un costo

de entrada de \$53.000, el doble de la tarifa que se cobra a los turistas nacionales. La alimentación oscila entre los \$3.000 y \$7.000, sin embargo muchos turistas optan por llevar sus propios productos de alimentación para evitar los gastos que allí se pueden gestionar por este concepto, ya que muchos consideran que los precios son desbordados y excesivos.

Sin embargo, la mención al Parque Tayrona en este caso llama la atención por dos razones principales: la primera, en relación a los pleitos realizados de parte de los indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, quienes han reclamado este territorio como un lugar ceremonial y territorio sagrado. Este ha sido expoliado por el Estado para su usufructo como destino turístico; y en segundo lugar, porque de todos los destinos turísticos que componen la Sierra Nevada de Santa Marta es el que más ha desarrollado una infraestructura y nivel de servicios apto para el turismo sostenible en términos de la OMT.

Respecto al primer caso, el pleito fue originado por diversos cabildos indígenas en el año 2009, cuando se anunció la creación de un Hotel tipo resort en la reserva Los Ciruelos ubicada dentro del área de reserva natural del parque. Los alegatos de los diferentes cabildos y voceros de las comunidades Arhuacas, Kamkuamas, Wiwas y Koguis giraba en torno al impacto ambiental de esta construcción en la zona. También la expoliación y privatización de sus territorios ancestrales por parte de operadoras turísticas privadas, y la falta de participación en las decisiones sobre el uso del suelo en sus territorios. Finalmente la ANLA, encargada de otorgar las licencias ambientales para la construcción de obras de diversos tipos desde el Ministerio de Medio Ambiente, retiró la concesión al proyecto debido a que se excedían los límites en el área, y a el impacto ambiental en la reserva.

Sin embargo, en el año 2015 la propuesta de construir un complejo hotelero de cabañas en la Reserva Los Ciruelos revivió nuevamente, pero la respuesta del cabildo Arhuaco en el año 2019 fue aún más dura. Así se llevó a un proceso de agenciamiento y fortalecimiento, en donde pidieron ser escuchados para tomar partida de la concesión y tener derecho al 20% de las ganancias que se tenían del Parque Tayrona, en caso de realizar más proyectos turísticos. De esta manera, podría decirse que lo que inició como una estrategia de mercado por parte de entes privados, para realizar proyectos turísticos de alto impacto en el Parque Tayrona terminó por definir un empoderamiento y reivindicación del trabajo cooperativo y mancomunado entre los diversos cabildos indígenas. En este caso es el pueblo Arhuaco, el que se ha destacado por su mayor presencia en los debates políticos.

Es así como entre 2019 y 2020 estos presentaron un alegato con la aprobación de las poblaciones de Bunkwimake, Jiwa, Seykwanaamake, Katunsama y Kandumake, asentadas en la cuenca del río San Diego, y en Atgumake, en la cuenca del río Palomino, mediante la cual pedía la potestad de administrar del Parque con la creación de su propia operadora turística, la apropiación del complejo de la Vía Isla Salamanca, y la utilización de la veinteaava parte de las ganancias de ambos proyectos para la creación de otros proyectos comunitarios como una Empresa de Agua Potable sobre la cuenca alta de los mencionados ríos.

## REFLEXIONES DE CIERRE

El presente estudio tiene como producto final los siguientes resultados y argumentos sobre la investigación realizada en torno a los itinerarios y agenciamiento en el turismo rural comunitario realizado por las operadoras locales de la Sierra Nevada de Santa Marta.

- El estudio de los diferentes modelos y diferencias entre el *turismo sostenible* y el *turismo comunitario* radican en que el primer modelo de turismo es capaz de integrar las lógicas del ecoturismo, el turismo de naturaleza y el turismo agrario, sin desligarse de las lógicas de mercado que suelen rodear al turismo convencional. Mientras que en el turismo comunitario, como la organización en colectivo, la representación étnica al interior de la organización, y la búsqueda de iniciativas para la financiación de proyectos avalados por los cabildos son el principal objetivo.
- La reivindicación de las costumbres y procesos de reconocimiento cultural, e incluso la auto denominación de los territorios por parte de los pueblos indígenas en la Sierra Nevada de Santa Marta constituyen el elemento discursivo central de las propuestas turísticas relacionadas con el modelo comunitario; lo que las distancia en cierta parte de las propuestas del *turismo sostenible*, que están orientadas a la promoción de actividades que rescaten un contacto con la naturaleza y la oferta de un mercado amigable con el medio ambiente, más allá de cualquier elemento de reivindicación étnica.
- El intercambio cultural en los itinerarios no es apreciable en elementos que hacen parte del gasto turístico en servicios como: la alimentación, el hospedaje o transporte,

puesto que estos solo constituyen una reproducción de las expectativas de los viajeros, sobre contextos diferentes enmarcados en entornos rurales. En este caso, atendidos por comunidades indígenas y campesinas de la Sierra Nevada, que buscan una salida económica ante las dificultades de la sostenibilidad y duras condiciones socio-económicas rurales. De esta manera, los aspectos que revisten una transformación y re significación que puedan resultar de un posible intercambio cultural proporcionado por el turismo está desarrollado a partir del plurilingüismo endógeno de las comunidades de la Sierra, y de los viajeros extranjeros. También el intercambio de costumbres y productos como se da en el caso del café, el cacao y la coca. Finalmente, la transmisión de las historias de vida que ponen en contacto el pasado prehispánico, la vida de los pueblos originarios, la colonización campesina y la llegada de mochileros, hippies y turistas extranjeros a este territorio.

- El discurso simbólico que suele caracterizar muchos de los discursos de los guías turísticos puede entenderse en una doble dimensión. Por un lado, sirve como una estrategia de propaganda y visibilización del misticismo que esperan muchos de los viajeros, que exotizan el mundo indígena y los parajes naturales. Por otro lado, da cuenta de la interlocución entre la lectura criptica y panteísta del pensamiento indígena y campesino con la funcionalidad de las practicas, costumbres y objetos que constituyen su realidad cotidiana.
- El desarrollo del turismo en la zona, independientemente de sí es sostenible o comunitario, ha desarrollado estrategias de empoderamiento colectivo y formas de asociación en búsqueda de oportunidades y salidas a los conflictos bélicos territoriales, que han asolado a la Sierra Nevada de Santa Marta a causa del adoctrinamiento católico, el conflicto armado, la colonización de baldíos, la llegada

del narcotráfico y la implantación de proyectos turísticos en manos de privados a la zona. Sumado a esto, existe un fuerte proceso de afianzamiento y re significación del dolor vivido en cada uno de estos momentos. Se cree en la actividad turística también como una actividad económica que tiene la capacidad de servir como estrategia de paz, reconciliación y financiación de estrategias cooperativas comunitarias para los diferentes colectivos, tanto campesinos como indígenas, que habitan ese territorio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo M & Álvaro A (2015) Ventas de comida popular en Santa Marta, la ciudad turística de la informalidad EN Pasos (Vol. 13, No. 5, pp. 1183-1198). <http://www.pasosonline.org/Publicados/13515/PASOS44.pdf#page=209>
- Aguilar, C(2016) Fluidéz espacial en el espacio público del corregimiento de Minca en la Sierra Nevada de Santa Marta, reserva de la biosfera. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20272>
- Botero, C & Zielinski, S (2010) Evaluación del potencial para el desarrollo de turismo sostenible en el corregimiento de Taganga, distrito de Santa Marta EN Anuario de Turismo y Sociedad (Vol. 11, pp. 10 - 34). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3677036>
- Coronel, V (2012) Conversión de una región periférica en localidad global: actores e implicaciones del proyecto culturalista en la Sierra Nevada de Santa Marta. EN Restrepo, Eduardo y Uribe, Maria Victoria (compiladores) Antropologías transeúntes (pp. 83- 117). ICANH. Bogotá D.C.
- De la Maza, F (2018) Gobierno local, política y turismo indígena: enfoque etnográfico en contextos interculturales EN Dossier Pueblos Indígenas. Gobiernos Locales y Dinámicas Políticas en América Latina (Vol. 5, No. 9). Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://revistas.academia.cl/index.php/rantros/article/view/939>
- De la Maza, F (2018) Gobierno local, política y turismo indígena: enfoque etnográfico en contextos interculturales. Dossier Pueblos Indígenas. Gobiernos Locales y Dinámicas Políticas en América Latina (Vol. 5, No. 9). Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://revistas.academia.cl/index.php/rantros/article/view/939>
- Duarte, I & Valencia, T (2007) El Ecoturismo en la vereda Jorará, ubicada en el parque Tayrona -Sierra Nevada de Santa Marta. Universidad de La Sabana. Bogotá D.C. <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/7597>

- Figuerola, Y (2011) Caracterización del turismo en el corregimiento Taganga, Santa Marta: Un análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad. UNAL. Bogotá D.C. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/54203/caracterizaciondelturismoenelcorregimientotaganga%2csantamartad.t.c.h.un%20an%c3%a1lisisdesdelaperspectivadelasostenibilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guardiola, A (2019) Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras EN Revista Espacios (Vol. 40, No. 6). <https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p22.pdf>
- Jamal, T & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1): 186–204.
- Mertins, G (1972) El Rodadero (Santa Marta) ¿centro turístico o colonia de vacaciones? EN *Revista de Investigación Científica del Instituto Colombo-Alemán* (No. 6, pp. 151 - 168). <https://www.oceandocs.org/bitstream/handle/1834/3251/Rodadero.pdf?sequence=1>
- Munera, L (2009) Pueblos indígenas, control territorial y desarrollo. El caso de la Sierra Nevada de Santa Marta EN *Revista Cien días* (No. 66). CINEP. Bogotá D.C. [https://www.cinep.org.co/publicaciones/PDFS/200904011.control\\_territorial\\_sierranevada66.pdf](https://www.cinep.org.co/publicaciones/PDFS/200904011.control_territorial_sierranevada66.pdf)
- Navarro, O (2002). Representaciones sociales de la cultura adaptativa en un pueblo indígena de la sierra nevada de Santa Marta EN *Investigación & Desarrollo* (Vol. 10, No. 2, pp. 208- 221) Universidad del Norte. Barranquilla.
- Nogués, A (2005) Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología EN *Archipiélago* (No. 68, pp. 1 - 7). Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Nogués, A (2005) Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología. *Archipiélago* (No. 68, pp. 1 - 7). Universidad Miguel Hernández de Elche.

- Ortiz, J, Daza, A., & Labraces, C. (2014). La cultura organizacional de los operadores turísticos de Santa Marta, 2012-2013 EN Clío América (Vol. 8, No. 15, pp. 22–35). <https://doi.org/10.21676/23897848.827>
- Ospina, N y Mejía, Y(2016) Rehabilitación del centro histórico de Santa Marta y Barranquilla: políticas públicas, dinamismo económico y conservación de espacios patrimoniales en tensión EN Qualis Direito (Vol. 8, No. 1, pp. 135 - 157). <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rdc/article/view/19532/15664>
- Parque Nacional Natural de la Sierra Nevada de Santa Marta (2020). Parques Nacionales Naturales de Colombia. Disponible en: <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/region-caribe/parque-nacional-natural-sierra-nevada-de-santa-marta-2/>
- Pérez, G; Higuera, I; Bonilla, L (2017) La Línea Negra y otras áreas de protección de la Sierra Nevada de Santa Marta: ¿Han funcionado? Banco de la República de Colombia. Bogotá D.C. [https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/6959/dtser\\_253.pdf](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/6959/dtser_253.pdf)
- Rodríguez, G (2015) Reconfiguración de la actividad pesquera a partir de la migración extranjera en el corregimiento de Taganga, Santa Marta (1980-2013). Universidad Externado de Colombia. Bogotá D.C.
- Sarrazin, J (2016) Estructura, antiestructura y sistema-mundo en una comunidad alternativa. El caso de los “jipi-koguis” en la Sierra Nevada de Santa Marta EN Hallazgos (Vol. 13, 25, pp. 157-175). <https://www.redalyc.org/pdf/4138/413843445008.pdf>
- Schulte, S. (2003) Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo EN Serie Manuales (No 25). Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social-ILPES. Santiago de Chile.
- Uribe, M , & Osorio, A. (2006). Ciudad Perdida: un paisaje cultural en la Sierra Nevada de Santa Marta en Colombia EN Jangwa Pana, (Vol. 1, No. 1, pp. 123–132). <https://doi.org/10.21676/16574923.473>

- Vega, F (2017) Turismo y posconflicto. Una reflexión a partir del escenario del Camino a Teyuna (Ciudad Perdida) EN Anuario Turismo y Sociedad (Vol. 21, pp. 165 - 192). Bogotá D.C. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6226325>
- Zarate, J & Gutiérrez, W (2013) Estrategias gerenciales como mecanismo de responsabilidad social en el sector turístico de Santa Marta – Colombia EN Clío América (Vol. 7, No. 14, pp. 153 -163). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5114840.pdf>
- Decreto 1500 de 2018 EN DIARIO OFICIAL (Año CLIV No. 50.677, 6 de Agosto, p. 6). República de Colombia. Disponible en:<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30035809#:~:text=El%20presente%20decreto%20tiene%20por,valor%20espiritual%2C%20cultural%20y%20ambiental%2C>
- ASOCIACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE (2012). Directrices sobre el Turismo Comunitario. Disponible en: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Fundación URBE CAMINANTE - ¿Quiénes Somos? <http://urbecaminante.org/>
- OMT (2005) Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. UNEP - UNWTO. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- OMT (2020). Foro del Turismo Rural Comunitario: Retos y Oportunidades Post Covid-19. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/node/11406>
- OMT. Agenda del Turismo 2030. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- OMT. Declaración de Manila de 1980. Disponible en:<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01>
- OMT. Declaración de Manila de Santiago de Chile de 1999. Compendio del Código Ético Mundial del Turismo. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/antecedentes-del-codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- OMT. Declaración de Manila de Sofía de 1985. Disponible en: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-02/06resES.pdf>

OMT. Directrices Sobre Desarrollo Sostenible. Disponible en:  
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

PÁGINA WEB – CIUDAD PÉRDIDA. Disponible en:  
<https://ciudadperdida.co/descubrimiento-de-ciudad-perdida#:~:text=El%20hallazgo%20de%20Ciudad,precolombinos%20para%20la%20venta%20il%C3%ADcita.>

PÁGINA WEB – MACANA TURISMO. Disponible en: <http://macanaturismo.com/>

PÁGINA WEB – PARQUE NACIONAL TAYRONA. Disponible en:  
<https://www.parquetayrona.com/es/>

PÁGINA WEB – SIERRADVENTUR. Disponible en: <http://sierraventurtravel.co/>

PÁGINA WEB – TEYUNA TOURS. Disponible en: <https://teyunatours.com/>

Cuevas, A (2015) *Revive polémica por construcción de Los Ciruelos en el Tayrona* EN El Espectador (20/04/2015). Disponible en:  
<https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/revive-polemica-por-construccion-de-los-ciruelos-en-el-tayrona/>

El controversial hotel del Parque Tayrona (2019) EN El Espectador (19/10/2011). Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/el-controversial-hotel-del-parque-tayrona/>

*Indígenas piden ser oídos en concesión para operar el parque Tayrona* (2019) EN El Tiempo (18/10/2019). Disponible en: <https://www.eltiempo.com/politica/partidos-politicos/parque-tayrona-indigenas-piden-ser-oidos-en-concesion-de-nuevo-operador-del-parque-tayrona-424612>

*Levantán suspensión de construir un hotel en reserva colombiana del Tayrona* (2009) EN Hostelsur. LATAM. Disponible en: [https://www.hosteltur.com/lat/118300\\_levantana-suspension-construir-hotel-reserva-colombiana-tayrona.html](https://www.hosteltur.com/lat/118300_levantana-suspension-construir-hotel-reserva-colombiana-tayrona.html)

Montoya, P(2020) *Arhuacos buscan crear empresa de agua en la Sierra Nevada de Santa Marta - ENTREVISTA A DANILO VILLAFANE, GOBERNADOR ARHUACO* EN EL

Espectador (11/12/2020). Disponible en:  
<https://www.elspectador.com/noticias/nacional/arhuacos-buscan-crear-empresa-de-agua-en-la-sierra-nevada-de-santa-marta/>

*Pueblos indígenas pidieron un 20 % de las ganancias del Parque Tayrona* (2019) EN El Tiempo (28/01/2019). Disponible en: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/indigenas-exigen-20-por-ciento-de-los-ingresos-que-recibe-el-tayrona-319902>

## ANEXOS

### **Anexo 1: Formato de consentimiento informado para personas entrevistadas en la investigación**

Usted está invitado(a) a participar en la investigación académica titulada:

#### **ENTRE RUTAS Y CAMINOS: AGENCIAMIENTO E ITINERARIOS DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA.**

Esta investigación tiene como objetivo principal: **Analizar los itinerarios y mecanismos de agencia utilizados por la operadoras turísticas comunitarias de la Sierra Nevada de Santa Marta, el Parque Tayrona y el corregimiento de Minca para fomentar el *turismo sostenible* como actividad económica.**

Si usted está de acuerdo en participar en esta investigación, su participación consistirá en una entrevista que se realizará en un lugar determinado por usted y a la hora que usted considere más adecuada. Usted puede escoger libremente si quiere participar de la entrevista y, en caso afirmativo, también puede escoger cuáles preguntas de la entrevista quiere contestar y cuáles no. Las preguntas son generales sobre su opinión acerca de los temas que interesan a la investigación y no comprometen en nada su integridad física ni moral. Durante la entrevista, el investigador tomará apuntes y si usted lo autoriza, él registrará la conversación usando una grabadora digital. Su nombre no aparecerá en los apuntes y si usted autoriza ser grabado(a), toda la información que podría identificarlo(a) será borrada de la grabación.

Todas las preguntas que tenga con respecto a la investigación o al desarrollo de la entrevista serán contestadas antes de la entrevista y usted tendrá derecho a retirarse de la entrevista en cualquier momento, si así lo desea. Su participación no tendrá ningún riesgo para usted ni representará beneficios directos para usted. Además de su tiempo, esta entrevista no representa costo alguno para usted, pero usted tampoco recibirá compensación alguna por su participación.

Solamente el investigador tendrá acceso a su nombre y a cualquier información que usted provea para este estudio. Para mantener la confidencialidad, no se revelará su nombre en ningún reporte o publicación que resulte de esta investigación a menos de que usted manifieste expresamente su interés en ser relacionado(a) con las respuestas que usted emita en su entrevista. En todo caso, toda la información de la entrevista será guardada en un lugar seguro protegido del libre acceso de cualquier persona ajena a la investigación, que no sea el investigador principal.

Al participar en esta entrevista, usted está dando su permiso para que la información compartida sea utilizada para los fines y propósitos estrictamente académicos que tiene

esta investigación. Esta investigación tiene como investigador a Adriana Parada Ramírez y hace parte de un proceso académico conducente a obtener un título académico en el programa Antropología de la universidad Pontificia Universidad Javeriana. Puede remitir cualquier observación adicional a los datos de contacto del investigador que aparecen bajo la firma adjunta.

---

Juan Sebastian Granados Ramírez  
C.C. 1020751661  
Investigador (Tesisista)  
Pontificia Universidad Javeriana  
Juan. Granados@javeriana.edu.co

Entiendo plenamente las condiciones arriba expuestas y estoy de acuerdo con participar en la investigación en calidad de entrevistado(a). Además:

SI \_\_\_ No \_\_\_ autorizo que se grabe la entrevista.

Autorizo que se use mi nombre propio (\_\_\_) o un pseudónimo (\_\_\_) en cualquier informe derivado de la investigación.