



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
Facultad de Economía y Negocios - Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Maestría en Desarrollo y Cultura

**TURISMO, PATRIMONIO Y ETNICIDAD: DINÁMICAS DEL TURISMO ETNICO-
CULTURAL EN SAN BASILIO DE PALENQUE**

KANDYA GISELLA OBEZO CASSERES

Tesis para optar por el título de Magíster en Desarrollo & Cultura

Director: Carlos del Cairo

Cartagena de Indias, Colombia
2013

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	8
1. CAPÍTULO I: PATRIMONIO, TURISMO Y ETNICIDAD.....	11
1.1. Procesos de patrimonialización.....	11
1.2. Patrimonialización y mercantilismo.....	16
1.3. Usos sociales del patrimonio.....	19
1.4. Patrimonialización y turismo.....	21
1.5. Industria turística.....	23
1.6. Industria cultural, desarrollo y cultura.....	25
1.7. Conflictos materiales y escenarios del Turismo.....	29
1.8. Turismo y etnicidad.....	33
1.9. Etnicidad y multiculturalismo en el análisis del discurso afro en Colombia.....	37
1.10. Afrocolombianidad y la representación del otro.....	39
1.11. Etnicidad palenquera en el discurso multicultural.....	41
2. CAPÍTULO II: ANTECEDENTES DE LA DECLARATORIA PALENQUE UNESCO.....	46
2.1. San Basilio de Palenque.....	47
2.2. Construcción de la etnicidad palenquera.....	54
2.3. Candidatura Palenque Unesco.....	60
2.4. La segunda es la vencida.....	63
2.5. Dossier Palenque Unesco.....	65
2.6. Plan Especial de Salvaguarda.....	66
2.7. Expectativas Fallidas y emprendimientos culturales turísticos después de la Declaración.....	67
3. CAPÍTULO 3: TURISMO ÉTNICO EN SAN BASILIO DE PALENQUE.....	72
3.1. Palenque destino turístico desde siempre.....	72
3.2. Turismo en Palenque hoy.....	74
3.3. Catalizadores del turismo en Palenque.....	77
3.4. Tensiones en el escenario turístico.....	78
3.5. Agencias de turismo.....	83

3.6. Guías turísticos.....	87
3.7. Otros actores del turismo en Palenque.....	90
3.8. Tipología de turistas.....	92
3.9. Recorridos.....	94
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	109
ANEXOS.....	114

INTRODUCCIÓN

La declaratoria de San Basilio de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad realizada por la Unesco en el año 2005, ha implicado la apertura de nuevos circuitos para el consumo turístico de los valores culturales de las y los palenqueros, y por ende de la redefinición de espacios, relatos y personajes “exóticos y prístinos” que resulten interesantes para ser vistos y visitados por turistas y foráneos. Siete años después de esta declaratoria, la actividad turística en Palenque está plenamente identificada como un sector en crecimiento y son cada vez más frecuentes los grupos de turistas venidos de diferentes latitudes en excursiones y pasadías.

A la par, guías, gestores y servidores turísticos se están convirtiendo en nuevos sujetos culturales pero también económicos de la escena local, y están adquiriendo un rol determinante en las formas como se representa, se entienda y finalmente se comercia la estancia del turista en San Basilio de Palenque. Esto tiene el atenuante de que este tipo de representaciones no necesariamente responden a la cotidianidad de los sujetos de la localidad, sino también a las estéticas que el turista o el visitante ha imaginado, en su condición de constructor de la cultura.

En ese sentido, es cada vez más notoria la estrecha relación entre las declaratorias de patrimonio cultural y la industria turística. Los procesos de patrimonialización representan un alto contenido simbólico que asigna a los bienes culturales tangibles e intangibles una especial protección, no sólo relacionada con su salvaguarda sino también con los usos sociales que se pueda hacer de ellas y donde el turismo aparece con bastante preponderancia. En el sistema económico actual de corte neoliberal, los valores culturales se han vuelto redituables y la industria turística se ha constituido en un vehículo óptimo para promover el consumo y la mercantilización cultural, reproduciendo al tiempo estereotipos de lo diferente y lo auténtico, que redefinen la etnicidad de las comunidades insertadas en la lógica patrimonial y turística (Cháves, Montenegro y Zambrano, 2009; Pérez, 2006; De Oro, 2010; Chaparro, 2008).

El escenario en el que la práctica turística se gesta genera diversos impactos, diferentes para cada comunidad, que al producir cambios en los sistemas y esquemas de valor pueden incluso afectar la identidad local, sobre todo porque estos cambios muchas veces ocurren en la estructura misma de la colectividad, las relaciones familiares, los estilos de vida tradicionales, las ceremonias y los valores de la comunidad.

En correspondencia con este contexto, el presente trabajo de grado se concentra en abordar la pregunta de ¿cómo han sido las dinámicas de configuración de San Basilio de Palenque como destino turístico étnico? A partir de allí, en primer lugar este trabajo propone un análisis de los factores que han hecho posible el turismo étnico en San Basilio de Palenque. En segundo lugar, realiza una caracterización de la actividad turística en San Basilio de Palenque para establecer así las formas en que la comunidad entra a negociar las tensiones y retos que se generan a partir de esa actividad. Finalmente, en tercer lugar, formula un conjunto de recomendaciones en torno a la práctica turística en la comunidad; estas recomendaciones están orientadas a generar canales de diálogo entre los diferentes actores que participan del turismo étnico, a fin de lograr el mayor beneficio posible para la comunidad y por ende minimizar en la mayor medida posible los eventuales efectos que la comunidad considere problemáticos.

Para lograr este cometido, el trabajo está organizado en tres capítulos, el primero revisa las implicaciones conceptuales de las categorías de Patrimonio, Turismo y Etnicidad, y las formas como estas se relacionan entre sí en el caso específico de San Basilio de Palenque. El segundo, caracteriza los orígenes del proceso de postulación de San Basilio de Palenque como patrimonio cultural ante la Unesco, teniendo en cuenta que fue una propuesta gestada por varios sectores de la comunidad; para esto se retoma el proceso de construcción de la etnicidad que se advierte en la acción de los movimientos que se generaron en la década de 1980 entre los palenqueros que vivían en las ciudades. Esta revisión es importante porque son estos mismos sectores quienes después impulsaron la postulación de Palenque ante la Unesco con el apoyo institucional del Ministerio de Cultura y del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

En el tercer y último capítulo, se describe cómo ha sido el proceso de estructuración de la actividad turística, identificando los actores y las agencias que lo dinamizan al interior de la comunidad desde una visión interna del turismo en Palenque. Asimismo, se evidencian los usos y acciones que han sido desarrolladas por los palenqueros en relación al turismo que se practica, representado en sus procesos, dinámicas, y en las interacciones entre los visitantes con la comunidad. Finalmente, el capítulo concluye con la formulación de un conjunto de lineamientos encaminados a procurar una práctica turística sostenible y respetuosa de las manifestaciones culturales de los palenqueros.

En términos metodológicos, el desarrollo de esta investigación se realizó en varias etapas, que incluyeron la consulta de numerosas fuentes bibliográficas, complementado con entrevistas y consultas comunitarias con quienes lideraron el proceso a través del cual se declaró a la comunidad de Palenque como Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, y juegan un rol activo en la dinámica turística del corregimiento. También se realizó una observación directa de los procesos asociados a la actividad turística en Palenque, producto de varias visitas de campo.

De tal manera, se espera con el presente trabajo de investigación-asesoría, analizar desde una perspectiva crítica las dinámicas de configuración de San Basilio de Palenque como destino turístico étnico, a partir del proceso de patrimonialización que inició en 2004 con el reconocimiento por parte del Ministerio de Cultura como Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional y se materializó en 2005, con la declaración de Unesco como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la humanidad, y aportar así al debate actual que se cierne en la comunidad en cuanto a las implicaciones reales de la declaración de la Unesco sobre los ámbitos sociales, culturales y económicos de los palenqueros en relación al sector turístico.

Finalmente, es indispensable señalar que el abordaje del presente trabajo de grado está en correspondencia con la preocupación generalizada de varias expresiones organizativas palenqueras (Asopraduce, Junchetour, Paletur) que han decidido involucrarse en la dinámica del turismo étnico. Este trabajo responde entonces a la mirada de una mujer palenquera interesada en poner al servicio de la comunidad sus conocimientos académicos y experiencia de trabajo comunitario a fin de potenciar las capacidades en el aprovechamiento del turismo étnico que día a día se hace más evidente en la cotidianidad de las y los palenqueros.

Así mismo, la formación recibida en la Maestría en Desarrollo y Cultura ha sido determinante para reflexionar en torno a la relación entre turismo y cultura. Hoy en día, la cultura es una dimensión primordial en la creación de condiciones para el desarrollo, para responder creativamente a los desafíos que genera la pobreza y la desigualdad, mejorando no sólo el bienestar colectivo de la gente sino también la situación económica de los países. Aun así, lo anterior amerita una postura crítica y reflexiva, toda vez que la capacidad de generar ingresos económicos pueda interpretarse por encima de los valores patrimoniales y culturales de una determinada comunidad. En las lógicas actuales del mercado, al final de la jornada negocios,

siempre serán negocios. De ahí, que abordar la relación entre turismo, patrimonio y etnicidad resulte en vano si no se vislumbra como parte de un proceso integral y sostenible de desarrollo humano, sobretudo en una comunidad como la palenquera cuya riqueza cultural inmaterial contrasta con altos índices de necesidades básicas insatisfechas.¹

¹ La encuesta del Sisbén 2004, y actualizada en 2007, arrojó una situación de pobreza alarmante, cerca del 76,7% de la población presenta al menos una Necesidad Básica Insatisfecha, lo que quiere traduce que 2.886 personas se encuentran en estado de pobreza en el corregimiento. El porcentaje de personas en estado de miseria en San Basilio de Palenque es del 50,1%, es decir 1.886 de las 3.762 personas que habitan el corregimiento. Programa de las Naciones Unidas - PNUD San Basilio de Palenque frente a los objetivos de desarrollo del Milenio (2009).

ASPECTOS METODOLOGICOS

La metodología que se utilizó en éste ejercicio investigativo se enmarca dentro de los procesos metodológicos de tipo cualitativo con particular énfasis en el enfoque etnográfico. Como método abierto de investigación, la etnografía se complementó en terreno con técnicas no direccionadas especialmente la observación no participante y entrevistas semi-estructuradas. De igual forma, se revisaron fuentes de literatura secundaria para robustecer el marco teórico de la investigación y aportarle mayores elementos epistemológicos a las reflexiones surgidas.

Esta investigación posee un carácter transversal, toda vez que contempla el estudio interdisciplinar desde distintos campos del saber como lo son la antropología social, los estudios de comunicación, la historia, la economía y los estudios culturales.

Recolección de la Información

Para empezar, habrá de señalarse que recolección de la información se realizó en varias etapas con el propósito de identificar a los actores turísticos y vivenciar cómo se estaba desarrollando la actividad turística en San Basilio de Palenque. Lo anterior se combinó con una fase de estructuración teórica-analítica y una fase de sistematización de conocimientos pragmáticos alrededor del ejercicio investigativo. A continuación presento una descripción más detallada de cada una de las fases adelantadas en esta investigación:

I Etapa:

La primera fase de la investigación tuvo carácter descriptivo y etnográfico, porque en ella se identificó, seleccionó, y describieron los aspectos que giran en torno a la actividad turística en la comunidad. En consecuencia, se caracterizó el estado actual, los actores y los escenarios de turismo.

Durante esta etapa se realizaron visitas de campo a la comunidad de San Basilio de Palenque y se realizaron entrevistas semi-estructuradas a aquellas personas que se auto-identificaron como promotores, gestores y/o guías turísticos, con el fin de conocer el estado actual del turismo en Palenque. En esta fase se logró identificar quiénes eran sus promotores, cuáles eran las agencias de turismo y cómo se presta el servicio.

Así mismo, la observación directa no participante, que comprenden todas las formas de investigación sobre el terreno y la realización de entrevistas, fue tomada en cuenta para analizar el estado actual del corregimiento, en cuanto a infraestructura turística, acceso vial y servicios. Durante estas visitas fue posible observar la presencia de un número importante de turistas, así como también de excursiones estudiantiles y grupos de personas realizando trabajos de investigación.

En esta primera etapa de diagnóstico también se recurrió a la revisión de documentos que incluyeron, entre otros, el dossier Palenque Unesco y el Plan Especial de Salvaguarda. Además se logró evidenciar que se han realizado escasas investigaciones en esta temática para el caso específico de San Basilio de Palenque, vinculadas principalmente a trabajos de grado (Martínez, 2011). La investigación documental, permitió considerar nuevos elementos importantes para el avance del trabajo investigativo.

II Etapa:

En la segunda fase también se realizaron entrevistas semi-estructuradas para conocer los criterios y cómo fue el proceso de la presentación de Palenque de San Basilio como patrimonio ante la Unesco, de la voz de quienes hicieron parte del comité local encargado de recoger la información y redactar el dossier para dicha candidatura así como para la elaboración del Plan Especial de Salvaguarda. Se entrevistó a miembros de la comunidad, escogidos por la experiencia que tienen en cuanto al conocimiento histórico de Palenque, por su trayectoria profesional y por su participación en la elaboración de estos documentos.

Dado que la investigación dilucidó que el turismo en San Basilio de Palenque, era principalmente atractivo para excursionistas del sector educativo, entendiéndose estudiantes de colegios, universidades públicas y privadas e instituciones como el Sena, fue necesario a estudiantes y docentes que llegaron en calidad de turistas a la comunidad para conocer sus percepciones. También se entrevistó a los gestores y/o promotores culturales detrás de esta práctica para determinar sus motivaciones en cuanto a la promoción del turismo étnico en San Basilio de Palenque. Con este mismo propósito se realizó observación no participante acompañando los recorridos de las excursiones por San Basilio de Palenque.

Finalmente, en cuanto a los criterios empleados para las entrevistas semi-estructuradas, estas fueron reguladas por preguntas concretas sobre el tema que se condensaron en un cuestionario guía elaborado previamente, dándole la posibilidad al entrevistado de agregar cualquier otra

información que coincidiera con el propósito de la investigación. Las entrevistas se llevaron a cabo en el corregimiento de San Basilio de Palenque y en la ciudad de Cartagena. Las que tuvieron lugar en el poblado, se efectuaron en los domicilios de los entrevistados, en la Casa de la Cultura y en la Plaza Principal del poblado. En Cartagena, las entrevistas se realizaron en los lugares de trabajo y domicilios de los entrevistados, todos palenqueros que residen en esta ciudad.

Hay que advertir que las entrevistas se transcribieron y sistematizaron en su totalidad, aún cuando sólo se vean reflejadas aquellas que resultaron relevantes y significativas para esta investigación. El análisis realizado a estas entrevistas permitió la redacción y elaboración del presente escrito.

1. CAPITULO I. PATRIMONIO, TURISMO Y ETNICIDAD

La investigación, la restauración y la difusión del patrimonio no tendrían por fin central perseguir la autenticidad o restablecerla, sino reconstruir la verosimilitud histórica y dar bases compartidas para una reelaboración de acuerdo con las necesidades del presente

Néstor García Canclini

Existen muy pocos análisis críticos sobre los diversos fenómenos sociales, económicos y políticos detrás de la patrimonialización de las prácticas culturales

Isabel Villaseñor Alonso

Para describir los fundamentos teóricos utilizados para el desarrollo documental de esta investigación, se revisaron las implicaciones conceptuales de las categorías de Patrimonio, Turismo y Etnicidad, y las formas en qué estas se relacionan entre sí en el caso específico de San Basilio de Palenque. Como se menciona en líneas anteriores, convertir los activos culturales en beneficios tangibles a través del turismo, es una práctica cada vez más extendida a nivel mundial, que da cuenta de la estrecha relación entre declaratorias de patrimonio cultural, la industria turística y de las identidades turísticas que de ahí se generan. En ese sentido, este marco teórico tiene como finalidad argumentar y sustentar la pertinencia de estas categorías para el análisis que se propone esta investigación y para explicar cómo, finalmente, esas categorías inciden en la vida cotidiana de la comunidad palenquera.

1.1. Procesos de patrimonialización

De acuerdo con Salge (2010), el discurso del patrimonio se ha analizado desde dos vertientes: como la posibilidad de articular el proyecto del Estado-Nación moderno con el discurso del multiculturalismo liberal (Walsh, 2003; Seeger, 2009), y como un proceso que otorga valor sobre un conjunto de bienes. Dentro de esta última línea existen diversas vertientes de análisis: la que se concentra en estudiar las relaciones entre patrimonio, derechos humanos y el papel de las comunidades (Kasten, 2002), la que estudia la relación entre patrimonio material e inmaterial (Smith, 2006) y, la que más interesa a esta investigación, que se ocupa de la relación entre turismo y patrimonio (Kirshenblatt-Gimblett, 2004).

Ambas corrientes de pensamiento resultan vitales para este trabajo de investigación por las siguientes razones: Primero, porque la reivindicación de la etnicidad de las comunidades afrodescendientes en el país se articula a las retóricas que describen el nuevo proyecto de nación como uno incluyente, multicultural y moderno en el que se ha puesto “lo afro de moda”². Segundo, porque la patrimonialización, expresada en la declaratoria de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, supone acciones para la salvaguarda del mismo, oportunas a los intereses de la gestión cultural, la industria del turismo y la economía cultural que lo acompaña.

Aunque más adelante se detallará con rigor las implicaciones conceptuales de la patrimonialización, por el momento es preciso mencionar brevemente que los procesos asociados a esa categoría conceptual no son aislados ni casuales. La aprobación y ratificación de la Convención de la Unesco para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial en 2003 por los países que la firmaron, es parte de una tendencia mundial encargada de suscitar el interés de los gobiernos nacionales para proclamar la riqueza de los saberes, bienes y expresiones de los grupos tradicionales, populares y étnicos que conforman el patrimonio cultural inmaterial de cada país. Por tanto, es preciso entender que bajo esta corriente en 2004, el Ministerio de Cultura de Colombia reconoció a San Basilio de Palenque, comunidad afrodescendiente localizada en el norte del departamento de Bolívar, como Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional y en 2005 obtuvo el reconocimiento de Unesco.

Asimismo, siguiendo a Larraín (2009), denomino aquí patrimonialización al fenómeno de reconocimiento institucionalizado de elementos, objetos, manifestaciones o prácticas en el marco de los discursos emitidos desde instancias legitimadas como la Unesco o los ministerios de cultura de diferentes países, así como sus repercusiones y actividades derivadas en la esfera de las políticas públicas (Larraín, 2009: 3).

² Muestra de ello es no sólo la elección de un alcalde negro en Cartagena, sino también la creación de un asesor de comunidades negras en la misma alcaldía, acompañado de un primer gabinete distrital, donde casi la mitad resultaron ser afrodescendientes. Además existe un alto interés demostrado por las agencias de cooperación tales como la USAID, PNUD, AECID, Unión Europea, entre otros, por trabajar con población afro-descendiente. Asimismo, se pueden conseguir múltiples trabajos de investigación y dinámicas de acompañamiento referidas a la población afrocartagenera e incluso la emergencia de diplomados en lengua palenquera para no palenqueros. En el plano internacional, el 2011 fue decretado por la ONU como el año Internacional de los Afro-descendientes, y conforme a lo dispuesto en la resolución 66/144 de la Asamblea General, se tiene contemplado declarar el Decenio de los Afrodescendientes (2013-2022).

De ahí que los procesos ligados a la patrimonialización encierran la siguiente paradoja: las medidas para salvaguardar una manifestación o expresión cultural pueden revitalizarla pero también fijarla, conservarla o “museificarla” desconociendo las transformaciones que se dan a razón del tiempo, de los momentos históricos y de la interacción de las comunidades “poseedoras” de estos rasgos culturales con otros grupos humanos. Patrimonializar implica proteger y salvaguardar, pero sí el patrimonio inmaterial es algo vivo culturalmente en el presente, la idea de salvaguardarlo choca con la función que realiza (Montenegro, 2010).

Son también paradójicas las disposiciones de los entes gubernamentales quienes amparados en marcos normativos internacionales y nacionales incurren en una doble agenda, estableciendo una estrecha relación entre declaratorias de patrimonio y el mercado (Chaves, Montenegro y Zambrano, 2009). Muestra de ello, es que uno de los objetivos de la Política colombiana para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial (2009) sea:

Fomentar la contribución del Patrimonio Cultural Inmaterial a la generación de ingresos y al bienestar comunitario, a partir del reconocimiento de distintas visiones del desarrollo y considerando que las *iniciativas comunitarias creativas* en el campo de las artes y la gastronomía y el turismo cultural, entre otros campos, transmiten ideas, valores y modos de vida que reflejan el patrimonio cultural y espiritual de las comunidades y colectividades (Ministerio de Cultura, Política para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial, 2009: 281).

En esta misma línea de articulación entre cultura y mercado también se encuentra la Política Pública de Turismo Cultural del país denominada “*Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo*”, en efecto, ésta plantea que:

La nueva utilidad social de la cultura, tiene desde su uso la capacidad de crear nuevos emprendimientos, la posibilidad de generar empleo y con esto la potencialidad para consolidar verdaderamente una cadena productiva en torno a las industrias culturales, que de acuerdo con el modelo de desarrollo económico y de cultura local, contribuya a la disminución de la pobreza en las regiones del planeta (Política Pública de Turismo Cultural en Colombia, 2007: 398).

La experiencia del sombrero vueltiao (Larraín, 2009), el Carnaval de Negros y Blancos en Pasto (Tobar, 2009) y el Carnaval de Barranquilla (De Oro, 2010), ilustran este tipo de discursos que apelan a la protección cultural, a la defensa y preservación de prácticas, saberes e identidades de comunidades locales frente a la mercantilización³, al tiempo que fomentan la dimensión económica de la cultura y la demanda de los bienes simbólicos (Castro, 2009). Para el caso de

³ Ministerio de Cultura de Colombia, Decreto 763 de 2009.

San Basilio de Palenque esto se evidencia, como revisaré en detalle en el Capítulo 2, desde el Plan Especial de Salvaguarda que contempla el fomento de los emprendimientos culturales turísticos como estrategia para aprovechar la declaratoria de la Unesco en el marco de la preservación del patrimonio cultural inmaterial.

Esto ha propiciado que la relación entre patrimonio e industria turística se haya posicionando como un importante escenario de reflexión en el ámbito académico. Tanto el turismo como la patrimonialización comparten una fuerte dimensión comunicativa y performativa que merece ser estudiada a cabalidad, toda vez que agudizan jerarquías locales, derivando en tensiones y luchas de poder al interior de los grupos étnicos, fomentando mayores niveles de desigualdad. En el caso particular de San Basilio de Palenque, está agudización se advierte en las tensiones entre quienes consideran tener o no la legitimidad y el conocimiento para ser actor y promotor de la actividad turística, como analizaré en el Capítulo 3.

Asimismo, las articulaciones entre turismo étnico y patrimonialización incitan y reproducen estereotipos sobre las comunidades en que se ciernen, manteniendo formas de lo “tradicional” y lo verdaderamente “autóctono”. Hoy en día en diversos contextos del país se aprecia una revalorización de lo tradicional, presentado de manera sofisticada en folletos turísticos, tiendas de diseño, moda y decoración que usan imágenes de procedencia “popular”, “tradicional” afro o indígena, como productos culturales mediáticos. Durante los últimos años el consumo en Colombia se ha volcado hacia “lo propio”, siendo explicitado y reforzado en diversos medios y de múltiples formas. Es llamativo que aquello que ahora es considerado “de moda”, hace unos años era considerado ordinario, de mal gusto (Larraín, 2009:5).

Teniendo en cuenta la reciente patrimonialización en el país de objetos y prácticas pertenecientes a estos grupos étnicos, podría decirse que muchas de esas iniciativas de patrimonialización están ligadas también a procesos de “etnización”, que Restrepo (2004 citado en Larraín, 2009) define como:

El proceso mediante el cual una o varias poblaciones son imaginadas como una comunidad étnica. Este continuo y conflictivo proceso incluye la configuración de un campo discursivo y de visibilidades desde el cual se constituye el sujeto de la etnicidad. Igualmente, demanda una serie de mediaciones desde las cuales se hace posible no sólo el campo discursivo y de visibilidades, sino también las modalidades organizativas que se instauran en nombre de la comunidad étnica.

Por último, pero no menos relevante, este proceso se asocia a la destilación del conjunto de subjetividades correspondientes. (Restrepo, 2004, p. 271).

Para darle contexto a este proceso, hay que señalar que desde la década de 1990 la tendencia mundial entre los estados democráticos se orienta al reconocimiento de la diversidad y la adopción de marcos normativos y políticas multiculturales para administrar los asuntos relacionados con las minorías culturales y la construcción de nación. En Colombia, el artículo transitorio 55 de la Constitución Política de 1991 propició la emergencia de las retóricas y políticas de la alteridad de la comunidad negra, desde donde se autorizaron y promocionaron la mayor parte de las reivindicaciones étnicas agenciadas por organizaciones o comunidades de base de esta población. Los procesos ligados a este artículo dan origen formal a las organizaciones sociales étnicas y al reconocimiento de unos derechos diferenciados para las comunidades negras.

Esta nueva institucionalidad desde la cual se empezó a (re)pensar lo negro en Colombia, permite la articulación de nuevos discursos y la construcción de categorías identitarias de carácter étnico (Restrepo, 2002). En San Basilio de Palenque estos procesos ayudaron a consolidar la relocalización de los elementos culturales de la población, dotando de significados diferenciados a sus prácticas culturales para la afirmación de una identidad particular atribuida a los palenqueros. De hecho, el proceso palenquero de identificación étnica se presentó como el resultado –que la Constitución de 1991 y la Ley 70 de 1993 sólo vendrían a legitimar– de un anclaje urbano sinónimo de confrontación y búsqueda de promoción social, de amenaza identitaria y ampliación del horizonte, de salida de una asignación impuesta y entrada en un proceso de auto-atribución que había comenzado en la década de 1980 (Cunin, 2003: 237-238).

La utilización y re-significación de estos elementos propios de los discursos políticos locales étnicos sobre el pasado indígena y afro, marcan nuevos derroteros frente a la experiencia cultural de las comunidades que han sido objeto de los procesos de patrimonialización. El discurso étnico globalmente producido ahora puede ser usufructuado en la industria turística, desde la reproducción e invención de imaginarios acerca de lo que, en el caso que nos ocupa, significa “ser palenquero” en tanto que producto legítimo y diferenciado de etnicidad. Ese producto es apetecido por aquellos que buscan al otro, lo diferente, lo no blanco, lo “tradicional” y lo “exótico”, y esos aspectos ahora son exaltados para atraer un tipo particular de turismo que se

ha denominado “étnico” o “cultural”, al cual hay que garantizarle una oferta de etnicidad esencializada y radicalizada que garantice su calidad para un mercado cada vez más especializado y exigente.

Y es que la industria del turismo se expande día a día con más fuerza, incorporando a sus requerimientos cada vez más espacios y comunidades. Sin embargo, como lo señala Jordi Gascón (2012), ante el hecho de que “las políticas neoliberales dominantes aseguran a los países empobrecidos que sólo pueden ofrecer mano de obra barata y recursos naturales a una economía globalizada (...) el turismo aparece como una vía rápida, sencilla hacia el desarrollo” (Gascón et al. 2012: 28). Es así que el turismo suele generar nuevas expectativas en muchas de las comunidades que buscan incorporar iniciativas en ese sentido, como mecanismo tangible para materializar su desarrollo y bienestar.

El turismo se presenta con un rostro de oportunidad, de manera que las comunidades tradicionales abren sus puertas a un proceso de intercambio para el cual generalmente no están preparadas, pero más aun, no advierten las consecuencias de exponer sus principales características y elementos fundamentales a la manipulación de foráneos que no siempre valoran adecuadamente tales riquezas, de manera que las comunidades y en especial las étnicas, entran en una dinámica propia de la globalización, en la que el control de tal actividad queda en manos de una industria que tiene unos intereses determinados.

1.2. Patrimonialización y mercantilismo

El análisis del patrimonio cultural inmaterial en San Basilio de Palenque pasa necesariamente por entender la relación entre patrimonialización y mercantilismo. Esto porque la dinámica del mercado en el proceso cultural encargado de sancionar los bienes patrimoniales en el mundo, es cada vez más determinante. También porque se hace más frecuente la consecuente disputa que implica dilucidar cómo se distribuirán los beneficios entre la comunidad y quiénes tienen el derecho al uso, la propiedad, la circulación y la distribución de los bienes y saberes patrimonializados (Chaves, Montenegro, Zambrano, 2009). Lo anterior da como resultado que en ocasiones quienes perciban los mayores beneficios económicos no sean sus creadores sino quienes tienen la capacidad de transformarlos y ponerlos a circular en otros circuitos económicos y simbólicos (Arocha, 2007; Delgado, 2006, 2003).

El discurso sobre la patrimonialización de las manifestaciones inmateriales de la cultura reclama un necesario debate, dado que se mueve en un trasfondo paradójico en el que en un mismo escenario, en este caso el estatal, confluyen lógicas y prismas opuestos desde donde se racionalizan las relaciones entre patrimonio y mercado: Por un lado, las normas internacionales y colombianas proclaman que una dimensión clave de las estrategias de patrimonialización es la salvaguarda y la protección contra la mercantilización (Ministerio de Cultura, 2009, Decreto 763). Por otro lado, las normativas buscan simultáneamente que los entes locales de gobierno procuren los medios para vender los bienes y las técnicas inventariados mediante discursos que promueven el emprendimiento cultural, al tiempo que alientan la transformación de fiestas y carnavales en espectáculos orientados al turismo y al fomento de las industrias culturales.

Pensar en el patrimonio inmaterial como “mercancía” que puede ser “vendida”, interroga por el verdadero significado del patrimonio para un país y la importancia de su aparición en las agendas nacionales, en las que el patrimonio se presenta como un bien “público” nacional que refuerza la idea de la viabilidad de lo público y destaca la necesidad de su defensa en el contexto de la nación. Esto es posible en tanto el patrimonio como objeto cultural sea entendido como aislado (y se procure aislarlo) de determinaciones políticas o económicas. No obstante, al atender las conexiones entre estas esferas, se evidencia cómo los valores culturales producidos en los procesos de patrimonialización son redituables y capitalizables (Cháves, Montenegro y Zambrano, 2009). En otras palabras, la actuación pública en esta materia muchas veces consiste en la sofisticación de un discurso que apela a la protección cultural, pero solo en un nivel formal-público, cuando de fondo lo que existe es un afán particular por el lucro y la mercantilización, que se refuerza con la retórica de hacer más competitivas a las comunidades locales.

Al estar inmersa en las esferas políticas y económicas, la patrimonialización supone también un proceso de la sanción cultural de las mercancías, esto es, los procesos culturales necesarios para que un tipo particular de cosas sean consideradas mercancías. En ese sentido I. Kopytoff (citado en Montenegro, 2010) propone la división entre mercantilización y singularización en la cual, en el primer caso, es imprescindible que una cosa (objeto, lugar, acción, símbolo, incluso sujeto) sea entendida como “igual” respecto de su conjunto y, por lo tanto, como conmensurable; sólo esto hace posible que el principio lógico del intercambio resulte verosímil. Lo igual se

intercambia con lo igual o bien se iguala en su abstracción como valor (de uso, de cambio, simbólico). Este es el sentido de la equivalencia.

En el segundo caso, I. Kopytoff afirma que la cultura se asegura de que algunas cosas permanezcan inequívocamente singulares⁴ “protegiéndolas públicamente de la mercantilización”; estas cosas deben ser comprendidas como inconmensurables, como radicalmente “diferentes”; están dotadas de “valores” en un sentido más moral que económico: valores artísticos, religiosos, históricos (I. Kopytoff referenciado en Montenegro, 2010: 116). La principal utilidad del trabajo sostenido de protección de este tipo de objetos, sostiene Montenegro (2010) es que asegura la estabilidad lógica de la dicotomía igual-diferente, que I. Kopytoff presenta como común-singular, a partir de allí puede insistirse en que la sanción cultural de lo patrimonial-singular está ligada de un modo importante a su sanción, en apariencia incompatible, como mercancía.

Sin embargo en las lógicas de consumo cultural las prácticas culturales se conciben como las diversas maneras en las que los sujetos producen sus significados sobre la realidad (determinan lo que ésta es, quienes la habitan y qué la conforma), los intercambian con otros sujetos (cuentan lo que piensan y sienten por medio de diversos lenguajes como el sonoro, el visual, el oral o el escrito, por ejemplo) e interpretan los que otros ponen en circulación (relacionan la propia experiencia con lo que otros dicen para aceptarlo o no).

De acuerdo con lo anterior, el consumo se da en los procesos de circulación y apropiación de sentidos y significados que realizan los sujetos al interactuar (usar, asistir) con bienes y servicios que son producciones culturales materializadas. En esa línea, los bienes y los servicios culturales se consideran producciones culturales que constituyen la oferta cultural. Los primeros se identifican como producciones duraderas, materializados en soportes tangibles, lo que posibilita que sean adquiridos como propiedad por quien los consume. Los segundos se refieren a producciones que son posibles de consumir en el momento que se presentan, ejecutan o exhiben; por lo cual no pueden ser propiedad de quien los consume (DANE, 2008).

⁴ Esta dicotomía ha sido usada en un sentido distinto en el análisis clásico de K. Marx (2005) sobre la forma mercancía; allí, la singularidad opera en el plano del valor de uso y la equivalencia en el de cambio (I. Kopytoff referenciado en Montenegro, 2010).

Los diferentes discursos sobre la mercantilización del patrimonio, nos llevan a pensar en el entramado de lógicas y los agentes que entran en su discusión (profesionales de las ONG, antropólogos, gestores culturales, productores culturales, funcionarios estatales) y la necesidad de establecer un diálogo político entre éstos, de manera que se puedan identificar los límites que imponen las condiciones sociales y económicas a la capacidad de acción de cada uno de esos agentes dependiendo de su posición (Montenegro, 2010) produciendo así una normativa que configure un verdadero plan de protección.

1.3. Usos sociales del patrimonio

En este trabajo cobra particular importancia el análisis de los usos sociales actuales, la circulación y la puesta en valor de los bienes y saberes asociados al patrimonio inmaterial. El debate en torno a la salvaguardia del patrimonio cultural de naturaleza inmaterial ha girado alrededor de los complejos procesos de *patrimonialización* de la cultura en el presente, y las relaciones bidireccionales que éstos generan en los espacios en los que se encuentran, con esto nos referimos al uso social del patrimonio (Ministerio de Cultura, 2009), que termina por definir las formas en la que entendemos el tema.

Así tenemos que el valor de uso de un bien patrimonializado hace referencia a la dimensión utilitaria del objeto histórico. Si el patrimonio vale, será para algo, para utilizarlo de alguna manera, sea cual sea, desde la pura contemplación estática o fetichista, hasta el uso como reclamo turístico (Fernández, 2010). Ahora, cuando nos referimos a los usos sociales del patrimonio hablamos de las formas en las que la sociedad dialoga, interactúa y le da sentido en la cotidianidad a éste, así que es innegable en ésta última línea que el patrimonio cultural expresa la solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica (García Canclini, 1999).

Como ya he señalado, el patrimonio y el proceso de patrimonialización son temáticas caracterizadas por los matices que les dan los diferentes enfoques y se convierte entonces en un espacio de disputa económica, política y simbólica, atravesado por la acción de tres tipos de agentes: el sector privado, el Estado y las comunidades locales. Las contradicciones en el uso del patrimonio tienen la forma que asume la interacción entre estos sectores en cada periodo (García Canclini, 1999).

En éste sentido, el sector privado apuesta por las iniciativas mercantiles, éstas no siempre definidas como acciones agresivas contra el patrimonio. El Estado presenta normativas de corte neoliberal que evidentemente tienden a privilegiar la mercantilización, como se señaló con anterioridad, y las comunidades locales podrían aparecer en las coyunturas y luego desvanecerse debido a las tensiones y conflictos que se generan, cuando por ejemplo, los debates en torno a los beneficios económicos, que en este caso se manifiestan a través de presentación de proyectos puntuales relacionados con las mismas dinámicas de patrimonialización, son puestos por encima de los planteamientos políticos y sociales. El factor económico comienza entonces a tomar prioridades inusitadas que podrían afectar los procesos sociales que se estén adelantando en ese momento. Es importante aclarar que estas acciones, no son generales, sino que aplican en ciertos contextos.

En el caso de la Unesco, los organismos encargados de sancionar los procesos de patrimonialización y los programas de salvaguarda, entidades que se suponen neutrales, su accionar parece ser ambiguo y hasta contradictorio al intentar preservar lo que se pretende combatir, dada la conocida prevención hacia los posibles efectos perversos de la protección: la inmovilización, el congelamiento de un proceso, su inclinación al anacronismo, su caricaturización (Montenegro, 2010) la pérdida de la naturaleza libre y cambiante de la cultura.

Con lo anterior también queda en evidencia la necesidad de mantener el debate sobre si los desarrollos de la patrimonialización, en particular los más recientes que parecen estar en sintonía con el nuevo proyecto de nación incluyente y multicultural, son en realidad efectivos en la generación de inclusión social y horizontes políticos plurales (Observatorio MIA, 2009; Meza, 2009; Santoyo, 2009), ya que si bien el patrimonio sirve para unificar a una nación, las desigualdades en su formación y apropiación exigen estudiarlo también como espacio de lucha material y simbólica entre las clases, las etnias y los grupos (García Canclini, 1999).

Así, por ejemplo, la categoría de patrimonio inmaterial en el caso de San Basilio de Palenque acentúa, en lugar de superar, los sesgos discriminatorios hacia las minorías, en este caso, afrodescendientes, mediante la paradójica inclusión de sus manifestaciones culturales en un plan especial de salvaguarda que de forma velada busca preservar la marginalidad que la declaratoria y su supuesta expansión de derechos intentan superar (Observatorio MIA, 2009; Meza, 2009; Santoyo, 2009) ya que sugiere en su singularización la idea de lo diferente, lo extraño y lo que no

nos pertenece y por lo tanto debemos apreciar. Se trata de sesgos discriminatorio en la medida en que cada manifestación es vendida fundamentada en lo raro y en algunos casos hasta insólito y como parte de un proceso de reconocimiento de la diferencia.

Y esto nos ubica ante el hecho de que sí bien los bienes patrimoniales reunidos por una sociedad en la historia parezcan pertenecernos a todos, realmente no están siempre disponibles para que todos los usen; mucho menos cuando nos referimos al patrimonio inmaterial cultural que confiere legitimidad a todas las formas de organizar y simbolizar la vida social, en la que existe una jerarquía de los capitales culturales: vale más el arte que las artesanías, la medicina científica que la popular, la cultura escrita que la oral (García Canclini, 1999). Viviendo en la lógica del museo, la apropiación y el uso del patrimonio inmaterial se dificultan ya que en la medida en que depende de las personas, la memoria popular "es una memoria corta" y no puede encerrarse en una sala de exhibición (García Canclini, 1999).

En la medida en que el patrimonio es estimado por los que conviven con él, se acrecienta y se defiende mejor porque se siente como algo propio, sirve para que las personas, grupos sociales, etc. se identifiquen con él y reaviven su memoria. El estudio de nuestro pasado, a través del patrimonio que nos han legado permite entender dónde se está ahora (Fernández, 2010).

1.4. Patrimonialización y turismo

El turismo es la práctica que mejor ilustra las temáticas de la mercantilización y del carácter utilitario del patrimonio toda vez que supone el debate constante entre la preservación de las diversas manifestaciones culturales con los intereses de la industria del turismo y la economía cultural que lo acompaña, y la pregunta sobre cómo ellos incitan a la valoración monetaria de esas manifestaciones y a la instrumentalización económica de las identidades de sus productores (Chaves, Montenegro, Zambrano, 2009). La idea de la comercialización de los bienes inmateriales o de los saberes tradicionales admite el uso de éstos como activos económicos que deben producir una plusvalía que naturalmente no será monopolio de sus productores al entrar en las dinámicas del mercado.

Aquí surge el problema de la proyección de los bienes culturales patrimonializables en las industrias culturales y su "sostenibilidad financiera" como bienes protegidos (Chaves, Montenegro, Zambrano, 2009). Más aún cuando las políticas de estado abren la posibilidad del

auto-sostenimiento del patrimonio y de la intervención privada en éste. Así por ejemplo en la Política Pública para el Emprendimiento y las Industrias Culturales se puede leer lo siguiente:

Los ejes de la Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales están encaminados a mantener vivas las prácticas artísticas y culturales, lo que implica garantizar la sostenibilidad de los procesos de creación, producción, circulación, exhibición, distribución, apropiación y consumo de la producción cultural de nuestro país (...) La finalidad de la política, en sus tres ejes, es, pues, el fortalecimiento de las iniciativas culturales, con miras a generar las condiciones para que su ejercicio sea sostenido en el tiempo, para que de esta manera puedan trazarse caminos de cualificación y desarrollo de los proyectos culturales planteados en los diversos eslabones de las cadenas productivas del arte y la cultura (Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales, 2009: 579).

Las políticas aunque no se presentan directamente como respuesta a los intereses económicos de sus beneficiarios, sí están fuertemente asociadas con preocupaciones sobre la definición de la propiedad, el uso y la circulación de los bienes y saberes patrimonializados (Ministerio de Cultura, 2009, Decreto 2941).

La industria sin chimeneas se integra entonces a éstas dinámicas de mercantilización de los bienes culturales y se encuentra con el uso político de la retórica de la diversidad cultural como garante del desarrollo sostenible. Comúnmente ese uso político abstrae las condiciones económicas objetivas de los sujetos o comunidades sobre quienes recae la patrimonialización. Esto se puede apreciar en el caso de San Basilio de Palenque (Observatorio MIA, 2009), en donde el discurso político que promueve la inclusión social de los actores culturales origina simultáneamente su diferenciación, porque finalmente lo diferente es lo que se valora y lo que vende en la industria turística. Esta tensión lleva a discutir el papel que la industria turística desempeña en la reproducción e invención global del imaginario colectivo acerca de lo que significa ser de una minoría étnica o más precisamente, lo que implica visitar a San Basilio de Palenque, en el caso que nos ocupa.

De acuerdo a lo anterior, la discusión que quiero proponer en este trabajo se centra en dos aspectos claves: analizar cómo el turismo influye en la significación, transformación de la identidad de lo que se concibe como “ser palenquero” y cómo incide en la capacidad de generación económica de beneficios materiales para las y los productores culturales de Palenque y su entorno. Como es de esperarse, la industria turística propone establecer un dialogo en ésta dicotomía para alcanzar o incentivar a su manera adaptaciones de los que

significa en la actualidad “ser afro”, negro o palenquero para los propios pobladores y productores culturales. Estos, a su vez, en cuanto más exóticos o tradicionales más legitiman y garantizan una oferta de mayor y mejor calidad para las sociedades occidentales, que fungen como consumidores masivos de esas imágenes y estereotipos y del cual proceden los recursos económicos para la financiación de la “gestión de la tradición” en el ámbito local.

Sin embargo, el turismo étnico enmarcado en el discurso de desarrollo sostenible, de tolerancia y respeto intercultural, se posiciona como estrategia alterna de conservación cultural y ambiental, y también como bisagra para la comprensión del otro. Aun así, hay que ser cuidadosos para no replicar la idea de una interculturalidad sin tensiones, basada en un intercambio dialógico y respetuoso entre iguales, porque en este contexto de análisis esa idea se ve cuestionada (Pérez, 2006).

1.5. Industria turística

Las cifras de la oferta turística en los últimos años indican que el turismo es la industria de más rápido crecimiento en el mundo. Según la Organización Mundial del Turismo, OMT, se proyecta que el turismo internacional continúe creciendo a una tasa entre el 4 y 4.5 % anual, pasando de las mil de millones de llegadas de turistas en 2010, a aproximadamente 1.600 millones de llegadas en 2020.

Las cifras anteriores sugieren que el turismo es, y continuará siendo, uno de los sectores económicos más dinámicos del mundo por la generación empleo, el aporte de divisas y su contribución al desarrollo regional y local. En Colombia, la región Caribe se ha consolidado como la región turística por excelencia dado el atractivo de sus recursos y su trayectoria turística. Al mismo tiempo, la internacionalización del turismo ha conducido a una rápida diversificación de los productos turísticos. Las categorías empleadas en éste ámbito se han ampliado para satisfacer las expectativas de diferentes públicos, destinos, actividades y objetos turísticos.

Empero, a pesar de estos avances el turismo en el Caribe colombiano no ha alcanzado un desarrollo de infraestructura y capacidad comparable con el logrado por otras regiones caribeñas de otros países como Cancún en México, que es el destino más competitivo del Caribe, seguido de República Dominicana, Cuba y Panamá. Para mayor ilustración, Cartagena de Indias, el destino turístico más popular del Caribe colombiano, recibe 56 veces menos visitantes que

Cancún (Quintero y López 2005). La oferta turística de Cartagena históricamente ha sido de “sol y playa”, mientras que otros destinos de la región Caribe han diversificado su oferta: en Cancún, por ejemplo, se ha incluido el ecoturismo y las reliquias Mayas, mientras que en Cuba se ofrece el turismo religioso como complemento. Cartagena por su parte, se ofrece descontextualizada del resto de la región del Caribe colombiano, y su oferta se mantiene en el turismo convencional.

El desarrollo de nuevos enfoques del turismo que apuestan por alternativas ambiental y socioculturalmente sustentables, ha dado paso al surgimiento de productos, que a diferencia del turismo masivo, se concentran en los atributos culturales y la riqueza ecológica de las comunidades para atraer a un sector específico de turistas que crece cada vez más. Estas modalidades son agrupadas bajo el concepto de *turismo alternativo*, que se diferencia del turismo masivo porque engloba todas aquellas formas de turismo no asimilables al turismo más convencional, y comprende entre otras sub-modalidades turísticas como: cultural, étnico, rural o verde, urbano, deportivo, de aventura, fluvial, de balnearios y de negocios y congresos entre otros (Castro y Llancaleo, 2003).

Algunas de las formas alternativas del turismo, como el etnoturismo, han recibido aceptación en la medida que intentan reforzar y conservar las expresiones culturales de grupos minoritarios, involucrando de manera participativa al turista en ese intento. El turismo alternativo está referido a aquellas formas de turismo que son consistentes con los valores sociales, naturales y comunitarios que posibilitan a la comunidad anfitriona y al turista compartir experiencias de manera positiva y valiosa (Smith y Eadington, 1992). Las llamadas formas de turismo alternativo hacen énfasis en lo auténtico y la sostenibilidad, por las ventajas competitivas que ofrecen los nichos turísticos, que saturados de los destinos de sol y playa, ahora dan especial preponderancia a aquellas culturas, tradiciones, etnias y escenarios ambientalmente atractivos que reflejan con claridad la idea de la autenticidad, predominante en el mercadeo turístico del sistema económico capitalista contemporáneo. Sin duda, se trata de un tipo de turismo que satisface las necesidades de esparcimiento de un tipo singular de turista.

En ese sentido, aparecen especialidades como el turismo cultural, que tiene entre otros fines, el conocimiento de los monumentos, sitios histórico-artísticos, y de las manifestaciones inmateriales como conocimientos tradicionales, estilos de vida y tradiciones (Fuller, 2009). Este tiene ramificaciones, como el turismo étnico que se orienta al conocimiento de las tradiciones y

costumbres locales, así como al desarrollo de actividades de intercambio cultural con habitantes originarios de lugares poco visitados e inusuales. En este trabajo se hace referencia al turismo étnico y cultural indistintamente.

Para resumir, la relación entre la industria turística con el patrimonio cultural, es necesario indicar que son dos mundos o sectores cuyos principios, valores y referencias son muy diversos entre sí, pero que —por distintas razones— las instancias institucionales interesadas en reforzar esas relaciones toman decisiones que suelen afectar al funcionamiento del otro sector, ocasionando tensiones que obedecen a que no hay mayor tradición de trabajo articulado entre esas dos instancias, además de la ausencia ninguna de estrategias de coordinación. De este modo, ambos sectores sufren en la actualidad una rápida transformación impulsada por el comportamiento de los ciudadanos respecto de la cultura y del turismo, pues ambos sectores tienen prioridades muy distintas (Velasco, 2009: 241).

1.6. Industria cultural, desarrollo y cultura

En los últimos años han surgido abundantes estudios que enmarcan la relación de la cultura como un factor económico importante para el desarrollo. La cultura no es un factor agregado sino un elemento intrínseco del desarrollo (Rivas, 2007). Algunas de las conceptualizaciones más críticas y contemporáneas del desarrollo, por su parte, se han alejado de esa visión economicista asociada netamente al crecimiento económico para pensarlo ahora, más bien, como una ampliación de las oportunidades y capacidades humanas. Este vuelco hacia lo cultural hace que el vínculo entre la cultura y el desarrollo sea más estrecho y que aquella sea vista como el fin último del desarrollo (Informe Pérez de Cuellar, declaración de Estocolmo, 1998).

La dimensión económica de la cultura cobra importancia en la relación desarrollo/cultura, y con ella también las *industrias culturales*. La Unesco definió estas industrias como “un sector que conjuga la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios, en los cuales la particularidad reside en la inteligibilidad de sus contenidos de carácter cultural” (Unesco, 2005). Las industrias culturales representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por los derechos de autor.

También se habla de las llamadas “industrias creativas” (*creative industries*) y conocidas en ámbitos económicos como “industrias de futuro” (*sunrise industries*) o, en medios tecnológicos, como “industrias de contenido” (*content industries*), y cuyas particularidades en el proceso creativo implican una gestión particular de la empresa, para lograr la generación de productos culturales estéticamente valiosos, que garanticen la sostenibilidad en el tiempo de la actividad productiva (Política para el emprendimiento y las industrias culturales, 2009).

Uno de los primeros investigadores en teorizar estas transformaciones y en evaluar sus implicaciones fue Walter Benjamin, quien en la década de 1930 señaló que las posibilidades de reproducción de los productos artísticos que permitía la tecnología, implicarían la desacralización de la obra de arte y el despojo de su “aura”, al tiempo que facilitarían las condiciones de acceso de más amplios grupos de la población a estos contenidos, que hasta entonces habían sido privilegio de una minoría culta (Benjamin, 1936). Por otro lado, los medios de comunicación permitirían facilitar la difusión y circulación de este tipo inédito de producción a nuevos grupos de ciudadanos. Todo esto implicaba un cambio profundo en el régimen de significación cultural, en las que el papel del arte se transforma, trasciende los espacios limitados de acceso a la *obra* de arte por parte de una elite culta, y permea las prácticas sociales al involucrar la experiencia estética en la vida cotidiana.

El concepto de industria cultural como tal, emergió de la llamada *Escuela de Frankfurt* en la década de 1940 con filósofos como Max Horkheimer y Teodoro Adorno, quienes plantearon que la influencia de industria del entretenimiento que está inmersa en las dinámicas de la comercialización del arte en la sociedad moderna, derivaría en la captura del proceso creativo por parte de la lógica capitalista de acumulación, con consecuencias claras en la masificación y uniformación de los contenidos. Las consecuencias identificadas eran, por un lado, la utilización del consumo cultural como un instrumento de adaptación al sistema dominante, con la correspondiente homogeneización de los contenidos a los que acceden los ciudadanos y, por otro, el sometimiento del creador a las leyes de rentabilidad mercantil, lo que termina limitando su capacidad crítica y la autonomía de sus procesos de elaboración (Rey, 2009).

Las posiciones de Benjamín y de Adorno y Horkheimer inauguran el reconocimiento de la producción cultural y artística como dimensiones que participan de los flujos económicos y

productivos de la sociedad moderna, de manera que la creación estética no es autónoma respecto a la dinámica económica, sino que se constituye en parte importante de ese entramado social y, a su vez, está determinada por él (Política para el fomento de las industrias creativas, 2009).

Las manifestaciones culturales entran a hacer parte de las dinámicas de producción donde la creatividad es el principal insumo, puesto que el producto está vinculado estrechamente al mensaje o concepto que el artista quiso expresar y condensar en su producción. El concepto de industria cultural emerge entonces para cuestionar el acceso de los bienes culturales y la exclusividad del acceso a las obras de arte en una élite culta, ya que pone en la misma discusión a las manifestaciones culturales que viven las sociedades en su cotidianidad y que generan pautas de identificación para los grupos sociales (García Canclini, 2005). En este sentido, cuando las industrias culturales se convierten en requisito para alcanzar el desarrollo sustentable necesitan estimular estructuras y lógicas de producción y difusión propias de las lógicas de producción capitalista. Se plantean así las dos facetas de las industrias culturales ya que son fuente de identidad y cohesión a la vez que son un recurso económico.

En la actualidad, la industria cultural como fábrica de sentidos, amplía el mapa de las comunicaciones y sitúa en la conversación internacional voces, relatos, músicas, objetos e imágenes, como nunca antes; es decir, ubica a las manifestaciones culturales en diálogo constante con los entornos, flujos y lógicas de la globalización. Las ganancias de la industria cultural no son medibles solamente en cuanto la valorización económica de los bienes sino también en cuanto a su enmarcamiento en el ámbito global y la posibilidad de transformación propiciado por el intercambio con otras culturas. Además de esto, animan a la protección del bien, la garantía del acceso a él y propician el reconocimiento cultural y económico de los creadores y demás agentes que intervienen en el proceso de producción (García Canclini, 2005).

El patrimonio inmaterial hace parte de ésta dinámica de producción cultural, aunque difícil de concebir, dado el carácter abstracto e íntimo de su naturaleza, en la medida en que es un eje que atraviesa de manera transversal todos los aspectos de la vida social, y hace parte de la continuidad identitaria, porque los bienes de patrimonio representan valores diferentes. Para el turismo los bienes de patrimonio tienen, principalmente, un valor de uso: son valiosos porque completan el interés del turista en un destino o lugar particular. Mientras que esos mismos

bienes tienen un valor simbólico en tanto que patrimonio: representan lo que la comunidad concreta ha aportado al conjunto de la cultura. Por ello, mientras que para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central, para el sector del patrimonio lo principal es su existencia y, por tanto, la tarea básica es su preservación (Velasco, 2003: 242).

Si pensamos en las industrias culturales como un agente central en la reproducción social, al hacer parte de ellas el turismo tiene la posibilidad de promover la constitución de subjetividades críticas y de legitimar los poderes existentes (Vich *et al.* 2007 citado por Chaparro 2008). Además, embarga los riesgos ya conocidos de la resignificación de lo auténtico como se señaló con anterioridad, por eso es claro que el problema no reside en que se cambien las imágenes tradicionales, como lo plantea García Canclini, sino con qué criterios se modifican y quiénes lo deciden: ¿los artesanos, los intermediarios, los consumidores? (García Canclini, 1999).

Debemos entonces reflexionar sobre cómo queremos que se implemente el turismo en nuestro país, tanto a nivel de las políticas públicas como a nivel de la práctica, en la medida que los significados de la cultura son construidos a partir de la experiencia en cada contexto particular (Chaparro, 2008). Cobra vital importancia reconocer que en ese proceso la educación y la formación para la cadena de producción son necesarias; de allí que se precise crear una nueva relación *cultural* de las industrias culturales con las escuelas por medio, entre otros procesos, de la formación de actores societales (organismos de televidentes, públicos de cine, ombudsman de los medios, etc.) para modificar la función social de estas industrias y hacerles trascender su unilateralidad mercantil (García Canclini, 2005).

1.7. Conflictos materiales y escenarios del turismo

Por encima de la aplicación de conocimientos técnico-científicos, de metodologías concretas o del utilitarismo mercantil, la gestión turística del patrimonio cultural —al igual que la gestión del patrimonio cultural en general— tiene un objetivo primordial: preservar la herencia de los bienes que representan (Velasco, 2008). De ésta manera, todas las acciones y políticas referentes a la regulación de la industria turística deben estar encaminadas a la promoción de las acciones menos lesivas para el patrimonio inmaterial. Sin embargo, las particularidades de la industria turística, el patrimonio inmaterial y los intereses de cada sector hacen que parezcan ser divergentes e incompatibles y que su convivencia genere conflictos, en los cuales los principales

afectados suelen ser aquellos que en las nuevas lógicas de mercantilización se reconocen como productores culturales.

Hablamos de intereses que, en teoría los pueden situar en esquinas diferentes de la concepción de desarrollo ya que, por ejemplo, el turismo plantea el incentivo y el fortalecimiento del sector privado, cuyo fin principal es la obtención de beneficios económicos. Mientras que las dinámicas propias del patrimonio cultural, por el contrario, estimulan la intervención mayoritaria del sector público cuyo fin es el de obtener beneficios sociales que procuren, entre otros fines, la protección y salvaguarda misma del patrimonio. Esta tensión se traduce en la consecuente concepción de los bienes de patrimonio como productos con un valor de uso: son valiosos para fortalecer o ampliar la oferta turística de un destino. Mientras que para el patrimonio tienen un valor simbólico: representación identitaria. Por ello, mientras que para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central, para el sector del patrimonio lo principal es su existencia y, por tanto, la tarea básica es su preservación (Velasco, 2008).

Aún cuando puedan ubicarse en dos concepciones distintas, en la práctica el imán que atrae a los turistas, consiste en las necesidades que han surgido en los últimos tiempos en ambos sectores. Por un lado, el sector turístico se encuentra en una etapa de transformación en la cual comienza a reconocer la necesidad de diversificar su oferta para ampliar su mercado y, de ese modo, llegar a nuevas audiencias para garantizar su competitividad. También plantea la posibilidad de promover actividades de cooperación con los entes estatales que le garanticen su sostenibilidad. Del otro lado, las dinámicas vinculadas al patrimonio cultural comienzan a incorporar sectores privados que inyecten capital económico para garantizar la salvaguarda, al tiempo que explotan otras aristas que diversifiquen el campo de acción de la actividad turística. No en vano, hoy ya se habla de industrias del patrimonio cultural (Piedras, 2006).

El empalme de ambos sectores se sitúa entonces en la articulación de intereses y diferencias que los mantienen en constante tensión, en las cuales la figura de las políticas estatales y las normativas internacionales juegan un importante rol. No obstante, los pactos que surgen al interior de la comunidad son sustanciales para, entre otras cosas, determinar la tipología ideal de visitantes, impulsar el aprovechamiento efectivo del potencial turístico de un bien y/o determinar cuál bien es susceptible de ser promocionado. En el caso de San Basilio de Palenque, el proceso de salvaguarda del patrimonio cultural ha sido orientado por el Ministerio de Cultura pero

en coordinación con la comunidad palenquera a través del consejo comunitario y de las diferentes expresiones organizativas, que han tenido un rol determinante, liderando el proceso desde el inicio mismo.

Dado que no sucede lo anterior en todos los casos de participación comunitaria en procesos de patrimonialización y turismo cultural, no es gratuito que la mercantilización del patrimonio tenga detractores pues no es sencillo compatibilizar los valores y fines de dos sectores tan diferentes. La industria del turismo configura materialmente el campo de acción más evidente de la mercantilización del patrimonio intangible no solamente en lo que se ha denominado turismo cultural étnico, sino también en la conversión de diferentes valores patrimoniales de una cultura (museos, yacimientos, restos arqueológicos, arquitectura, folklore, fiestas etc.) que completan la oferta de ésta industria (Martinell, 2011), es decir, la conversión de estos valores patrimoniales en bienes de consumo.

Y es que el acto del consumo dentro de las dinámicas del capitalismo que moldea nuestro contexto no se basa únicamente en satisfacer nuestras necesidades o gustos, ni en adquirir un estatus a partir de lo que podemos comprar; implica un proceso de identificación, una manera de desarrollar un sentido de pertenencia a un grupo y de afirmar nuestro estilo de vida (García-Canclini, 1995; Herdige, 2004) a partir del consumo de experiencias (Zizek, 2003). En este contexto, la industria turística es un buen ejemplo de cómo la experiencia es lo que finalmente se comercializa (Chaparro, 2008).

En éste escenario la práctica turística y la comercialización del patrimonio convergen con diferentes actores, como lo son la población o el paisaje cultural receptor —San Basilio de Palenque en éste caso—, la iniciativa empresarial y los turistas. La comunidad o espacio cultural receptor del turismo desarrolla una nueva actividad económica que condiciona su forma de vida y la manera en cómo se relaciona con el resto de la sociedad nacional e internacional. En éste orden de ideas, la actividad turística en San Basilio de Palenque implica potenciar sus cualidades colectivas para seguir haciendo de él un destino competente en el mercado turístico; es decir, se trata de recurrir a la estrategia de sobredimensionar o acentuar las particularidades que lo hacen diferente a cualquier otro destino cultural. Esto es, en el contexto de la industria turística hacer representación cultural para el consumo de una audiencia foránea (Chaparro, 2008).

Dentro de esas características observables están, entre otras, el hecho de que los pobladores de San Basilio de Palenque poseen una conciencia étnica que les permite entenderse como pueblo específico, con la única lengua criolla con base léxica española en la diáspora africana, una organización social sui generis basada en los ma-kuagro (grupos de edad), un complejo ritual fúnebre como el lumbalú –que constituye el rasgo más característico de los rituales fúnebres–, una medicina tradicional que se organiza a partir de un conglomerado de conocimientos y técnicas de intervención sobre la enfermedad y el *daño* que se asocian estrechamente a la cosmovisión palenquera y, finalmente, una música que interpela las subjetividades y experiencias de los palenqueros (Muntú, 2008).

El patrimonio intangible del espacio cultural San Basilio de Palenque comprende múltiples esferas de la vida social, lingüística y simbólica de los palenqueros. La creación y desarrollo de este patrimonio es el resultado de procesos históricos asociados a la herencia africana de los cimarrones que constituyeron una comunidad desde los albores del periodo colonial así como al aislamiento, permanencia y continuidad de esta comunidad palenquera durante cientos de años hasta el presente y la interacción con elementos culturales de carácter exógenos. De ahí que en esta investigación se haya podido identificar, que la clave de la competencia efectiva de San Basilio de Palenque en el mercado turístico se basa entonces en su reconocimiento como patrimonio Unesco, en el imaginario de pureza y autenticidad africana que le atribuyen, en el exotismo que representa la lengua palenquera y en la posibilidad de la inmersión directa del visitante con los propios productores culturales del lugar, que además se articula y se robustece con la oferta turística de Cartagena y el departamento de Bolívar.

Por su parte, el turista se convierte también en un constructor de la cultura en el marco del consumo turístico, ya que los actores locales vinculados a la actividad turística se encargan de satisfacer sus expectativas como visitante foráneo, convirtiéndolo ya no en un simple espectador, sino en un productor cuando cultiva una relación participante con el contexto. El turista primero absorbe y reinterpreta las imágenes que encuentra en su entorno sobre el lugar de destino. Luego, a partir de estas imágenes, crea narrativas previas que moldean sus expectativas sobre el viaje, las cuales serán el filtro a través del cual experimentará su estadía. Por último, cuando regresa a casa, el turista crea nuevas narrativas en donde ordenan su experiencia, tratando de hacerla suya, y la personaliza de modo que él se convierte en el personaje principal de la historia (Bruner 2005, citado en Chaparro, 2008).

El diálogo entre estos dos actores sugiere la presentación de un *performance* (Cánepa, 2001 citado por Chaparro, 2008) donde el cuerpo constituye tanto el medio como el objeto de la representación; es decir, la construcción del producto de consumo implica un proceso en el cual ciertos rasgos culturales son corporalizados o teatralizados (Chaparro, 2008), y por lo tanto se da una puesta en escena de los saberes y atributos de la población receptora. Esta puesta en escena se hace evidente en una interacción directa con el turista haciendo que éste pueda observar la representación de su objeto deseado de modo que satisfice así su búsqueda en lo que el discurso mercantil promociona como “auténtico”, categoría que analizaré más adelante.

En éste escenario donde cada actor genera discursos relativos a su propia concepción de cultura, se rastrean juegos de poder en los cuales cada uno apuesta por su beneficio, ya sea económico (la empresa), político (la población receptora) o de satisfacción de una necesidad de goce estético (el turista). Sin embargo, pueden coexistir otras formas locales de entender la patrimonialización y el turismo étnico desde lo local. No hay que desconocer, las posibilidades de que agentes locales, además de apostar por un beneficio político, tengan intereses netamente económicos y de lucro, considerando que para muchos el patrimonio cultural es una posibilidad de garantizar ciertos ingresos además de ser un asunto político de identificación. Allí se configuraría una tensión que no se puede obviar, y que más adelante abordaré en detalle.

El beneficio político de la población o el paisaje cultural receptor al que nos referimos, tiene que ver con el hecho de que el turismo reactualiza su posición de subordinación, tanto frente a la empresa como dentro de la estructura de poder en la cual ellos terminan jugando el rol de «proveedores de vida étnica» (Yudice 2002 citado por Chaparro, 2008) y los pone en un lugar clave del sistema de producción cultural. Asimismo, desde la visión de la satisfacción de la necesidad de goce estético del turista, la obtención del objeto deseado puede variar mucho, cuya imagen está creada por las mediaciones propias de la globalización y de la mercantilización. En otras palabras, esa mediación la ejercen las agencias de viaje, los albergues ecológicos, los guías de turismo y/o la literatura turística en general.

Así, la puesta en escena de la población receptora puede ayudar a reproducir los estereotipos sobre lo salvaje, replicar fantasías preexistentes y simular una visión anacrónica del “otro” que lo despoja de toda condición amenazante al convertirlo en un objeto “exótico” desde un punto de

vista estético, vaciándolo de todo contenido político (Chaparro, 2008), en donde, además se espera que la gente local mantenga modos tradicionales que se traduzcan en la posibilidad de neutralizar sus deseos de cambio y movilización social.

Todo esto está condicionado en la medida y la forma en que la población receptora pueda agenciar su propia “puesta en escena” y hacer que este performance sea su propia cotidianidad. Pero también puede ocurrir, por el contrario, que esa puesta en escena contribuya a que su realidad cultural se desdibuje y que los verdaderos problemas de la comunidad pasen a un segundo plano. Aquí se pone en evidencia que el turismo genera diversos impactos que pueden variar de acuerdo a la población; por ejemplo, al producir cambios en sistemas y comportamientos de valor el turismo puede amenazar la identidad local, las relaciones familiares, los estilos de vida tradicionales y las ceremoniales

1.8. Turismo y etnicidad

La dinámica turística sugiere una lucha por el reconocimiento de lo “auténtico” como imán para atraer a cierto segmento de turistas, que tiene un gran efecto en la medida en que lo étnico y la diferencia son utilizados como discursos políticos y económicos. De ahí que el discurso étnico sobre lo “tradicional” que marca lo “auténtico” deba ser entendido como un fenómeno histórico, en lugar de como un producto resultado de un vago sentimiento primordial, y eso implica conectarlo con los sistemas de poder y dominación que operan simultáneamente en este ámbito y, por ende, como resultado de la economía política (Wolf, 1987; Devalle, 1989; Comas, 1998 citados por Pérez, 2006). Así el turismo étnico existe en función de una concepción en la que el poder, la cultura, la política y la economía convergen para darle un estatus, que por lo menos no se circunscribe estrictamente a la dimensión económica, de diferente al grupo social que se vuelve susceptible de ser incorporado en circuitos turísticos.

En el caso del turismo étnico relativo a la población negra, hablamos de un exotismo basado en las marcas de exclusión e invisibilidad en la que se encuentra inscrita la población afrodescendiente. La fascinación por el estigma de lo que representa lo negro, es decir su carga histórica milenaria plagada de estereotipos negativos, asociados a lo malo, lo salvaje o lo inferior, anima al turista al encuentro con una idea de lo negro como palenquero, que representa justamente todo lo contrario.

Como veremos más adelante, los procesos de revalorización de la identidad palenquera hacen que la identificación con Palenque no sea percibida ya como un obstáculo sino con cierta distinción que además es deseada y buscada. Esto se hace evidente durante la década de los ochenta y principios de los noventa, cuando los palenqueros hicieron de su etnicidad el fundamento de su estatus, valorando sus manifestaciones culturales para legitimar su identidad y los discursos sobre la africanidad de su cultura. Asimismo, la historia que se construye alrededor de San Basilio de Palenque como guardián de la tradición, de los saberes de origen africano y como espacio donde se libraron las luchas por la libertad de las personas traídas a las Américas en calidad de esclavizados, lo convierte en un territorio mítico, bastión de la libertad que debe visitarse.

Las expectativas de los visitantes se ciernen entonces sobre un performance turístico, que evoca una cultura esencializada, primitiva y premoderna. El carácter de lo auténtico, objetivo último de la búsqueda que hace el turista, sugiere un conflicto conceptual entre la realidad y lo que esperan ver, ya que este enfoque perpetúa una dicotomía entre lo auténtico y lo inauténtico. No es difícil que los relatos de los turistas que visitan primera vez el poblado, hagan referencia a este carácter mítico que se asocia a San Basilio de Palenque, y que lo suponen puro y alejado de las transformaciones de la vida actual.

Sin embargo, sí consideramos más bien la postura que hace del turismo un proceso a partir del cual los actores movilizan los rasgos que les parecen significativos con la finalidad de articular las fronteras entre sí y otros grupos sociales en lugar de presentar la etnicidad como una categoría fija y objetiva (Barth, 1976, Appadurai, 2001 citados por Chaparro, 2008), esta dicotomía deja de tener sentido debido a que se descarta la posible existencia de una autenticidad original. De manera que la noción de autenticidad pueda ser analizada como parte de la narrativa turística cuando los mismos turistas, los locales o los productores utilizan el término, y como los cruces y tensiones que se generan entre esas diferentes narrativas de la autenticidad. Por lo tanto, lo que se debe estudiar es el significado que cada uno de estos actores le adjudica, sus tensiones y transformaciones así como las circunstancias en las cuales se hace alusión a ella (Bruner, 2005 citado por Chaparro, 2008).

La imposibilidad del establecimiento de una tesis definitiva de lo que es o no auténtico genera más tensiones dentro de la población receptora que dentro de la industria turística o del turista en sí, dado que éstos dos últimos obedecen a las lógicas de la comercialización que apuran por formar imaginarios propios y competitivos, ya sea exagerando, minorizando o ridiculizando las manifestaciones culturales. En la población receptora, se generan conflictos en tanto se espera satisfacer los intereses turísticos de los visitantes, haciendo que se agencien diferentes narrativas sobre la autenticidad que aunque entren en fricción, pueden ubicarse como alternativas a las percepciones normativas y hegemónicas de la autenticidad. De hecho, los palenqueros inmersos en la actividad turística exploran diferentes caminos para posicionar su trabajo, por lo que la experiencia turística puede variar considerablemente dependiendo del guía que se elija. De esto, hablaré en el Capítulo 3.

Asimismo, hay que resaltar que en el ámbito del turismo está en juego el factor monetario que condiciona la actuación de los actores turísticos. En el caso de la población receptora está en juego la determinación de quién tiene derecho a trabajar y quién no, a partir de lo que se interpreta que buscan los turistas, los límites no se establecen frente a un otro foráneo, sino dentro de la misma población de la comunidad (Chaparro, 2008). La tensión empieza cuando la discusión sobre lo auténtico se da dentro de la población y se jerarquiza una categoría que como se ha señalado es indefinible, y que anima el sentido de la competencia negativa dentro de éste por determinar quién es el más “auténtico”, quién es el “proveedor de la vida cultural” o quién tiene el conocimiento legítimo. Estas tensiones tienen su coyuntura en la pre-producción y producción del *performance* y la resignificación que se hace de la etnicidad, la cual cobra importancia en el momento de articular las fronteras entre los grupos, y conforma una marca de diferenciación al movilizar los rasgos culturales que resultan significativos para los actores de cada contexto particular.

De esta manera, a diferencia de lo que sucede en las dinámicas de la vida cotidiana, en la puesta en escena cobran valor los elementos que permiten exteriorizar la identidad. Al parecer la representación de lo cotidiano no hace eco a las expectativas de la industria y del turista en general que espera la representación cultural expresada en el espectáculo y en su corporeización a través de la vestimenta, los rituales, los cantos, el idioma, en definitiva, las prácticas que requieren movimiento o cuya lectura es “superficial” (Chaparro, 2008).

En esa lógica de lo superficial es importante el valor de la imagen, de las estéticas como evidencia o fuente de verificación para el turista, la cual le ayudará a formar su propia narrativa posterior al acercamiento con la población receptora. Una vez presenciado el *performance* de la cultura, la fotografía puede ser entendida como una forma de aprehender el objeto de deseo, al retratar las imágenes estereotípicas suelen reproducir este tipo de fotos. La atemporalidad de la fotografía permite fijar imágenes y significados en el tiempo (Chaparro, 2008). Se constituye en evidencia para el turista del significado de ese *performance* y de la objetivación del patrimonio cultural, el cual queda suspendido en el tiempo y apropiado por él a través de su captura fotográfica.

Sin duda, el tema del turismo étnico en San Basilio de Palenque pone en discusión los discursos relativos a la exclusión o la invisibilización de éstos que, en principio, parece superada por el reconocimiento que otorga ser Patrimonio Unesco de la Humanidad. Sin embargo, ese mismo reconocimiento nos insertan en la visibilidad del negro que, como lo afirma Cunin (2003), tiene relación con la naturaleza interactiva de la mirada: entre el sujeto y el objeto no hay una relación unidireccional sino una producción conjunta de las representaciones. La relevancia de las categorías raciales y la adopción de criterios fenotípicos son reveladores del modo de percepción y las intenciones de quien racializa tanto como la identidad del individuo racializado. Lo visto y lo visible son construcciones sociales (Cunin, 2003). Dichas construcciones tienen su soporte en la memoria histórica que, como se señaló anteriormente, en el caso de los habitantes de San Basilio de Palenque hacen referencia a su pasado de esclavitud y posterior liberación.

La invisibilidad lejos de significar ausencia de categorizaciones raciales, corresponde primero que todo al desconocimiento –popular y científico– de los criterios de definición tal como aparecen con la introducción del multiculturalismo, que sitúa la discusión sobre las identidades y valores de los pueblos que se consideraban invisibles en la palestra pública nacional. A través de la Constitución de 1991, la temática de lo étnico entró a ser parte importante en el ámbito del debate de lo político y lo social. Los procesos de reivindicación de la comunidad negra empiezan a tomar cabida y a guiar su derrotero hacia el reconocimiento de su composición como cultura y protagonista de la historia nacional.

En medio de las luchas sociales que se han librado para el reconocimiento de sus derechos, y que serán señaladas más adelante, el sector turístico sugiere aprovechar la idea de lo desconocido, transformándolo en una suerte de moda o *snob*, promocionándolo como lo exótico, lo diferente, como la experiencia bizarra del contacto con *lo otro o con él otro*. Como señala Cánepa (2001), «solo parecemos sentirnos cómodos cuando esos *otros* y sus manifestaciones culturales pueden ser apreciados como objetos de consumo y goce estético. Pero una vez que se revelan como actores políticos con intereses y demandas propias, la diferencia y la diversidad cultural no se tolera» (citado por Vich *et al.* 2007 citado por Pérez, 2006). Así, la dicotomía visibilidad/invisibilidad se pone en ejercicio en la práctica del sector turístico, cuya acción no reviste necesariamente una reivindicación política, en cuanto su lógica comercial sugiere más bien el aprovechamiento de una coyuntura.

1.9. Etnicidad y multiculturalismo en el análisis del discurso afro en la Colombia

El concepto de etnización también ha sido motivo de debate por parte de los teóricos sociales entre las que se destacan dos tendencias: de una lado las academias del norte confluyen en argumentar la etnicidad como un contingente de construcción histórica, y por otro lado, los movimientos sociales y organizaciones étnicas del sur consideran la etnicidad como una característica esencial que diferencia a determinadas poblaciones y que en consecuencia perfila y legitima su específica intervención política en las esferas locales, nacionales y trasnacionales en aras de demandar una serie de derechos económicos y culturales derivados de su condición étnica (Restrepo, 2004).

La posición de Eduardo Restrepo (2004) relativa a ésta dicotomía, se inclina hacia una conciliación de ambas posiciones en la cual se considera a la etnización como un proceso mediante el cual una o dos poblaciones son imaginadas como una comunidad étnica. Éste continuo y conflictivo proceso incluye la configuración de un campo discursivo y visibilidades desde el cual se constituye una serie de mediaciones desde las cuales se hace posible no solo en el campo discursivo y de visibilidades sino también las modalidades organizativas que se instauran en nombre de la comunidad étnica (Restrepo, 2004).

De allí que Cunin señale que, por ejemplo, una vez puesto en escena el discurso de lo afro, los palenqueros hayan pasado del abismo de la jerarquización racial a la cima de la jerarquización étnica, utilizando el estigma del racismo como símbolo indiscutible del multiculturalismo naciente (Cunin, 2003). Para comprender esto de mejor manera hay que tener en cuenta el proceso vivido y que aún vive la población hoy definida como afrocolombiana, para conseguir la reivindicación de sus derechos y su reconocimiento político.

La multiculturalidad designa la coexistencia en el seno de un mismo sistema estatal de varios segmentos de población que se diferencian por la práctica de una lengua, de una “cultura” o de una religión diferente a aquella del grupo mayoritario, o también por la referencia a una filiación histórica o a una identidad cultural específica. Por su parte, el término multiculturalismo designa de manera más circunscrita:

“... una forma de gestión política de la multiculturalidad, es decir, el reconocimiento institucional de la naturaleza multicultural de la sociedad en cuestión y la inscripción consecuente de unas medidas legislativas que buscan preservar los derechos culturales de cada uno de los grupos en cuestión y particularmente de los grupos culturales minoritarios. Es decir en el seno de una nación lo más probable es que la condición de multiculturalidad se viva desde su nacimiento, pero el multiculturalismo, como expresión política de ésta, permite el reconocimiento y la reglamentación de la vida en sociedad respecto a ésta” (Cunin 2003: 38).

La introducción del multiculturalismo cumple entonces un papel invaluable que puede aparecer como una reducción de la multiplicidad de los modos de identificación, la imposición de una lógica étnica en un contexto en el cual predominaba la referencia a la raza, percibida notablemente a través del color (Cunin, 2003). De modo que desde la entrada al escenario colombiano de las políticas multiculturales no existe “lo negro” sino lo afrocolombiano, en cuanto no existe raza sino etnicidad.

1.10. Afrocolombianidad y la representación del otro

Existe una amplia literatura en relación con los dilemas de la representación del *otro*, derivados del contacto entre distintos sistemas de significación cultural. Sin duda, las teorías de la modernidad se definieron con relación a un “otro” pensado como el contraejemplo de una sociedad europea superior. El proyecto moderno crea así un “otro” diferente, distinto, pre-moderno, feudal, tradicional, primitivo, tribal, atrasado, subdesarrollado. Mientras que lo europeo, en contraposición resultaba ser lo “civilizado”, moderno, desarrollado y avanzado (Pratt, 1999). En el encuentro de los europeos con los no europeos - indígenas americanos, orientales, africanos - producto de la expansión de las potencias europeas de turno - españoles, portugueses, ingleses, franceses - en otros continentes se relatan un sistema de representaciones para mirar al otro (Cristoffanini 2002).

La producción de alteridades como una marca constitutiva de Occidente, se ha hecho también evidente en lo que Said (1990) ha denominado Orientalismo, que es un modo de relacionarse con Oriente basado en el lugar especial que éste ocupa en la experiencia de Europa occidental. Oriente no es sólo el vecino inmediato de Europa, es también la región en la que Europa ha creado sus colonias más grandes, ricas y antiguas, es la fuente de sus civilizaciones y sus lenguas, su contrincante cultural y una de sus imágenes más profundas y repetidas de Lo Otro. Además, Oriente ha servido para que Europa (u Occidente) se defina en contraposición a su imagen, su idea, su personalidad y su experiencia. Sin embargo, nada de este Oriente es puramente imaginario. Oriente es una parte integrante de la civilización y de la cultura material europea. El orientalismo expresa y representa, desde un punto de vista cultural e incluso ideológico, esa parte como un modo de discurso que se apoya en unas instituciones, un vocabulario, unas enseñanzas, unas imágenes, unas doctrinas e incluso unas burocracias y estilos coloniales (Said, 1990: 19), que además justifica ciertos modos particulares de intervención y sometimiento sobre sus gentes, territorios y recursos.

Por eso, hablar en términos del otro implica una clara diferenciación que puede ser social, racial, nacional, sexual, étnica que se basan en la representación que se hace del otro, pero que también tiene efectos concretos en el campo social, político o económico, entre otros. Estas representaciones persisten sin importar la educación, los viajes o la individualización de las personas. Es así que la representación del *otro* se manifiesta a través de las creencias y actitudes hacia esos otros que tienen consecuencias y que entran a mediar en la formas de

interacción. Siguiendo a Hall, la temática relativa a la identidad polemiza las prácticas diarias de la diferencia, en especial porque la identificación y la singularización del otro tienen que ver con “las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no “quiénes somos” o “de dónde venimos” sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella” (Hall, 2003, 17 y 18).

En nuestro contexto, la conciencia del *otro* empieza a tomar forma desde el ámbito de lo político, con el reconocimiento en la constitución de 1991 de Colombia como país pluriétnico y multicultural, se reconocen la existencia de diferentes manifestaciones culturales del país y se elaboran principios de derechos específicos para los grupos étnicos. Sin embargo, mientras el caso de “lo indígena” es manejado de manera explícita por la constitución de 1991, el asunto de las “comunidades negras” solamente es señalado en el Artículo transitorio 55 en el cual se dispone que el Gobierno creará una Comisión Especial que construirá una ley que les reconocerá a las comunidades negras que han venido ocupando tierras baldías en las zonas rurales ribereñas de los ríos de la Cuenca del Pacífico, de acuerdo con sus prácticas tradicionales de producción, el derecho a la propiedad colectiva sobre las áreas que habrá de demarcar la misma ley y además se establecerán mecanismos para la protección de la identidad cultural y los derechos de estas comunidades, y para el fomento de su desarrollo económico y social. Lo cual el mismo artículo prevé extensivo a otras zonas que tengan las mismas condiciones y características.

La constitución de 1991 modifica radicalmente la relación con el *otro*, pasando de la negación de las diferencias a su valorización, del principio de homogeneidad al de heterogeneidad, y en el caso de la “comunidad negra” de la categoría de *invisible* a la *visible*. Nina de Friedemann, en 1984 definió la invisibilidad como una negación de la actualidad y de la historia de los africanos y sus descendientes en América en contraste con, por ejemplo, las poblaciones indígenas. Mientras que el indígena gozaba de un status, lo “negro” no tenía ningún lugar dentro de la nacionalidad colombiana. El reconocimiento de la alteridad indígena se transformó en los años ochenta en una verdadera ruptura ideológica, y repercutió en la Constitución de 1991 cuando los indígenas asumieron su etnicidad con fines políticos (Wade, 1997 citado en Restrepo, 2002).

En ese sentido, a través de la Ley 70 de 1993 o Ley de comunidades negras, se desarrolla el artículo transitorio 55 y se expresa el reconocimiento de las comunidades negras en el país, definidas como “el conjunto de familias de ascendencia afrocolombiana que poseen una cultura propia, comparten una historia y tienen sus propias tradiciones y costumbres dentro de la relación campo-poblado, que revelan y conservan conciencia de identidad que las distinguen de otros grupos étnicos” (Ley 70 de 1993).

Sin embargo, la definición de “comunidad negra” se ancla sobre un modelo que se corresponde más con los habitantes del Pacífico colombiano sin que se haga mención específica en dicha definición a los habitantes de la costa Caribe ni mucho menos a San Basilio de Palenque de manera particular. A pesar de eso, lo anterior constituye un gran paso para el proceso de etnicización de la población negra en Colombia ya que pensar en las poblaciones locales en términos de “comunidad negra”, con un territorio, unas prácticas tradicionales de producción propias, una identidad étnica y un conjunto de derechos específicos en cuanto tales, es un ejercicio de construcción de la diferencia para el posicionamiento institucional y social de lo que sería éste nuevo régimen de representación (Restrepo, 2004).

1.11. Etnicidad palenquera en el discurso multicultural

Con la entrada en vigencia de las políticas multiculturales, llega al escenario el discurso de lo palenquero como expresión de una cultura negra y singular en la costa Caribe colombiana. Los primeros elementos del discurso identitario de los palenqueros aparecen a comienzos de los años noventa animados por la constitución de 1991 y la Ley 70, pero también como resultado de un proceso previo marcado por la amenaza identitaria y la entrada en un proceso de auto-atribución.

De acuerdo con Cunin (2003), San Basilio de Palenque es representado como la expresión más pura y esencial de lo negro en el Caribe. La autoridad cultural de Palenque parece legitimarse por la posibilidad que brinda de evocar y representar el último bastión de la autenticidad africana, convirtiéndolos en guardianes de una cultura con profundas raíces de africanidad. Para Cunin, una “élite palenquera” supo llamar la atención de autoridades e instituciones locales, nacionales e internacionales hacia su situación, para dar el impulso necesario que les permitiera modificar su posición social y dirigir las energías movilizadas en la dirección esperada: su reconocimiento político haciendo de su etnicidad un instrumento efectivo para la discriminación positiva.

Presentándose como un grupo étnico, los palenqueros hacen de la etnicidad el fundamento de su *status*, porque así escapan al olvido y, con mayor frecuencia, a la discriminación de la que son objeto por parte de las instituciones y gentes no palenqueras. De manera que contrario a lo planteado por Cunin, la “élite” palenquera debe su posición más que al sistema de discriminación positiva y a los cargos reservados que promovió y que posibilitó que San Basilio de Palenque se configurara como figura genérica de lo étnico en la Costa Caribe y en el país (Cunin 2003), a su capacidad de resistencia y de construcción de estrategias de visibilización que de manera colectiva hicieron frente al racismo y le posibilitaron construirse como sujeto de derechos.

Paralelo a ello, y también de manera opuesta a Cunin, para Cassiani (2001) la construcción de la etnicidad de los palenqueros se debe al fortalecimiento y robustecimiento que en la década de 1980 tuvieron los movimientos de comunidades negras en el Caribe colombiano. Las comunidades negras de la Costa Caribe primero tuvieron que superar la estrecha delimitación planteada en el A. T. 55, que como se mencionó anteriormente reconocía exclusivamente a las comunidades negras ribeñeras del Pacífico.

El movimiento de comunidades renacientes de la Costa Caribe surgió como resultado de la manifestación de un grupo de jóvenes que pertenecían en ese entonces a grupos culturales, juveniles, estudiantiles, organizaciones de izquierda y grupos religiosos, en su gran mayoría estudiantes universitarios y de secundaria en la ciudad de Barranquilla venidos de distintos lugares de la Costa Caribe en especial de Cartagena de Indias y San Basilio de Palenque. Este grupo de jóvenes estaba interesado en problematizar las prácticas racistas, la discriminación y exclusión a las que estaban sometidos por su condición étnica (Cassiani, 2001). La conformación del movimiento social se desarrolló con jóvenes que se asumieron como negritudes en Barranquilla, Palenque, Cartagena y San Onofre para irradiar luego en los departamentos de Córdoba y Magdalena.

En esta fase, la dinámica de los grupos de estudios, el trabajo barrial, campesino y las reuniones amplias y abiertas como un mecanismo de sensibilización y fortalecimiento organizativo dirigida al conjunto de las Comunidades Negras, a tal punto que la conformación de organizaciones en la Costa Caribe tendría un ascenso vertiginoso desde finales de la década de los ochenta, ascenso

que se formalizaría con el auge de las personerías jurídicas que caracterizó la primera mitad de la década de los noventa.

Las dinámicas de los círculos de estudios, permitieron observar que el aspecto fundamental en torno a los cuales se configuraba la identidad de las comunidades renacientes en el Caribe continental, se basaba en el sentido del vínculo con África, como raíz, como fundamento de la identidad étnica, histórica y cultural, que viene a ser además el aporte fundamental desde los renacientes a la construcción de su identidad étnica (Cassiani, 2001). La presencia de jóvenes palenqueros en estos procesos sociales es vital porque el desarrollo de estos impactos encontrarían en la Constitución del 91 y la ley 70 de 1993, el marco para legitimar el proceso de identificación étnica y las medidas que nacieron de la discriminación positiva. Al presentarse como grupo étnico, los palenqueros hacen de la etnicidad el fundamento de su estatus, en una identificación valorizada y reivindicada de su identidad; en ella identificarse como parte de Palenque ya no es un obstáculo sino un honor y la identidad palenquera una herencia buscada.

Hablar de turismo, patrimonio y etnicidad implica adentrarse en un conjunto de aspectos sustanciales que dan cuenta de las nuevas perspectivas que está tomando la industria del turismo a partir del escenario patrimonial. Ha quedado claro en el presente capítulo que el patrimonio no sólo es un mecanismo para salvaguardar las expresiones culturales e identitarias de una comunidad, sino también, una oportunidad para generar recursos económicos.

Bajo esta premisa, la patrimonialización de San Basilio de Palenque ha dado origen a la construcción de nuevas lógicas que se insertan en la comunidad, asociadas de una parte a lo que significa ser palenquero y a la transformación de su rol en el contexto de la industria turística, y por otra, a la capacidad de obtener beneficios materiales a partir del aprovechamiento de la misma. En una sociedad como la nuestra regida por políticas económicas neoliberales es preciso entender, que la conversión de estos valores patrimoniales en bienes de consumo, pueda en determinados momentos, de acuerdo a las motivaciones de los productores culturales y de los sujetos turísticos, interpretarse por encima de la identidad cultural y de la riqueza oral e inmaterial de los palenqueros.

De ahí que la puesta en marcha de proyectos de desarrollo económico orientados a convertir los activos culturales en beneficios tangibles, en este caso a través del turismo, configure el campo de acción más evidente de la mercantilización del patrimonio intangible, y aunque esto pueda presagiar el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad palenquera, implica también una serie de riesgos asociados al debilitamiento de ciertas prácticas ancestrales en detrimento de su identidad y de sus valores culturales.

A manera de síntesis es necesario hacer énfasis en el evidente fortalecimiento de una tendencia mundial encargada de suscitar el interés de los gobiernos nacionales para proclamar la riqueza de los saberes, bienes y expresiones de los grupos tradicionales, populares y étnicos que conforman el patrimonio cultural inmaterial de cada país. Esto ha conducido a que los procesos de patrimonialización resulten paradójicos en tanto las medidas para salvaguardar una manifestación o expresión cultural pueden revitalizarla pero también fijarlas o “museificarlas”, desconociendo las transformaciones que se dan a razón del tiempo, de los momentos históricos y de la interacción de las comunidades “poseedoras” de estos rasgos culturales con otros grupos humanos. Sin embargo y sin lugar a dudas, la reciente patrimonialización en el país de objetos y prácticas pertenecientes a grupos étnicos, están ligadas también a procesos de “etnización”.

De igual forma y sin que constituya su prioridad, la patrimonialización ha devenido en el crecimiento de la industria turística, que se presenta con un rostro de oportunidad, de manera que las comunidades tradicionales abren sus puertas a un proceso de intercambio para el cual generalmente no están preparadas, pero más aun, no advierten las consecuencias de exponer sus principales características y elementos fundamentales a la manipulación de foráneos que no siempre valoran adecuadamente tales riquezas. De manera que la relación patrimonio – mercado termina por ladearse hacia la mercantilización, escenario en el que el patrimonio inmaterial puede ser vendido a los turistas, lo cual implica un riesgo alto, en tanto el patrimonio se presenta como un bien “público” nacional que refuerza la idea de la viabilidad de lo público y destaca la necesidad de su defensa en el contexto de la nación.

Relativo a la población negra, es importante destacar que hablamos de un exotismo basado en las marcas de exclusión e invisibilidad en la que se encuentra inscrita la población afrodescendiente. Para el caso de Palenque, se trata de una representación contraria a la fascinación por el estigma de lo que representa lo negro, en su carga histórica milenaria plagada de estereotipos negativos, además que los procesos de revalorización de la identidad palenquera hacen que la identificación con Palenque no sea percibida ya como un obstáculo sino con cierta distinción que además es deseada y buscada a través de la experiencia turística.

2. CAPITULO II. ANTECEDENTES DE LA DECLARATORIA PALENQUE UNESCO

Desde principios del siglo XVIII, San Basilio de Palenque se constituye en el primer pueblo de esclavizados y esclavizadas libre en América y la cuna de una gran riqueza cultural africana en el territorio colombiano.

Palenquero

En este capítulo se analiza el contexto histórico que precedió a la postulación de San Basilio de Palenque como Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad ante la Unesco. La presentación de estos antecedentes permitirá al lector ubicarse en los albores de este proceso que fue impulsado por varios sectores de la comunidad⁵. Para tal efecto, se parte de la introducción de algunos elementos de la historia palenquera, describiendo sintéticamente los referentes geográficos, culturales, económicos y sociales de la comunidad, para posteriormente reseñar los procesos vinculados a la construcción de la etnicidad palenquera a partir de los movimientos sociales de carácter étnico que se generaron en los años de 1980, especialmente entre los palenqueros que habitaban en las ciudades de Cartagena y Barranquilla.

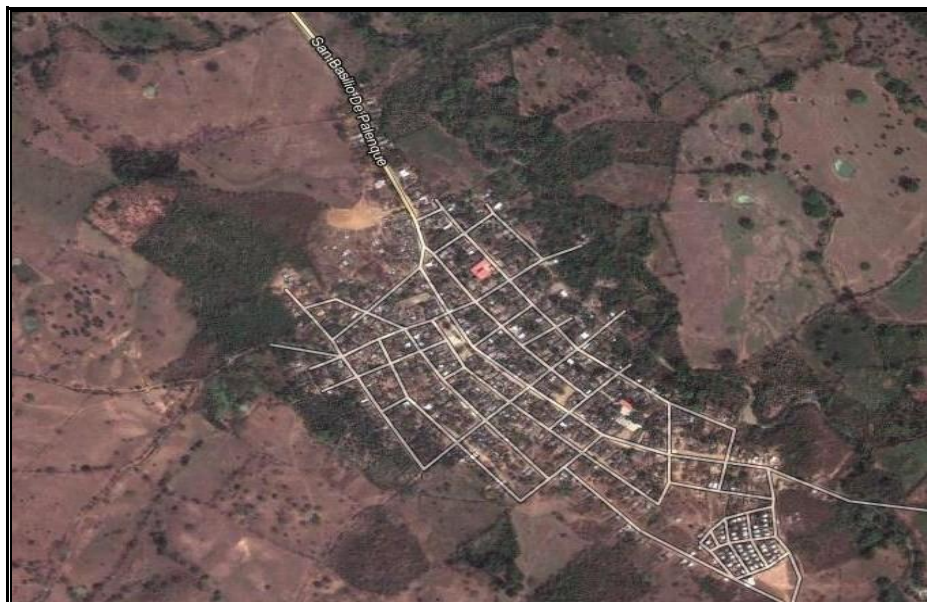
Esta revisión es importante porque permitirá evidenciar cómo la candidatura de Palenque ante la Unesco fue finalmente impulsada desde la comunidad como un proceso de puesta en valor de la etnicidad palenquera. Dicha postulación también contó con el apoyo institucional del Ministerio de Cultura y del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH). Se trata entonces de analizar cómo los elementos sustanciales que condujeron a la declaratoria de Palenque como patrimonio oral e inmaterial de la humanidad estimularon el impulso de las dinámicas de turismo étnico presentes de manera inherente en la misma comunidad, con sus elementos históricos, sociales, culturales e identitarios. Esto sugiere la necesidad de identificarlos y comprenderlos para valorar de forma holística la dinámica de configuración de San Basilio de Palenque como destino turístico.

⁵ El uso del término “comunidad palenquera” empleado a lo largo de este trabajo, hace alusión al conjunto de la sociedad palenquera referenciada en las diversas expresiones organizativas de estas, a partir de valorar los esfuerzos colectivos que han hecho de SBDP un conglomerado político y social que habita un territorio común que ha sobresalido a partir de la exigibilidad de sus derechos como grupo étnico.

2.1. San Basilio de Palenque

El corregimiento de San Basilio de Palenque está ubicado a 70 kilómetros al sur oriente de la ciudad de Cartagena, capital del departamento de Bolívar, adscrito al municipio de Mahates, limita con Malagana, San Cayetano, San Pablo y Palenquito. El poblado se encuentra ubicado en uno de los valles que rodean los Montes de María a unos 100 metros sobre el nivel del mar.

Mapa1. San Basilio de Palenque



Tomado de Google Maps. Julio 2012.

De acuerdo al censo más reciente, realizado en el año 2006 por el Consejo Comunitario Makankamana, Palenque tiene 4.000 habitantes permanentes agrupados en 435 familias, repartidas en 421 viviendas. Sin embargo, desde el punto de vista de la población flotante es posible contar a unos 40.000 palenqueros, que se mueven entre Palenque y ciudades vecinas como Cartagena, Barranquilla, Santa Marta y otras del Caribe colombiano, en búsqueda de oportunidades laborales y educativas. En San Basilio de Palenque no existen instituciones de educación superior, por lo cual muchos estudiantes se ven en la necesidad de salir del poblado para continuar con su proceso formativo una vez terminan sus estudios secundarios. Igualmente, desde la década de los años cincuenta del siglo XX la falta de oportunidades laborales y de generación de ingresos al interior de la comunidad propició el flujo constante de palenqueros hacia estas ciudades, donde se han radicado con sus familias.

San Basilio de Palenque es una comunidad fundada por los esclavizados que se liberaron y construyeron los palenques de la costa norte de Colombia desde el siglo XVI. Bajo la batuta de Benkos Biohó se configuraron las formas de resistencia militar y los mecanismos de la negociación política con la administración colonial (Arrázola, 1970) que tenía como propósito conseguir la libertad de los esclavizados. De acuerdo con Nina de Friedemann (1998), el término palenque se define como aquel lugar poblado por cimarrones o esclavizados africanos fugados del régimen esclavista durante el período colonial.

Palenque encarna y representa los esfuerzos de los primeros cimarrones en su lucha contra la esclavitud desde el siglo XVI, convirtiéndose en símbolo importante de la emancipación de los esclavizados cuando la Corona española reconoció su autonomía como pueblo libre. De ahí que para referirse al poblado bolivareño actualmente se haga eco del título de la publicación de Roberto Arrázola (1970) "Palenque *primer pueblo libre de América*". El aislamiento de la cultura hispánica y de la vida cultural de Cartagena en la que permaneció San Basilio de Palenque para defender su libertad, posibilitó la configuración de un horizonte cultural palenquero constituido por un conjunto de referentes culturales e identitarios propios.

El nombre de Palenque ocupa un lugar privilegiado en la literatura antropológica desde que Aquiles Escalante publicó el primer artículo científico sobre ese lugar en la separata de la revista *Divulgaciones Etnológicas*, en 1954. El trabajo de Escalante dio a conocer a Palenque en Colombia, inspirando posteriores investigaciones, como mostraré más adelante. De hecho, la producción historiográfica alrededor de Palenque ha sido agrupada en el trabajo inédito del Grupo Muntú (2010) que evidencia como elemento común, el interés por investigar lo que fue y es Palenque, pero que se diferencia notablemente en la forma de abordar la fuente y específicamente en el método utilizado para adelantar el trabajo, como también en la concepción del pueblo como sujeto histórico (Grupo Muntú, 2010).

En ese sentido, en ciertos autores se identificó una tendencia histórica tradicional, que a partir de la fuente archivística, centrada en el expediente como principal documento que testimonia el discurrir histórico palenquero, aborda el origen y significado general de los palenques, la gesta cimarrona, la organización social, económica y militar, y el proceso de pacto y negociación que derivaron en su reconocimiento como pueblo libre de América. Se ubican en estas perspectivas trabajos como lo de Roberto Arrázola (1970), María del Carmen Borrego Pla (1973) y escritos más recientes como los de Jorge Conde Calderón (1997).

Otra tendencia es la histórica-socio-cultural, que amplía mucho más el horizonte de análisis respecto a los lazos indisolubles existentes entre historia y cultura, al proponer la tesis de que el proceso histórico palenquero descansa sobre la trilogía de libertad-territorio-identidad, asume la historia palenquera como un todo que se manifiesta en las distintas esferas del mundo de la vida de esta población. En esta tendencia se identifican escritos como los de Nina de Friedemann (1979, 1987, 1998) Clara Inés Guerrero (1998), y los trabajos de María Cristina Navarrete (2003, 2008).

Asimismo, otros trabajos se articulan alrededor de una tendencia histórico-política, que se remonta a los primeros escritos sobre Palenque como primer pueblo libre llegando hasta la actualidad. En esta línea se destacan trabajos como los de Rubén Hernández (1997), Alfonso Cassiani Herrera (2002), Elizabeth Cunin (2003) y algunos escritos inéditos de distintas organizaciones comunitarias que encuentran un gran impulso con la aprobación de la ley 70 de 1993 o ley de Comunidades Negras, sancionada a partir de la inclusión del Artículo Transitorio 55 en la Constitución Política Colombiana de 1991. Igualmente, están los trabajos de Eduardo Restrepo (2005), Jesús Natividad Pérez (2005) y Mauricio Pardo (2006) que interpretan el significado histórico de la declaratoria por parte de la Unesco como patrimonio inmaterial de la humanidad. En ese marco, tal como lo señalé en la introducción este trabajo es continuidad de esas reflexiones máxime tratándose de un tema desde el cual es posible seguir aportando.

En consonancia con el proceso histórico de San Basilio de Palenque, se configuraron también un conjunto de instituciones y prácticas sociales que constituyen los referentes culturales e identitarios de los palenqueros. Estas expresiones del ser y hacer palenquero, encierran el patrimonio intangible y el corpus de los argumentos para justificar la candidatura de Palenque ante la Unesco. Este sistema sociocultural palenquero también ha sido estudiado y descrito en distintas investigaciones.

En ese sentido, en lo que respecta al *Kuagro*, forma organizativa y de socialización por grupos de edad más característica y relevante de la estructura social palenquera, se destacan las investigaciones realizadas por Escalante (1966), Friedemann (1983) y Simarra-Douglas (1986). Los kuagros son organizaciones producto de la interacción de los primeros años de infancia de hombres y mujeres, constituidos a partir de relaciones de afinidad, consanguinidad y/o de pertenencia a un determinado grupo etario, quienes van creciendo, compartiendo y construyendo

espacios comunes desde las dinámicas del barrio o la calle de entretenimiento, estudio, recreación y llegan a constituirse en *kuagros* para toda la vida, asignándose un jefe y otorgándose un nombre. Antaño se enfrentaban con otros *kuagros* y competían durante las festividades patronales por tener el mejor vestido o el mejor peinado.

El *kuagro* es ante todo un espacio de interacción solidaria entre sus miembros que implica apoyarse tanto en épocas de festejo como de calamidad, toda vez que confluyen las expresiones y elementos culturales de la comunidad. La supervivencia de estas formas de organización social en Palenque no son la conservación mecánica del legado africano por los descendientes de los africanos en el suelo americano, sino que constituyen verdaderas estrategias adaptativas desarrolladas por los palenqueros en la defensa de su territorio y autonomía frente a los efectivos o posibles ataques de los esclavizadores durante los más de trescientos años del régimen colonial (Friedemann, 1979: 98).

Como lo han demostrado estudios lingüísticos realizados por Patiño (1978, 1989, 1991, 1996), Schwegler (1989,1990, 1991, 1996), Simarra Torres (1994), Pérez Tejedor (2004), Cáceres Estrada (2005) y Simarra Obeso (2008), la lengua palenquera es la única lengua criolla de base léxica española que ha sobrevivido en América. Esta lengua surge entre los siglos XV y XVI producto del contacto entre gentes de lenguas africanas con el castellano y el portugués que necesitaban de un medio común para comunicarse entre ellos; logrando mantenerse debido al aislamiento territorial que enfrentó la comunidad para defender su libertad hasta convertirse en el habla materna (Patiño, 1991). El criollo palenquero es el medio privilegiado del desarrollo de la tradición oral, la memoria colectiva y la personalidad del ser palenquero (Muntú, 2008: 94). Sin embargo, en la década de 1980 ésta enfrentó un proceso de pérdida como consecuencia de los impactos del racismo y la discriminación que ha sido paliado a través de la implementación del programa de etnoeducación en 1990, como parte de un proceso de recuperación y masificación del criollo entre los palenqueros.

Asimismo se resalta el *lumbalú* o ritual fúnebre que consiste en un canto responsorial en lengua palenquera en memoria de la persona fallecida (Muntú, 2008: 88). Remontándose a los albores mismos de la fundación de la comunidad de Palenque, el *lumbalú* constituye uno de los ejes de la identidad palenquera: es referente de la tradición oral, y del momento en el cual se congregan las redes familiares, los *kuagro* y los amigos reforzando el sentido de solidaridad en la

comunidad. Igualmente, en el lumbalú se evidencia el crucial lugar de la mujer en los procedimientos rituales de elaboración colectiva del duelo y confluyen el baile, la música y el canto (Schwegler, 1996). Se destacan en el ámbito de la cosmogonía y religiosidad los estudios de Escalante (1973), Simarra (1990), Friedeman (1994, 1998), y el grupo de investigación Muntú (2008).

La medicina tradicional, por su parte, es un conglomerado de conocimientos y técnicas de intervención para el tratamiento de las enfermedades y el daño que se asocian estrechamente a la cosmovisión palenquera. Las fuentes de las enfermedades son múltiples, mientras que los daños o maleficios provienen de la intervención de zánganos, brujos, y bularias o brujas (Restrepo y Pérez J, 2005). Tanto el lumbalú como la medicina tradicional, ponen de manifiesto las concepciones de los palenqueros sobre la vida y la muerte. Sin embargo, en el campo de la medicina tradicional son pocas las investigaciones académicas que se han realizado y se requieren esfuerzos para fortalecer el conocimiento de manera más integral.

Finalmente, las expresiones musicales como parte constitutiva de la identidad de los palenqueros están presentes en todas las actividades cotidianas, desde los rituales fúnebres hasta las diferentes formas de producción de contenidos culturales. El son palenquero, bullerengue sentado, la chalupa, la chalusonga, el son de negro y el canto de lumbalú, son expresiones musicales propias de los palenqueros que dan cuenta de su quehacer cultural. Así mismo existen instrumentos musicales de creación palenquera como el pechiche (Muntú, 2008). Esta tradición subsiste en interacción con otras expresiones que han tenido cabida en la comunidad palenquera, como es el caso del vallenato y, sobretodo, de la champeta producida en Cartagena y Barranquilla tanto por palenqueros como por *guarumas* (personas no palenqueras). En ese sentido, el festival de tambores que se celebra todos los octubres de cada año, juega un papel determinante dada la confluencia de expresiones musicales de origen afro, de toda la región y del país. Entre las investigaciones musicales sobre palenque se destacan los trabajos de Mariano (2002) y Martínez (2002).

Sin embargo, por hallarse en contextos no aislados estas prácticas culturales singulares también han coexistido con otras prácticas no palenqueras que tienen incidencia directa en el quehacer cultural de la comunidad, entre otros factores debido a la migración y al flujo constante de gran parte de la población. Por ejemplo, la lengua palenquera estigmatizada durante mucho tiempo en poblaciones y ciudades vecinas por considerarla un “español mal hablado”, y ante la presión

natural que ejerce el español como lengua oficial y condición necesaria para la movilidad social fuera del ámbito palenquero, ha originado una situación de diglosia en la comunidad en donde la tendencia es hacia la pérdida del criollo (Pérez Tejedor, 2001). De hecho, un autodiagnóstico de la lengua palenquera realizado en el año 2009 por el Programa de Protección de la Diversidad Etnolingüística del Ministerio de Cultura, reveló que el 75% de los adultos de Palenque con edades entre los 30 y 80 años, se pueden caracterizar como bilingües dominantes en el criollo palenquero. De los jóvenes entre los 15 y 29 años de edad, el 72% carecen de competencias eficaces en la lengua palenquera, bien porque la entiendan pero no la hablen, o porque la entiendan y la hablen poco.

Por su parte, los palenqueros que no entienden y no hablan la lengua palenquera son en su mayoría niños entre los 5 y los 14 años de edad. Esta tendencia, refleja el conocimiento pasivo que tienen los adolescentes y los niños nativos de la comunidad, quienes comprenden el código e interpretan los mensajes pero no son hablantes dominantes en el sistema. De ese mismo modo, es importante anotar que los jóvenes de ascendencia palenquera que habitan en ciudades vecinas y en el exterior, tienen menos dominio del criollo. La necesidad de participar en los escenarios educativos, sociales y culturales de la vida cotidiana fuera del contexto palenquero, hacen que esta población cuente con menos espacios para que en la cotidianidad puedan aprender y utilizar la lengua criolla (Muntú, 2008).

De otra parte, la actividad económica principal de los palenqueros está compuesta por la producción agrícola, cuyos componentes básicos son los cultivos en las rozas de arroz, yuca, maíz, ñame, naranja, patilla, millo y ajonjolí; la ganadería mayor y menor para la extracción de leche y carne; la cría de especies menores para el consumo local (cerdos, aves de corral, carneros, arenca, mojarra entre otros), y el cultivo de plantas medicinales en los patios.

Estos sectores de producción se articulan a una serie de actividades de comercialización tradicionalmente adelantadas por las mujeres, que no solamente comprenden el poblado mismo (como la producción de quesos o bollos de maíz o la venta de carnes de puercos o res), sino también en la venta de dulces y frutas en comunidades circunvecinas y en la ciudad de Cartagena, Sincelejo e incluso en el interior del país, que implica desde traslados diarios hasta meses enteros por fuera de la comunidad. Anteriormente las mujeres con los niños cultivaban el

maní mientras que los hombres jóvenes en vacaciones se dedicaban a su comercialización en ciudades como Cartagena, Barranquilla y Sincelejo.

En la actualidad la producción del maní ha disminuido en gran medida, a causa de la imposición del monocultivo, la siembra de caña y palma africana que han cercado a Palenque, así como también a veredas y municipios cercanos transformando la vocación tradicional de los suelos agrícolas. Pese a ello, en Palenque se ha insistido en la recuperación de la agricultura tradicional, en ese sentido, líderes de la comunidad han gestionado proyectos en los últimos años para contrarrestar esta situación, por lo que se trabaja en un proceso de recuperación de la agricultura tradicional y de recuperación de cultivos de yuca, maíz, maní, ajonjolí y millo importantes en la elaboración de los dulces típicos de palenque y motores de la seguridad alimentaria de la comunidad.

Aún cuando el desarrollo económico de la comunidad se mantiene incipiente, es importante considerar los efectos que proyectos del orden departamental puedan tener en las condiciones materiales futuras de los palenqueros. Actualmente, la Gobernación del Departamento de Bolívar está ejecutando un proyecto denominado “Palenque 2015”, que tiene como propósito central implementar un plan de etnodesarrollo en San Basilio de Palenque, con miras a superar la pobreza, focalizado en una primera etapa de mejora y adecuación de las condiciones materiales y estructurales de Palenque como ruta para alcanzar el desarrollo territorial y mejorar las condiciones de vida de las y los palenqueros⁶.

Ahora bien, en cuanto a los servicios públicos, la población cuenta con el servicio de corriente eléctrica, instalada gracias al requerimiento que el ganador del título mundial de boxeo en 1974, Antonio Cervantes “Kid Pambelé” le hizo al entonces presidente Misael Pastrana, para suministrar el servicio eléctrico a la comunidad. Sin embargo, éste se caracteriza por presentar muy bajo voltaje y presentar interrupciones frecuentes, dado que desde esa época no se han modernizado las redes ni los circuitos, y tampoco existen los transformadores adecuados para atender la necesidad de consumo eléctrico de los palenqueros.

⁶ Proyecto Palenque 2015. Sitio web Gobernación de Bolívar. Recuperado 5 de Octubre de 2012. http://www.bolivar.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=667:lanza-taller-para-la-construccion-de-plan-de-etnodesarrollo-palenque-2015&catid=45:titulares&Itemid=347

El acueducto, por su parte, está construido a partir de un pozo profundo ubicado en la comunidad de Palenquito. No tiene planta de tratamiento y el agua es enviada a las casas tal y como se extrae del pozo. Este sistema tiene muchas interrupciones en el año, hecho que obliga a la comunidad a ir al arroyo permanentemente a buscar el agua para el consumo humano. Tanto el agua del arroyo como la del acueducto se hallan contaminadas según estudios recientes realizados por la alcaldía de Mahates (Consejo Comunitario de Palenque, 2006).

San Basilio de Palenque cuenta con un centro de salud dotado para la atención de pequeños procedimientos médicos, en caso de mayor complejidad los pacientes son remitidos a los hospitales de Arjona o Cartagena. El centro de salud cuenta con un médico y personal auxiliar permanente y un odontólogo cuatro días de la semana. En la población no existe plazas de mercado, la comunidad se abastece de las tiendas, de lo que se produce en la comunidad y del mercado Bazurto de Cartagena.

En la plaza principal existe un parque que carece de los implementos necesarios para la recreación de los niños, posee una cancha polideportiva y existen otros espacios de propiedad privada que los niños y jóvenes utilizan como cancha de fútbol; en el barrio de San Rafael de la Bonga existe un campo de softbol. El arroyo se utiliza como espacio de recreación ya que la comunidad llega hasta él no sólo para abastecerse y lavar sus ropas sino también para bañarse. Palenque cuenta con una iglesia católica la cual desarrolla actividades solo en ocasiones especiales tales como matrimonios, bautizos, primeras comunión, misa de muerte, etc. Asimismo, existe un grupo católico que se encarga de la organización de las actividades de la iglesia (Consejo Comunitario de Palenque, 2006).

2.2. Construcción de la etnicidad palenquera

La historia contemporánea de Palenque es vital para identificar las huellas de los cambios y permanencias de la configuración actual de la comunidad que precedieron a la candidatura y, después, a la promulgación de San Basilio de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por parte de la Unesco el 25 de Noviembre de 2005. En ese orden de ideas, siguiendo lo planteado por el grupo de investigación palenquero Muntú (2008), la historia reciente de San Basilio de Palenque se organiza en tres grandes momentos que se entrecruzan, y que terminan dando cuenta de un proceso de revalorización, que le confiere a los

palenqueros un modo de diferenciación específico, con implicaciones en la vida social, política y cultural, sobre el cual construyen su etnicidad.

El primer momento, inicia en las postrimerías del siglo XIX hasta el año de 1951, cuando empezaron las crisis de los ingenios azucareros. Este periodo se caracterizó por el auge de las primeras experiencias agroindustriales en la vida de los palenqueros y la aparición del batey, como espacio contiguo a la hacienda, pueblo pequeño, en donde la vida giraba en torno a la actividad económica propia de los ingenios azucareros (Muntú, 2010:36). El batey se constituye en un importante espacio para la creación musical, especialmente debido a la influencia de los cubanos que permitieron organizar en distintos momentos grupos musicales conocidos como Sextetos, incorporándole a la música propia palenquera elementos del son cubano. La entrada en escena de estos sextetos incorpora un nuevo matiz para enriquecer a la cultura palenquera.

El segundo momento, demarca una continua oleada migratoria de los palenqueros hacia los centros urbanos de la región Caribe, en ciudades como Cartagena, Barranquilla, Riohacha, y desplazamientos hacia Venezuela propiciados por la búsqueda de oportunidades laborales y educativas, en el periodo que va de la década de los cincuenta hasta los años ochenta del siglo XX. Se trataba de una migración golondrina o temporal, en donde las primeras generaciones de palenqueros viajaban con la intención de regresar al pueblo para llevar comida y otros productos adquiridos en la ciudad que los acogía temporalmente. Así en las ciudades de recepción se conformaron *Tambos* de palenqueros, que eran casas grandes con varias habitaciones para que familiares o amigos procedentes del poblado, se hospedaran mientras se proveían con los elementos necesarios para regresar a Palenque (Herrera, 2003: 13).

Sin embargo, en la medida en que los palenqueros encontraron trabajos estables, comenzaron a configurar nuevos patrones de asentamiento que incluyeron la compra de terrenos para construir sus casas y fijar sus domicilios en ciudades como Cartagena, Barranquilla, Santa Marta y la zona rural fronteriza de Venezuela (Muntú, 2008; 47). La ciudad de Cartagena se posicionó entre los destinos predilectos de los palenqueros; en particular los barrios Nariño y San Francisco que durante años fueron el epicentro de la comunidad palenquera en la ciudad, posteriormente se expandieron a barrios cercanos como Lo Amador, La Candelaria y La Esperanza.

Con relación a estas formas de asentamiento, Peter Wade (citado en Herrera, 2003: 14) plantea que hay dos direcciones para que estos grupos puedan sortear las dificultades propias de vivir en un contexto citadino distinto al propio. Una de las opciones es la concentración de la comunidad, lo que permite mantener su cultura aislada de influencias externas y como forma de resistencia hacia la cultura dominante. La segunda posibilidad consiste en asimilarse hasta el punto de perder los lazos de identificación con la cultura de origen y ser absorbido por la sociedad dominante. Ambas opciones no son mutuamente excluyentes, y las comunidades pueden optar por integrarse y no asimilarse. En el caso de los palenqueros, sostiene Herrera (2003), estos optan por integrarse manteniendo un contacto cerrado con su comunidad durante las primeras generaciones, mientras sus manifestaciones culturales las adaptan acorde con las relaciones que se empiezan a entablar en el contexto urbano.

Durante este momento, las redes familiares se vuelven fundamentales no sólo como punto de apoyo emocional y económico sino también para la reproducción de las manifestaciones culturales en el contexto de la urbe. Los lazos de familiaridad se profundizan y el uso de términos como primos, tíos o abuelos para nombrarse entre ellos, facilitan la creación de núcleos de parentesco que permiten entablar un sistema de reciprocidad y solidaridad como estrategia de resistencia en el espacio urbano (Arboleda, 1998 citado en Herrera, 2003: 14).

Sin embargo, la resistencia cultural que encuentran los palenqueros a su paso es tal, que son objeto de burla por los citadinos, especialmente por su habla al supuestamente utilizar “mal” el español y que por tanto eran “brutos”. Estas prácticas racistas asociadas a una supuesta condición de inferioridad, barbarie y atraso, transformaron muchos de los comportamientos de los palenqueros en la ciudad. En el caso de la lengua palenquera, los adultos prohibirían aprender la lengua a sus hijos y nietos nacidos en Cartagena para evitar el rechazo y la discriminación. Los palenqueros, al ser considerados étnica y físicamente distintos a las demás comunidades, enfrentaron la discriminación y segregación como representantes de una negritud estigmatizada en Cartagena (Cunin, 2003).

El tercer momento, que va desde 1980 hasta la contemporaneidad, se caracteriza por el fortalecimiento de las costumbres y tradiciones palenqueras. De este último momento salen iniciativas para la implementación del proyecto etnoeducativo en Palenque y el establecimiento del Festival de Tambores y Expresiones Culturales de Palenque, cuya primera edición se realiza

en octubre de 1984. Durante esta etapa, las nuevas generaciones nacidas en Cartagena conviven con la atmósfera racista de la ciudad, en especial aquella que se experimenta en las escuelas y en las relaciones con sus vecinos del barrio Nariño.

Sin embargo, esta situación lejos de generar complejos motivó a mediados de los años ochenta, un despertar del sentimiento palenquero, en especial entre los grupos juveniles que residían tanto en Palenque como en el contexto urbano. Estos procesos avivaron un alto interés por la educación y el fortalecimiento de ideas comunitarias, que les permitieron una mayor participación en la vida cartagenera y más posibilidades de movilidad social. Esto impulsó a unos a reencontrarse con sus orígenes africanos a través de la música (champeta africana y terapia criolla) en los bailes de *picós*⁷, como vehículo reproductor de una tradición musical con profundas raíces africanas, y a otros hacia el trabajo comunitario encaminado a la valoración de las costumbres, las tradiciones, la lengua palenquera, la medicina tradicional y la ritualidad (Muntú, 2008). La adquisición de este capital cultural posibilitó el inicio de “importantes niveles de autonomía en la construcción de las identidades étnicas y la producción de discursos y prácticas relevantes en la perspectiva política del nosotros frente a ellos” (Arboleda, 1998 citado en Herrera, 2003: 20).

Así, quienes vivían en Cartagena y pasaban sus vacaciones en Palenque comenzaron a organizarse en grupos de trabajo alrededor de los derechos culturales de los palenqueros. En este periodo surgen organizaciones como Palenque Adelante, Acción Cultural Palenque y el grupo de trabajo en Palenque y Cartagena, que se convertiría posteriormente en el Proceso de Comunidades Negras en el Caribe (Muntú, 2008; 64). Estas organizaciones realizaron una serie de eventos culturales y educativos, de lengua palenquera, concursos de peinados, actividades deportivas y representaciones teatrales, con el objeto de generar una dinámica de trabajo en torno a la valoración de las tradiciones y costumbres de los palenqueros que hiciera posible la

⁷ Adaptación de *pick-up*, definido por el diccionario VOX de la Lengua Española como “el dispositivo que sirve para recoger y transformar en corriente variable las vibraciones sonoras registradas en un disco. Utilizado para referirse al fenómeno musical que llegó a ciudades caribeñas como Cartagena y Barranquilla a finales de los años setenta que gira en torno a los soundssystem ambulantes llamados Picós. Históricamente son reconocidos en la ciudad porque con ellos se tocaba la “música africana” o “champeta africana”, término que se usa para referirse a música que no era producida en Cartagena sino traída de distintos lugares de África o del Caribe, especialmente en las décadas del 70 y del 80. Los discos de vinilo eran traídos a través de encomiendas o encargos de París, Nueva York o a través de personas colombianas que realizaron viajes a distintos países de África tales como la República del Congo o Suráfrica (Contreras, 2002).

búsqueda de alternativas para reconocer la diferencia y construir una lectura diferente de la historia hegemónica, que diera cuenta de lo negro.

Este tipo de iniciativas fueron vitales para la irrupción de la experiencia etnoeducativa, San Basilio de Palenque, como un intento por impedir que la lengua, la historia y la memoria palenquera se perdieran; esto, como un proceso consciente de redefinición y reconstrucción de la identidad en medio de una situación que amenazaba con la alienación cultural de las manifestaciones de los palenqueros. Con el mismo ímpetu también se articuló el trabajo de recuperación en las escuelas con las manifestaciones artísticas y musicales palenqueras, materializado en 1984 con el surgimiento del Festival de Tambores y Expresiones Culturales de Palenque.

Es importante aclarar que los procesos etnoeducativos que se han llevado a cabo en Palenque y en otras comunidades y pueblos étnicamente diversos del país, han sido incorporados en los sistemas institucionales y legales del orden nacional. Por ejemplo, el deber normativo obliga a todos los establecimientos educativos del país a incluir en sus Proyectos Educativo Institucional –PEIs- y Planes Curriculares ejes temáticos alrededor de la Cátedra de Estudios Afrocolombianos, como propuesta de educación intercultural, sin embargo en la práctica se observa una precaria implementación de estas iniciativas, en especial en materia de cobertura.

Es así que la experiencia etnoeducativa y la recuperación de la memoria musical y cultural de los palenqueros, se alimentaron también de las acciones que adelantaban los movimientos negros en otras regiones del país. En la década de 1980 surgieron las organizaciones étnicas territoriales en el ámbito del Pacífico, que luchaban por su reconocimiento como grupo étnico y su derecho a la titulación colectiva. Una de estas primeras organizaciones fue la Asociación Campesina Integral del Atrato-ACIA-, surgida como respuesta al abuso de las compañías madereras en la explotación indiscriminada del bosque y al taponamiento del río con las trozas. En la búsqueda de solución, los campesinos afrocolombianos encontraron el decidido apoyo de la Diócesis de Quibdó y crearon otras organizaciones campesinas a lo largo del Pacífico colombiano (Pardo, 2001).

Lo anterior encontraría en la inclusión del Artículo Transitorio 55 en la nueva Constitución del 1991, que se convertiría en la ley 70 de 1993, el marco jurídico para legitimar el proceso de

identificación étnica e instrumentalizar las medidas que nacieron de las medidas afirmativas, agenciadas por líderes y lideresas de organizaciones de base de comunidades negras de la región del Pacífico⁸ y del Caribe⁹. A partir de allí se dio inicio a lo que Eduardo Restrepo (2001) denomina la “Pedagogía de la Alteridad”, que crea nuevas subjetividades desde donde la población negra se distingue como grupo étnico en relación con unas prácticas tradicionales y culturales de ascendencia africana, con un territorio y con historias que al hacer énfasis en la diferencia y en el reconocimiento del *otro* como sujeto de derechos, comienzan a ser visibles para la institucionalidad colombiana, recuperando y revalorando una memoria y un pasado que parecía olvidado.

Este movimiento étnico desarrolla una autoconciencia de la etnicidad negra en un contexto que valora la diversidad, y en un país que a nivel discursivo deja de lado la búsqueda de la homogenización y se reconoce ahora como multicultural y pluriétnico. Los palenqueros en este contexto hacen de la etnicidad el fundamento de su estatus, en una identificación valorizada y reivindicada y politizada de su identidad, que los concientiza sobre su posición en el orden social de la ciudad y del lugar que en el presente deben ocupar. La identificación con Palenque deja de ser paulatinamente un obstáculo y se transforma en un honor, donde el cimarrón, otrora salvaje, denota un apelativo positivo, cuya herencia es deseada y buscada (Cunin, 2003). No se trata entonces de percibirse como invisibles sino de invertir los lugares y establecerse como individuos pertenecientes a un grupo étnico diferenciado histórica y culturalmente de los demás.

La fuerza de los discursos de valorización de la etnicidad palenquera, se apoyan en la concepción de San Basilio de Palenque como espacio físico de resistencia y libertad, legitimando la reafirmación de la identidad palenquera alrededor del legado africano presente en el habla, la tradición, la música y la espiritualidad palenquera. De ese modo, la etnicidad palenquera se rearticula y hace visible el anhelo de movilización en términos políticos y organizativos; ser palenquero se convierte en un referente de la etnicidad negra en la ciudad de Cartagena. Muchas de las organizaciones que pretenden luchar por los afrocolombianos, empiezan a ser representadas por los palenqueros o adoptan nombres en su lengua (Herrera, 2003), lo que les

⁸ Diversas organizaciones de comunidades negras del sector campesino, cívico-comunitario, de jóvenes, mujeres, estudiantiles del departamento del Chocó, de Buenaventura, de la costa Caucana y nariñense lideraron el proceso que a partir de la proclamación de la constitución de 1991, exigió el desarrollo del artículo transitorio 55.

⁹ Para el caso de la costa Caribe colombiana, la expresión organizativa estaba representada por un grupo de líderes y lideresas palenqueros, que vivían en Cartagena, Barranquilla y Valledupar, quienes en un principio hacían parte del Movimiento Nacional Cimarrón y posteriormente se constituyeron en cofundadores del Proceso de Comunidades Negras –PCN-.

permite a los palenqueros como grupo étnico la adquisición de un alto grado de reconocimiento, tanto en las organizaciones sociales y políticas de la ciudad, como a nivel regional y nacional. Se configura un escenario propicio para que un conjunto de organizaciones palenqueras propongan su herencia cultural como patrimonio ante la Unesco en los albores del nuevo siglo.

2.3. Candidatura Palenque Unesco

“Todo surge a partir de las ganas y el deseo que teníamos de masificar, divulgar, fortalecer la cultura y todo eso se hizo a través de la etnoeducación. La etnoeducación ha sido la base de dónde ha surgido todo esas cosas que buscan fortalecimiento de la cultura palenquera.”¹⁰

Como mencioné en líneas anteriores, en las últimas dos décadas cambiaron sustancialmente las maneras en las que los palenqueros definían las formas de entender su identidad y cómo aplicaban estos modelos al entendimiento de la etnicidad en la ciudad de Cartagena. Con la certeza de ser poseedores de unos valores culturales que los diferenciaba como grupo étnico y les confería un estatus reivindicado, los palenqueros lideraron la implementación del proyecto etnoeducativo en San Basilio de Palenque y posteriormente en los barrios con asentamientos palenqueros en la ciudad de Cartagena, especialmente en la Institución Educativa San Luis Gonzaga, ubicada en el barrio Nariño, que en 1999 articuló su proyecto educativo institucional bajo los enfoques de la etnoeducación y la Cátedra de Estudios Afrocolombianos (Herrera, 2003).

El programa de etnoeducación era la respuesta a lo que las organizaciones palenqueras consideraban un riesgo de alienación y deterioro cultural de la identidad palenquera tanto en el poblado como en la ciudad, y por ende ameritaba releer lo que se había escrito hasta entonces para sintonizar los contenidos educativos a la realidad palenquera y su herencia africana. De este modo, la lengua, la música, la historia y la memoria palenquera entraron en un proceso de recuperación y fortalecimiento de la confianza de la comunidad en relación a su identidad étnica, que encontraría en la candidatura a la Unesco el vehículo óptimo para movilizar, posicionar y

¹⁰ Entrevista a Manuel Pérez, gestor cultural y guía de la Asociación de productores agropecuarios dulces tradicionales y servicios etnoturísticos de Palenque (Asopraduce), Mayo de 2012.

legitimar los elementos de identificación étnica de los palenqueros ya no frente a los cartageneros y el resto de Colombia, sino también ante el mundo.

Bajo esta perspectiva, la experiencia etnoeducativa de los palenqueros comienza a socializarse en diferentes espacios de trabajo académico. En palabras de Jesús Natividad Pérez, líder palenquero que participó en el proceso: *“en el año de 1993, participamos de un evento realizado en la ciudad de Cartagena, en donde había muchos delegados de la Unesco, ellos se trasladan a la comunidad, van y miran la experiencia y quedan impresionados con todo el trabajo de fortalecimiento de las manifestaciones culturales palenqueras. Luego a uno de ellos lo entrevista El Universal, el periódico local, y después de esa entrevista sacan el título de la visita, y el título de la noticia fue: La educación de Palenque un modelo para el mundo. Cuando nosotros vemos eso, los compañeros que estaban al frente, se indagan por cómo palenque puede ser reconocido como patrimonio, pero hay un problema y es que en la década de los noventa no se patrimonializaba lo intangible, eran reconocidas como patrimonio solamente las obras materiales, iglesias, murallas, todo lo que tiene que ver con los monumentos”*¹¹.

Este inconveniente no tardaría mucho en ser superado, puesto que al interior de la Unesco ya se estaban revisando los instrumentos legales que permitieran dar mayor amplitud a este criterio desde inicios de la década de 1990. En éste sentido los estados miembros de Unesco, aceptarían un concepto ampliado de “patrimonio cultural”, que incluía tanto el patrimonio tangible como el intangible, señalando que ambos siempre habían estado íntimamente entrelazados (Unesco, 1999); es así que posteriormente se crea el programa de *Obras Maestras del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad*, y a comienzos de 2001, la Unesco realiza los primeros reconocimientos internacionales, proclamando en total a diecinueve formas de espacios culturales o expresiones como Obras Maestras del Patrimonio Oral e Inmaterial.

En ese sentido, el investigador palenquero y director de Asopraduce, Asociación productora a gran escala de bienes agropecuarios, dulces tradicionales y servicios etno-turísticos de Palenque, Manuel Pérez Salinas comenta lo siguiente: *“si nosotros ya teníamos claro que es importante mantener nuestra cultura y darla a conocer (...) Se conoció por unas compañeras del Consejo Nacional del Cultura, de lo que ahora estaba haciendo la Unesco, que le daba la importancia a esos elementos culturales para que permanezcan en el tiempo y es a partir de ahí*

¹¹ Entrevista a Director de la Corporación Festival de Tambores y Expresiones Culturales de San Basilio de Palenque, Julio de 2012.

que se decide averiguar, qué se hace y cómo se hace para obtener ese reconocimiento¹²". Este testimonio, da cuenta de que la nueva concepción de la identidad étnica y cultural palenquera había permitido a los palenqueros interpretarse a sí mismos como actores legítimos y autónomos que podían reafirmar su identidad ante las instancias y organismos encargados del tema.

En el año 2002, San Basilio de Palenque fue postulado para conseguir el apoyo nacional, no obstante, en esa ocasión los esfuerzos nacionales se concentraron en respaldar la candidatura del Carnaval de Barranquilla, que logró ser declarado por la Unesco como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad el 7 de noviembre de 2003.

A este respecto Pérez Salinas argumenta: *"nosotros primero no teníamos la experiencia de la preparación de los elementos que exigían, y segundo en ese periodo era presidente Andrés Pastrana y su Vicepresidente era Gustavo Bell Lemus, barranquillero, impulsor del Carnaval (...) era de esperarse además que una figura que no conocía tanto del tema inmaterial como el Consejo de Monumentos Nacionales, todos arquitectos, no conocieran el tema de la lengua, la religiosidad, la importancia de la música, o sea ellos terminaron apoyando al Carnaval de Barranquilla¹³".* No se puede obviar que en los procesos de patrimonialización las coyunturas y la fuerza política que los rodean adquieren una importancia inusitada que suele inclinar la balanza hacia una determinada manifestación cultural.

Debido a esto, una de las dificultades identificadas dentro de los procesos de patrimonialización, está referida al marco jurídico y las maneras como son promovidos los bienes culturales de la nación por quienes participan en este proceso, llámense instituciones del orden nacional, regional, departamental o local, comunidades o investigadores. Sí bien las comunidades pueden postular sus manifestaciones y expresiones inmateriales, la competencia jurídica para viabilizar y/o aprobar la petición cuando se trata de una manifestación nacional, recae sobre las administraciones locales, departamentales y del Ministerio de Cultura, respectivamente, quienes muchas veces manejan concepciones esencialistas de la cultura y tienden a privilegiar unas sobre las otras (Chaves, Montenegro y Zambrano, 2009).

De hecho, cuando las declaraciones de manifestaciones como Bienes de Interés Cultural, están mal documentadas y sin fines claros, las medidas que se destinen para su salvaguarda podrían resultar ineficientes o subvalorar el bien cultural. En el país esto podría agudizarse en parte por

¹² Entrevista a gestor cultural y guía de Asopraduce, Mayo de 2012.

¹³ Entrevista a gestor cultural y guía de Asopraduce, Mayo de 2012.

el hecho de que el Ministerio de Cultura está en la obligación de atender y orientar la creciente demanda y las numerosas iniciativas nacionales, regionales y locales para salvaguardar las manifestaciones de tipo cultural inmaterial expidiendo directrices de política flexibles. Por ejemplo, actualmente en el país existen catorce sitios y manifestaciones culturales reconocidas como patrimonio. Siete de ellos, en su condición de bienes materiales, han sido inscritos como Patrimonio Mundial. Los otros siete están incluidos en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

2.4. La segunda es la vencida

Los palenqueros no renunciarían fácilmente al objetivo que se habían trazado por reconocer y fortalecer sus tradiciones a través de la estrategia de la declaratoria. Las expectativas eran altísimas en cuanto a los beneficios que se desprenderían de la declaratoria y siguieron trabajando hasta que surgió nuevamente la posibilidad de postularse. Jesús Pérez Palomino, quien participó activamente en este proceso, relata que: *“en 2004, me delegan a mí para ir a sustentar la propuesta en Bogotá, frente al Consejo de Monumentos y habían otras dos propuestas: estaban los Nukak Makuk y los palabreros Wayuus. Estuvimos tres días (...) y ese día nos tocó de primero en la presentación, yo intervengo hablando en lengua palenquera, después el Consejo se retiró para tomar una decisión y a la media hora me llamaron, eso fue un 12 de marzo, y me dijeron que pasamos¹⁴”*.

Aunque la candidatura de Palenque contó con algunas voces disidentes dentro de la comunidad¹⁵ en términos generales fue una postulación buscada e impulsada por y desde la comunidad hacia el Ministerio de Cultura y de ahí a la Unesco, lo que viene a reafirmar la fuerza de la valoración étnica surgida a partir de la redefinición de la etnicidad de los palenqueros. De hecho, el interés en la declaración Unesco se fundamentaba también, en la creencia generalizada entre sus promotores, en que esta declaratoria acompañaría verdaderos procesos de cambio para las condiciones de vida de la población palenquera.

A este respecto, Rodrigo Miranda, gestor cultural sostiene que: *“nosotros los palenqueros pensábamos que esa Declaratoria podía jalonar un poco a que la calidad de vida de los*

¹⁴ Entrevista a Director de la Corporación Festival de Tambores y Expresiones Culturales de San Basilio de Palenque, Julio de 2012.

¹⁵ Estas voces disidentes, aglutinan todas aquellas posturas que fueron asumidas por algunos palenqueros que en principio, se opusieron a la candidatura, primero porque no tenían claridad de cuáles serían los beneficios que traería consigo la patrimonialización a la comunidad, y segundo porque cuestionaban quiénes serían los posibles beneficiarios con la declaratoria en caso de que los hubiese, sumado a ello tenían diferencias ideológicas y organizativas con quienes estaban en ese momento liderando la postulación.

*palenqueros mejorara (...) cuando me refiero a la calidad de vida no me refiero a que aquí en Palenque debían construir un edificio, pero si mejorar la calidad de vida mínima de la comunidad o mejorar las necesidades básicas insatisfechas (...) tener una vía de acceso totalmente garantizada, agua potable dentro de la comunidad, servicio de energía mejorado, entre otros*¹⁶.

Así mismo, es de destacar que el período en que se postuló a Palenque ante la Unesco coincidió también con una agenda internacional que acompañaría con fuerza dicha postulación: De un lado, en el nivel internacional se preparaba la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, Xenofobia y las formas Conexas de Intolerancia realizada en Durban, Sudáfrica en 2001 para revivir la conciencia de lo negro en el mundo. Por su parte, en el ámbito nacional se conmemora en el año 2001, los 150 años de abolición de la esclavitud en Colombia, evento que abrió espacios para la entrada en vigor de los discursos en pro de las reivindicaciones y reparaciones para la población negra del país. Ese mismo año resulta elegida como señorita Colombia, en la ciudad de Cartagena la primera reina negra del país, Vanessa Alexandra Mendoza. Asimismo, se gestaba la primera conferencia nacional afrocolombiana que en esos momentos recorría el país, con miras a su realización a mediados del año 2002. Lo anterior, da cuenta de un proceso en el que paulatinamente se va ampliando la comprensión de lo étnico y lo racial en el país, que termina por favorecer la solicitud de palenque como patrimonio.

En este contexto, con el apoyo del gobierno nacional y respaldado por el Consejo de Monumentos Nacionales, el Ministerio de Cultura emitió la resolución 1472 en noviembre de 2004, a través de la cual se declara a Palenque como Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional. Debido a los riesgos de amenaza y desaparición del patrimonio cultural palenquero, se estipula la elaboración de un plan de protección, acción, revitalización, salvaguarda y promoción de las manifestaciones culturales palenqueras. Ese mismo año, los palenqueros, asumen nuevamente el liderazgo de la candidatura con la iniciativa de la Corporación Jorge Artel, instaurando mesas de trabajo y convocando a todas las organizaciones localizadas en Palenque, Cartagena y Barranquilla para formular el proyecto. Se crea un equipo interdisciplinario y se solicita asesoría del ICANH y del Ministerio de Cultura para reactivar la construcción de la propuesta.

¹⁶ Entrevista realizada a gestor cultural de la comunidad palenquera, Mayo de 2012.

Metodológicamente se habilitaron mesas de trabajo por temas, que abarcaron los siguientes: música, lengua, ritualidad, educación, medicina tradicional, y organización social. Durante los tres meses siguientes de encuentros, se identificaron y definieron las expresiones culturales, consideradas angulares para la reivindicación de la identidad palenquera. Las distintas mesas de trabajo que se conformaron, se apoyaron en una coordinación y entregaban avances cada domingo a un comité de sistematización de la información. En esta ocasión, también se contó con los aportes del Fondo extra presupuestal de la Unesco para financiar la elaboración del nuevo expediente, además se contrató a un investigador externo y la producción de un video documental.

2.5. Dossier Palenque Unesco

Una vez clausuradas las mesas de trabajo, los resultados de esa investigación, fueron consignados en un dossier de 141 páginas, que a juicio de quienes participaron de su elaboración, constituye el documento más completo y sustancioso en términos de recolección de información que tiene Palenque hoy en día, en la medida que se investigaron y documentaron los diferentes frentes que componen las manifestaciones culturales de los palenqueros. El equipo de preparación de la candidatura fue supervisado por el Ministerio de Cultura y el ICANH, mientras que la investigación estuvo a cargo de un equipo interdisciplinario conformado por Clara Inés Guerrero (historiadora), Eduardo Restrepo (antropólogo), Juana Pabla Pérez Tejedor (lingüista), Rubén Darío Hernández Cassiani (historiador) y Jesús Natividad Pérez Palomino (antropólogo), estos tres últimos palenqueros. También se conformó un equipo de colaboradores con personas de la comunidad.

El dossier que acompañó el proceso de postulación de Palenque como patrimonio oral e inmaterial de la humanidad, consistió en una presentación de las manifestaciones culturales, seguido de una justificación y por último de un plan de acción estructurado en tres programas: lengua y tradición oral, ritual y medicina tradicional, y música e identidad orientados a revitalizar y mantener el legado cultural africano en Palenque.

Cada uno de esos programas tenía cinco proyectos y cada uno de los restantes tenía seis, para un total de 17 proyectos. En esta línea, Manuel Pérez, asegura que: *“nosotros tomamos aquellos elementos importantes en la cultura palenquera, la lengua y la oralidad, la identidad como tal, la medicina tradicional, la música, la forma organizativa esas cosas que nos caracterizan. Nosotros recogimos y armamos la información aquí en la comunidad, todo se hacía con la ayuda y*

*aprobación de los abuelos y abuelas, porque ellos son los mayores sabedores e incluso con los niños porque queríamos que esto fuera transversal y todo el pueblo aportara*¹⁷.

Es evidente que entre los palenqueros que participaron en las mesas de trabajo, existía un conocimiento en cuanto al carácter intangible de sus expresiones culturales, y de los vectores de identificación que se debían movilizar para obtener dicho reconocimiento. La construcción del documento se realizó en tres meses y fueron vitales tanto la participación de la comunidad, como la literatura académica existente sobre Palenque y sus manifestaciones culturales. En ese escenario, una vez cumplidos todas las etapas exigidas, el 25 de Noviembre de 2005 San Basilio de Palenque fue declarado como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la Unesco.

2.6. Plan Especial de Salvaguarda

La aprobación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial realizada en 2003 por la Unesco, supuso un hito decisivo para llenar los vacíos jurídicos que existían en cuanto a la protección y salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial. Entre los compromisos adquiridos con la Unesco, los países miembros y los lugares o eventos declarados como patrimonio, tenían que incluir en el dossier de la candidatura un Plan de Acción con las medidas a implementar para salvaguardar, preservar y revitalizar el espacio cultural declarado. En Colombia esto se tradujo en la creación de medidas legales orientadas a la protección y fomento del patrimonio cultural, entre los que se destaca el decreto 2941 sancionado en 2009, que reglamenta el Patrimonio Cultural de la Nación de Naturaleza Inmaterial, estableciendo como mecanismo de salvaguarda las listas representativas de Patrimonio Cultural Inmaterial, para lo cual las manifestaciones deben contar con un Plan Especial de Salvaguarda, resultante de un acuerdo social establecido entre los interesados.

De ese modo, sobre los tres programas que se mencionaron anteriormente como parte del plan de acción, en 2009 se construyó de manera colectiva el Plan Especial de Salvaguarda –PES- del espacio cultural de San Basilio de Palenque, el primero en Colombia. Su intención fue fortalecer la transmisión de la lengua a nivel de la escuela básica y la difusión de su tradición oral, incentivar el respeto por sistemas de pensamiento diferentes en concordancia con la

¹⁷ Entrevista a gestor cultural y guía de turismo, Mayo de 2012.

reivindicación de los derechos colectivos sobre saberes tradicionales, y producir y promocionar la música palenquera fortaleciendo las competencias locales (Dossier Palenque Unesco, 2002).

Para Jesús Pérez Palomino: *“el PES mira todas las debilidades y aprovecha las fortalezas en beneficio de la comunidad y en bien de las manifestaciones porque tiene varios ítems de transmisión del saber, difusión, fortalecimiento y el tema de los emprendimientos culturales (...) el objetivo es vivir del saber hacer, que la gente viva de lo que es pero sin dejar de lado la perspectiva étnico cultural”*¹⁸. En esa línea, el PES es primordial para entrever los usos sociales y la puesta en valor que recaen sobre los bienes y saberes que hacen parte de los procesos de patrimonialización.

Vivir del saber hacer implica pensar en los procesos culturales necesarios para que un tipo particular de cosa, en este caso una manifestación cultural, sea considerada generadora de réditos económicos como parte de una oferta cultural (Montenegro, 2010). Ahora bien, es importante destacar que a partir de la indagación de diferentes documentos es posible establecer que las expectativas de los palenqueros, al momento de elaborar el PES, estaban orientadas a considerar un papel más activo de la Unesco dentro del proceso de salvaguarda que a pensar sus expresiones culturales desde un enfoque mercantilista.

2.7. Expectativas Fallidas y emprendimientos culturales turísticos después de la Declaratoria

*“A nosotros Unesco nos solicita unos proyectos detallados, con presupuesto, con recursos, con papelería, número de tambores, entonces esperábamos que esta entidad que lo revisó, asignara recursos y eso no pasó, porque Unesco lo que hace es instar al Gobierno colombiano para que sea quien proteja y salvaguarda esas manifestaciones y después dice el Gobierno que insta a la Gobernación de Bolívar, la Gobernación le dice a la Alcaldía de Mahates y la Alcaldía nos dice a la comunidad, y volvió la pelotica. ¿De qué nos sirvió hacer ese proyecto, hacer el documento y después con las gestiones hacer los proyectos?”*¹⁹. Este argumento expresado por Rodrigo Miranda, gestor cultural palenquero, denota que si bien los impulsores de la declaratoria tenían

¹⁸ Entrevista a Director de la Corporación Festival de Tambores y Expresiones Culturales de San Basilio de Palenque, Julio de 2012.

¹⁹ Entrevista realizada a director de la Corporación Festival de Tambores de Palenque, Julio de 2012.

claro que uno de los objetivos de Unesco estaba orientado a visibilizar las manifestaciones, se esperaba también un apoyo decisivo para hacer efectivos los programas que estaban contemplados dentro del plan de acción.

La crítica de varios sectores de la comunidad, siete años después de la declaratoria apunta a la falta de seguimiento y a la innecesaridad de un reconocimiento que no aporta beneficios concretos a la comunidad. De ahí que la falta de seguimiento y acompañamiento de la Unesco a los Planes Especiales de Salvaguardia y en general a las manifestaciones declaradas, evidencie *lo retorico dominante* de los procesos de patrimonialización, que muchas apelan a la protección cultural como parte de la sofisticación de un discurso, que más allá de lo consignado en el papel no contempla efectos prácticos.

Por el contrario, se asiste más bien a la inscripción de las manifestaciones culturales en una nueva economía política de la cultura encaminada más a la producción de bienes culturales, como formas ampliadas de los circuitos de consumo a nivel mundial, en donde la protección de los llamados patrimonios queda entonces a merced de quienes tengan la capacidad de transformarlos en bienes y servicios culturales que a salvaguardar como tal el patrimonio cultural de una comunidad (Chaves, Montenegro y Zambrano, 2009).

En el caso de San Basilio de Palenque, a partir de la firma del convenio de salvaguarda como efecto de la declaratoria de la Unesco y de las expectativas fallidas de la comunidad, inevitablemente han comenzado a surgir otras iniciativas estrechamente vinculadas a la puesta en valor de la identidad cultural palenquera. Esto marca el inicio de un proceso de exploración de alternativas relacionadas con procesos productivos, tendientes al fortalecimiento de la capacidad productiva y a la generación de ingresos en la comunidad. En esa línea, la Universidad Externado de Colombia en asocio con RIMSIP- Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, realizó en 2006 un estudio de caso en San Basilio de Palenque para identificar potenciales activos culturales que permitieran a la comunidad aprovechar la declaratoria realizada por la Unesco en el marco del desarrollo territorial, de la identidad palenquera y de su imagen territorial.

El estudio evidenció que la puesta en valor de la comunidad históricamente había tenido un fuerte acento en el patrimonio oral e inmaterial, permitiendo el fortalecimiento del plano cultural y valorativo. No obstante, estos procesos de puesta en valor no habían tenido efectos concretos en la base material ni en los planos científicos, tecnológicos y/o económicos de la comunidad. El estudio destacó además que aunque los procesos de puesta en valor de los referentes

identitarios y culturales en San Basilio de Palenque se encontraban en una etapa temprana, ya se estaban comenzando a explorar estrategias de desarrollo tendientes a la concreción de objetivos económicos, habiéndose identificado algunas iniciativas productivas a partir de rasgos culturales predominantes en las áreas de alimentos, turismo y artesanías, danzas y cultura (Universidad del Externado y Rimsip, 2006).

Es así que después de la declaratoria de Unesco, el turismo ha sido el sector de mayor crecimiento en la comunidad, a pesar de que no existen registros formales del número de visitantes que se reciben, y esto se entiende porque dado el carácter utilitario del patrimonio la idea de la comercialización de los bienes inmateriales o de los saberes tradicionales, admite el uso de éstos como activos económicos. En el caso de San Basilio de Palenque, el valor del uso del patrimonio, que radica en complementar el interés hacia un destino, se ha traducido en el aumento notable de visitantes al poblado, turistas nacionales y extranjeros ávidos por conocer lo que imaginan es la cultura palenquera. Esto ha propiciado que algunos sectores de la población, especialmente los jóvenes, se estén dedicando a la actividad turística, en calidad de guías. Asimismo, es notoria la apertura de nuevos restaurantes y casas que están siendo acondicionados como hospedajes, en aras de atender la creciente demanda de servicios turísticos.

Cuando le pregunté a Rodrigo Miranda acerca de las diferencias en San Basilio de Palenque antes y después del reconocimiento de Unesco, esto fue lo que me contestó: *“Palenque antes de la Declaratoria era un sitio de interés nacional básicamente por toda la riqueza que tenía. Cuando hablaban de Palenque se referían a la tierra de Pambelé, la cuna del primer actor de cine de Colombia y la tierra de descendencia africana que está en Colombia...pero después de la Declaratoria, aquí hay un auge de turistas...y la gente aquí no tenía la infraestructura ni estaba preparada para recibir todo ese auge que vino con la Declaratoria porque palenque fue declarado y se debió prever que iban a venir mucho más turistas e investigadores y no se estaba preparado para recibir todo ese auge. Palenque antes de la declaratoria no recibía esa cantidad de turistas y podemos decir que se triplicó los visitantes y hoy además en cualquier momento tenemos universidades e investigadores y eso es una consecuencia directa de la Declaratoria²⁰”.*

²⁰ Entrevista realizada a Gestor cultural de la comunidad, Mayo de 2012.

Como se observó en este capítulo, la declaratoria de San Basilio de Palenque como Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad realizada por Unesco en noviembre de 2005, es el resultado de la iniciativa y el esfuerzo de las expresiones organizativas de la comunidad palenquera, que fueron persistentes y constantes en la construcción de la propuesta y en la gestión de la misma ante el Ministerio de Cultura y la Unesco. En ese sentido, esta declaratoria se ha constituido en uno de los logros más destacados para la comunidad palenquera, después del acuerdo de libertad firmado con la Corona española en enero de 1714, el título mundial de Boxeo de Antonio Cervantes “Kid Pambelé” en 1972 y de la ley 70 en 1993, lo cual se entiende no sólo en términos del reconocimiento que ha significado para Palenque, sino también como producto del trabajo colectivo y participativo de los palenqueros.

Desde esta visión, uno de los principales aprendizajes de la comunidad entorno a la declaratoria, se ha dado en la medida en que se fueron disipando una serie de expectativas fallidas en cuanto a los beneficios concretos que traería la patrimonialización. Al superarse la idea de que ésta se traduciría de inmediato en beneficios concretos, la comunidad comprendió que se trataba en lo fundamental de un proceso más amplio que implicaba la puesta en valor de sus activos culturales.

Lo aquí planteado da cuenta de que la configuración de San Basilio de Palenque como destino turístico étnico, corresponde a la inscripción de esas expresiones ancestrales en una economía política de la cultura encaminada a la producción de bienes, es decir, que la cultura es salvaguardada e importa en la medida en que es puesta al servicio de la industria, en este caso turística. De ahí que los procesos de salvaguarda del patrimonio cultural terminen estrechamente ligados a la capacidad que desarrolle la comunidad para identificar y agenciar iniciativas productivas a partir de su acervo cultural. La protección del patrimonio de San Basilio de Palenque entonces se entiende posible, cuando sus manifestaciones culturales se transformen en productos de consumo al servicio del turismo.

A manera de síntesis, me permito colegir que a pesar del apoyo institucional del Ministerio de Cultura y del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), la candidatura de Palenque ante la Unesco fue finalmente impulsada desde la comunidad cómo un proceso de puesta en valor de la etnicidad palenquera. El proceso histórico de San Basilio de Palenque, configuró un conjunto de instituciones y prácticas sociales que constituyen los referentes

culturales e identitarios de los palenqueros. Estas expresiones del ser y hacer palenquero, encierran el patrimonio intangible y el corpus de los argumentos que justificaron e hicieron posibles la patrimonialización de Palenque por parte de la Unesco. De manera que la historia contemporánea de Palenque es vital para identificar las huellas de los cambios de la configuración actual de la comunidad que precedieron a la candidatura y, después, a la promulgación de San Basilio de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por parte de la Unesco el 25 de Noviembre de 2005.

La patrimonialización sucede en el contexto de una comunidad que en las últimas dos décadas cambió sustancialmente las maneras en las que definía las formas de entender su identidad y cómo aplicaban estos modelos al entendimiento de la etnicidad en la ciudad de Cartagena. Incluso esto se robusteció a causa de la certeza de sentirse poseedores de unos valores culturales que los diferenciaba como grupo étnico y les confería un estatus reivindicado. A partir de allí, los palenqueros lideraron la implementación del proyecto etnoeducativo tanto en Palenque como en Cartagena y otras ciudades del Caribe colombiano. Dicha experiencia se vio reflejada en los resultados de la investigación que condujo a la solicitud ante la UNESCO, cuyos resultados fueron consignados en un dossier de 141 páginas, que a juicio de quienes participaron de su elaboración, constituye el documento más completo y sustancioso en términos de recolección de información que tiene hoy Palenque, en la medida que se investigaron y documentaron los diferentes frentes que componen las manifestaciones culturales de los palenqueros.

3. CAPITULO III. TURISMO ETNICO EN SAN BASILIO DE PALENQUE

"Es difícil mantener un sentido de continuidad histórica en un contexto de efimeralidad y acumulación flexible. La ironía es que la tradición sea preservada comercializada y mercantilizada. La búsqueda de las raíces termina por producir una imagen, un simulacro, un pastiche"

Harvey (1989, 303)

*El tiempo saca a luz todo lo que está oculto y encubre
y esconde lo que ahora brilla con el más grande esplendor.*

Horacio

En este capítulo se describe cómo ha sido el proceso de estructuración de la actividad turística en San Basilio de Palenque, identificando los actores y las agencias que lo dinamizan al interior de la comunidad. A lo largo de este apartado se pretende evidenciar la concepción, usos y acciones que han sido desarrolladas por los palenqueros en relación al turismo que practican. Finalmente, este capítulo concluye con la formulación de un conjunto de recomendaciones que le permitan a la comunidad tener mayores herramientas en aras de procurar una práctica turística sostenible y respetuosa de sus manifestaciones culturales.

3.1. Palenque destino turístico desde siempre

El punto de partida de este ejercicio investigativo surge de la aparición de un conjunto de actores e intervenciones internas y externas, que encuentran en la declaratoria Unesco el vehículo óptimo para fomentar la actividad turística en la comunidad. Sin embargo, es pertinente aclarar, que antes de esta declaratoria ya era habitual la presencia de visitantes interesados en conocer la experiencia cultural palenquera, especialmente entre instituciones educativas de municipios cercanos y de la ciudad de Cartagena e investigadores que llegaban desde distintas regiones del país.

De hecho, Danilo Casseres Cassiani, director de la agencia de turismo Paletur y guía turístico palenquero, asegura: *"en los inicios de la actividad turística en Palenque hay que referenciar a Victor Simarra y Emel Salas, quienes fueron los primeros que vi con personas forasteras guiándolos, orientándolos dentro del marco de la cultura palenquera, ellos le ofrecían a los investigadores unos espacios, unos dormitorios para quedarse aquí y hacer sus trabajos sobre*

Palenque, y fueron estas investigaciones las que permitieron recopilar los datos que se volvieron interesantes para nuestro desarrollo histórico²¹”.

De esta descripción, se puede advertir que el papel jugado por estos primeros acompañantes fue preponderante para la consolidación de Palenque como “objeto de estudio” de investigadores interesados en sus dinámicas culturales. A partir de estancias en la comunidad como las que menciona Casseres, un número considerable de investigadores, dieron a conocer a San Basilio de Palenque en Colombia por medio de sus trabajos académicos, inspirando posteriores estudios e investigaciones. Es de anotar, sin embargo que este marcado intereses investigativo no respondía de manera directa a la práctica de una actividad turística.

Asimismo, como lo afirma el profesor Sebastián Salgado, líder palenquero y director de la Escuela de Danza, Música y Teatro “Oriki Tabalá de San Basilio de Palenque”, ya desde los años ochenta Palenque recibía turistas: *“A mediados de los ochenta comencé a trabajar con el turismo, especialmente con mi tío Sebastián Salgado Casseres, quien era poeta, y traía mucho turismo a Palenque. Él trabajaba como docente en Tunja y Bogotá, me invitaba y yo lo acompañaba mostrándole a los visitantes lo que hacíamos aquí en Palenque y así fui aprendiendo con los estudiantes que venían con mi tío²²”*. Tal como lo relata el entrevistado, estas actividades correspondían más a salidas académicas y culturales anuales organizados por profesores que o bien eran originarios de Palenque o que tenían algún conocimiento sobre la comunidad, que a la puesta en marcha de una plan turístico estructurado como tal.

De otra parte, escribe Cunin (2003), que entre octubre y diciembre de 1997 se encontró con grupos escolares diferentes, en cuatro estancias en Palenque:

“Había entre veinte y treinta estudiantes acompañados de varios profesores, de los colegios de Turbaco – ubicado a la salida de Cartagena en la vía a Palenque–, de Mahates –cabecera municipal a la que Palenque pertenece– y de Cartagena, quienes en cierta forman iban a mirar de cerca a los últimos descendientes de los esclavizados, sobre los cuáles ya habían leído en los libros escolares pero no sabían que todavía existieran. Los profesores les recomendaban a sus estudiantes: llevar almuerzo porque no había nada allá, observar el subdesarrollo del lugar, no burlarse de los nombres de los palenqueros ni imitar su manera de hablar, pedirles permiso para sacarles fotos, porque sólo así conseguirían buenas notas para su informe final de historia y cultura del país” (Cunin, 2003: 247).

²¹ Entrevista realizada a director y guía de Paletur, Mayo de 2012.

²² Entrevista realizada a Gestor cultural de la comunidad, Enero de 2012.

Llama la atención de este relato, que el tipo de recomendaciones formuladas por los docentes, reflejan los imaginarios y estereotipos que existen sobre los palenqueros y en particular el estigma que recaía en ese momento sobre la lengua palenquera y sobre la forma de hablar de sus portadores. Hace 15 años, Palenque no era Espacio Cultural de la Nación ni Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, lo que viene a suponer, como se ha mencionado anteriormente, que estas declaraciones llevan consigo procesos de reivindicaciones culturales e identitarias, asignando a las poblaciones objetos de dicho reconocimiento nuevos roles y cambios de estatus favorables a la industria turística masiva. Por eso es preciso afirmar que aunque la práctica turística no es nueva, las lógicas que hoy día lo acompañan movilizan otras y nuevas categorías desde dónde se entiende y se imagina el ser palenquero.

3.2. Turismo en Palenque hoy

En lo que respecta a la actividad turística en San Basilio de Palenque, es preciso resaltar el hecho de que la aparente distancia existente entre la esfera económica en la que se sancionan las mercancías y la esfera cultural en que se sanciona lo patrimonial es cada vez más corta (Montenegro, 2010). El patrimonio está en una creciente presión para ser adaptado a un uso turístico, relacionado con el progresivo aumento del turismo cultural, por lo que reflexionar en torno al turismo que se practica actualmente en Palenque necesariamente implica remitirnos a los efectos que la declaratoria Unesco tiene en la promoción turística del patrimonio intangible de los palenqueros y de sus activos culturales.

En primer lugar, habría que señalar que en el caso de San Basilio de Palenque, el interés de quienes impulsaron la declaración Unesco se fundamentó en la consecución de verdaderos procesos de cambio que permitieran mejorar la base material de la población, y no en el potencial turístico que pudiese tener la cultura palenquera. Sin embargo, el aumento del turismo en Palenque ha sido la principal consecuencia del reconocimiento Unesco. Así lo sostiene el gestor cultural, Rodrigo Miranda para quien: *“Después de la declaratoria los visitantes en Palenque se triplicaron y aumentó el objeto de estudio hacia nuestra comunidad (...) hoy en cualquier momento tenemos universidades e investigadores y eso lo trajo la declaratoria”*²³.

²³ Entrevista realizada a Gestor cultural de la comunidad, Junio de 2012.

Y aunque es importante aclarar que ésta no ha sido la única consecuencia, además se empezaron a identificar oportunidades en otros sectores relacionados con iniciativas productivas en materia de dulces típicos, productos agrícolas y medicina tradicional, el inesperado aumento de turistas en la comunidad, siete años después de la declaratoria se sigue evidenciando en lo informal y poco organizado en que se desarrolla la práctica turística en Palenque.

A este respecto, Carlos Cassiani presidente del Consejo Comunitario de Palenque, apunta lo siguiente: *“El turismo más que todo, se ha llevado acá de una manera más informal, debido también a que el número de personas que se benefician es muy reducido. Para que el turismo sea formal se está pensando en que la cadena de beneficiarios tiene que ser mucho más amplia. Aquí en la comunidad, los compañeros que la vienen practicando es porque ellos han adquirido a modo personal estas habilidades, pero no porque desde la comunidad misma estemos promoviendo unos lineamientos en esa materia y la verdad tenemos que actuar porque nunca esperamos este auge tan impresionante de turistas²⁴”.*

De ahí que para este trabajo de investigación sea necesario aportar a la estructuración de la práctica turística en San Basilio de Palenque, identificando no sólo a las agencias y guías de turismo, sino también a aquellas personas que desde su saber-hacer están complementando la cadena productiva y ampliando los servicios que se le ofrecen a los visitantes. De este grupo resaltan las mujeres vendedoras de frutas y dulces tradicionales, los artesanos, las escuelas de danza, los cantantes de música tradicional, tamboreros, peinadoras, restaurantes, tiendas y estaderos localizados en la comunidad.

En cuanto al tipo de turistas que visitan San Basilio de Palenque, Tyler Miranda, guía turístico señala: *“aquí llegan muchos universitarios quienes vienen de jueves a domingo o lunes feriados. Vienen de instituciones públicas y privadas de la Universidad de San Buenaventura, la de Cartagena, la del Sinú (...) también vienen agencias de turismo como Contacto, Tu Cultura, Chitiá (...) pero lo que te digo es que el turismo es estudiantil mayoritariamente y el tema de investigación, vienen muchos investigadores nacionales e internacionales. Llegan españoles, argentinos, brasileros, gringos...el turismo en Palenque es variado hay para cada gusto (...) el que viene a investigar o el que viene a aprender algo específico (...) pueden venir por un día, meses, semanas de acuerdo a su interés²⁵”.*

²⁴ Entrevista realizada en Enero de 2012.

²⁵ Entrevista realizada en Enero de 2012.

A partir de lo anterior, podría establecerse que el turismo en San Basilio de Palenque está orientado principalmente a excursiones de estudiantes bachilleres, universitarios, profesores e investigadores, y en menor medida a viajeros independientes, en todos los casos, existe en quienes visitan a Palenque, un alto interés por los temas culturales. Un número más reducido de turistas corresponde al turismo individual de visitantes con un interés particular al interior de la comunidad.

Asimismo, existen en Palenque tres organizaciones locales con personería jurídica que recientemente prestan el servicio turístico (JunchéTour, Paletur y Asopraduse). También hay dos agencias turísticas externas a la comunidad (ChitiáTours y Tu Cultura) que ofrecen paquetes turísticos hacia Palenque, pero de las cuales no haré mayor referencia dado que en este trabajo se privilegia una visión interna del turismo y estas dos agencias son dirigidas por personas que no pertenecen directamente a la comunidad palenquera. En lo que respecta a los guías turísticos, se estima que existen alrededor de 15, quienes han recibido variados niveles de formación turística por intermedio del SENA y de otras entidades de formación técnica.

De otra parte, la comunidad no cuenta con registros formales del número de visitantes que se reciben. Sin embargo, durante cuatro visitas distintas a San Basilio de Palenque, me fue posible observar en total un número de 10 buses con excursiones provenientes de instituciones educativas de la ciudad de Cartagena. De esto da testimonio el guía Danilo Casseres: *“En este momento hay 5 buses, entonces uno puede inferir que son estudiantes (...) Los fines de semanas de Viernes a Domingo, se reciben la mayoría de visitantes, mientras que de Lunes a Jueves no recibimos mucho personal. Pero por ejemplo, han habido fines de semana en que han venido hasta 10 y 15 buses al tiempo de diferentes partes y colegios, entonces se divide el personal a algunos van para Asopraduce, Paletur, Junchetour, otros se van con Sebastián y así generamos ingresos dentro de la comunidad palenquera²⁶”.*

Aunque la cuantificación de los turistas ha sido dispersa, en la Casa de la Cultura, se hace un control de todas las personas que ingresan al sitio, estimando que se reciben entre 200 y 400 visitantes al mes. Las épocas del año de mayor afluencia de turistas son entre los meses de Marzo y Noviembre, resaltando los días de Semana Santa, Junio, durante las fiestas patronales y el mes de Octubre, cuando se realiza el Festival de Tambores y Expresiones Culturales de San Basilio de Palenque.

²⁶ Entrevista realizada a director y guía de Paletur, Mayo de 2012.

3.3. Catalizadores del turismo en Palenque

Si bien muchos de los palenqueros entrevistados coincidieron en afirmar que la declaración de San Basilio de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, es la causa principal del aumento de turistas en la comunidad, destacaré una serie de acontecimientos que también podrían ubicarse como causa y/o consecuencia del incremento del turismo en Palenque.

En ese sentido, lo primero es anotar que en el año 2010 el Fondo de Promoción Turística de Colombia expidió un acto legislativo ordenando la apertura del proceso de selección, para contratar la construcción del Parador Turístico en San Basilio de Palenque. Este parador vendría hacer parte de una nueva ruta turística para el departamento de Bolívar, que contempla la construcción de dos paradores más: uno en el Volcán del Totumo y otro en San Jacinto, así como también la construcción de unas posadas turísticas que le permitan al visitante pernoctar. A pesar de lo anterior, al momento de realizada esta investigación ninguna de las obras había sido finalizada.

Por otro lado, después de múltiples retrasos y de una protesta de la comunidad en la carretera Troncal de Occidente, que comunica la ciudad de Cartagena con el interior del país, en diciembre del año 2011 se asfaltó la mitad de la vía correspondiente a tres de los cinco kilómetros carretables que conducen hacia San Basilio de Palenque. En meses posteriores autoridades locales anunciaron nuevas partidas presupuestales para terminar de asfaltar los kilómetros de vía restantes.

El fortalecimiento de las relaciones entre la ciudad de Cartagena y Palenque, condensado en la firma de un acta de hermanamiento (ver Martínez, 2011) es otro elemento que podría a futuro potenciar a San Basilio de Palenque como destino turístico. Al tiempo en que se diversifica la oferta turística de Cartagena y se mejora la competitividad turística de la ciudad.

A este respecto apunta Garcia Usta (2002) que “ante las realidades actuales de los procesos de integración internacional, la cultura comienza a cumplir un papel relevante y aunque Cartagena es la ciudad costeña colombiana de mayor reconocimiento internacional, su promoción turística no debe adelantarse como una especie de isla privilegiada. Por el contrario, en medio de sus atributos naturales e históricos, la ciudad debe autorreconocerse también como parte de una región que posee una excepcional condición geográfica y cultural (...) Esta visión de ciudad-región podría otorgarle nuevas fortalezas, y abriría la mentalidad de su administración hacia el

establecimiento de alianzas empresariales interregionales. Y sería también otra forma de reencontrar signos vivos de su pasado histórico ante una problemática contemporaneidad” (García Usta, 2002: 65-66). Ahora que la competitividad es una de las estrategias turísticas de Cartagena para posicionarse frente a otros mercados caribeños nacionales e internacionales, el turismo étnico en San Basilio de Palenquera se constituye en un valor añadido para ampliar y fortalecer la oferta turística de la ciudad.

Finalmente, en el actual plan de desarrollo de la Gobernación de Bolívar “Bolívar Ganador 2012-2014”, en la política de turismo está contemplado el apoyo al Plan Especial de Salvaguarda de Palenque, con el desarrollo de un programa de posadas turísticas y de una ruta turística de las “Raíces Indígenas, Africanas y Españolas del Caribe Colombiano” entre Cartagena, San Basilio de Palenque, San Juan Nepomuceno y San Jacinto. Además con las obras del proyecto Palenque 2015 (instalación del acueducto y alcantarillado, gas domiciliario y reparación de la plaza principal de Palenque) la comunidad tendría la infraestructura para mejorar sus servicios turísticos.

Este creciente interés en Palenque como destino turístico cultural no resulta del azar, pues bien corresponde a unas lógicas de la económica local que ha visto en la cultura un activo importante para consolidar a Cartagena y a Bolívar como destinos turísticos competitivos, diferenciados, para lograr así una mayor inserción en el mercado global. Especialmente, teniendo en cuenta que mejores condiciones de infraestructura y movilidad representan oportunidades positivas para consolidar los nuevos destinos turísticos, ampliando la oferta de servicios.

3.4. Tensiones en el escenario turístico

Los intereses de la industria turística, el patrimonio inmaterial y las motivaciones de cada sector generan tensiones y conflictos en el escenario turístico en el cual convergen. Aun cuando en San Basilio de Palenque esta práctica es todavía incipiente, estas tensiones y conflictos son posibles de rastrear. En ese orden de ideas, se podrían identificar aquellos asociados al reconocimiento de lo “verdaderamente auténtico” para atraer a cierto tipo de turistas, así como también aquellos que se producen cuando el patrimonio cultural además de ser un asunto político de identificación, es una posibilidad de garantizar algunos ingresos para ciertos grupos de la población.

La dinámica turística sugiere una lucha por el reconocimiento de lo auténtico como imán para conquistar al turista, que tiene un gran efecto, en la medida en que lo étnico y la diferencia son utilizados como discursos políticos y económicos para vender una experiencia única que motive a los turistas a visitar el lugar. Los palenqueros, como receptores del turismo están desarrollando una nueva actividad económica que tiene consecuencias no solo en su forma de vida y la manera en que se relaciona con el resto de la sociedad nacional e internacional, sino también en las formas en que se ofertan turísticamente las particularidades culturales de la comunidad (Chaparro, 2008).

En ese orden de ideas, escribe Juan-Tresserras (2001) citando a Prats (1997):

“Los modelos fordistas de desarrollo turístico en zonas litorales se caracterizaron por mostrar una imagen homogeneizada, sin prácticamente ningún elemento de identidad propia. Por eso, la interpretación del patrimonio tiene que jugar un rol fundamental para presentar la autenticidad y la identidad local, huyendo de las falsas culturas turísticas, pero también del fetichismo patrimonial” (Juan-Tresserras, 2001:10).

De ahí que en la actualidad sea importante destacar elementos diferenciales que permitan posicionar a un destino turístico cultural. La representación que se hace comúnmente de San Basilio de Palenque a través de conocidas expresiones como “Rincón de África en Colombia” o “Primer pueblo libre de América” o “La cuna de Pambelé” por mencionar algunas, terminan por impactar en los imaginarios de los visitantes y en sus expectativas de consumo. Palenque como territorio mítico, como espacio de resistencia y libertad, como guardián de la tradición y el legado africano en Colombia evoca una cultura pura y alejada de las transformaciones de la vida actual.

Así lo deja ver Sebastián Salgado, representante legal del Consejo Comunitario Ma Kankamaná y gestor cultural y turístico, al expresar que: *“Aquí el turismo cuando llega, quiere encontrar un Palenque con muchas construcciones de bahareque, tradicionales, de palma (...) el turista piensa encontrar muchos niños metidos en lo tradicional, muchos adultos en las esquinas y eso ya casi no es una realidad en Palenque²⁷”*.

²⁷ Entrevista realizada en Enero de 2012.

En ese mismo sentido también señala Gabino Salas, promotor turístico palenquero: *“Algunos turistas siempre esperan encontrar las casitas rústicas, algunos miran con extrañeza que tengamos internet y celulares de última tecnología. Ellos esperan visitar el Palenque que está en los libros y en las guías de turismo y que la imagen que tienen en su cabeza, coincida con lo que ven, pero no es así²⁸”*.

Esto fue lo que me comentó Julio Cesar Luna Mena, facturador cartagenero de 45 años, cuando se le indagó por las expectativas que habían generado su primer viaje a Palenque: *“Yo pensé que para poder entrar a Palenque era más restringido, yo pensaba que el bus iba a parar y nos iban a revisar para ver qué cosas llevábamos (...) porque como siempre he escuchado que es una cultura cerrada, me daba curiosidad venir y por eso cuando me invitaron enseguida acepté (...) pensé que iba a ver un vestuario diferente, así como se visten en África, o en los grupos folclóricos, pero veo que se visten igual a nosotros, y eso hace más interesante la cultura palenquera, me gustó el contraste, lo diferente del ambiente que se respira aquí y en Octubre pienso volver²⁹”*. Las expectativas de los visitantes se ciernen entonces sobre un performance turístico que rememora unos modos de vida primitivos y premodernos, pero que la comunidad en su condición de proveedores culturales puede aprovechar, para legitimarse desde ciertas categorías occidentales, hacer visibles sus reclamos o simplemente para potenciar su oferta turística.

Al respecto, Manuel Pérez añade que: *“Nosotros siempre hemos preservado y conservado elementos identitarios inmateriales en esta comunidad, nosotros hemos sido muy consecuentes en términos de mantener un estilo de vida basado en la cooperación, la ayuda mutua, aunque no hemos sido ajenos a ese sistema globalizante porque entendemos que a veces hay muchas personas que se “aculturizan” y miran mucho más importante otros elementos de otras culturas que el suyo, pero el palenquero es consciente de su condición étnica (...) entonces uno le deja claro al turista porque no encuentra esas cosas que esperaba ver (...) es más nosotros podemos mostrar lo que el turista quiere que le mostremos, sin que eso termine por afectar ni amenazar nuestro patrimonio cultural³⁰”*.

²⁸ Entrevista realizada en Junio de 2012.

²⁹ Entrevista realizada en Junio de 2012.

³⁰ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

El carácter de lo auténtico y lo no auténtico, más que aludir entonces a esa tensión conceptual entre lo que el turista espera ver y la realidad, se cierne con fuerza sobre la comunidad, en el momento en que articulan las fronteras entre los grupos y que deciden movilizar ciertos rasgos culturales para presentarlos al turistas. En Palenque, por ejemplo algunos guías manejan cierta reserva de sumario sobre los ritos fúnebres de lumbalú, al punto que los bailes de muertos no se muestran, para evitar que los turistas aprendan cómo se hacen y después salgan y los masifiquen.

Del mismo modo, la tensión al interior de la comunidad, como sostiene Chaparro (2008), ánima el sentido de la competencia negativa al empezar a determinar quién es el más “auténtico”, quién es el “proveedor de la vida cultural” o quién tiene el conocimiento legítimo para ser guía a partir de lo que se interpreta buscan los turistas. Así lo señala, Sebastián Salgado, para quien: *“Esto [del turismo] nos va a traer muchos más problemas de los que tenemos ahora y no te puedo negar que ya se están reflejando en muchas situaciones (...) ya hay mucha disputa interna, cada quien está luchando por lo de él, que quiere fortalecerse él y lo están haciendo no de una forma sana, sino que quieren pasar por encima de los demás y en Palenque antes no era así, y ahora está cayendo todo eso por el turismo³¹”*.

Por su parte, destaca Miguel Obeso, promotor turístico de Junchetour: *“Aquí en Palenque pasa que nosotros creemos que cualquiera por ser palenquero puede realizar esta actividad y la verdad es que eso no puede ser así, nosotros tenemos que prepararnos, organizarnos, formarnos para ofrecerle al visitante una experiencia memorable y de mucha calidad. Desafortunadamente, aquí hay compañeros que creen no lo necesita, eso es triste porque los perjudicados, finalmente seremos todos³²”*.

A este mismo respecto, anota Danilo Casseres: *“Para mí no está mal que haya más guías, el problema radica es en la falta de conocimiento que tienen, porque entre más sepa la gente del área y entre más palenqueros puedan apropiarse de esto, mucho mejor, pero con el conocimiento adecuado, es decir ahora mismo hay una desleal competencia, porque hay gente que no sabe donde está parado para impartir un conocimiento es delicado porque hoy el turista que viene o los estudiantes, no llegan aquí vacíos, vienen con una noción (...) y al encontrar aquí*

³¹ Entrevista realizada en Enero de 2012.

³² Entrevista realizada en Agosto de 2012.

un nativo que les quiera impartir o un recorrido o un concepto sobre la historia nuestra y que este errado porque les falta mucho conocimiento, leer, hacer cursos y asistir a talleres, eso nos deja mal representados³³”.

Este elemento de capacitación, recurrente a lo largo de las entrevistas realizadas, juega un rol importante porque en últimas entra a determinar quién tiene derecho a trabajar y quién no. Igualmente, hay que resaltar que el factor monetario inherente al ámbito del turismo termina por sesgar la actuación de los participantes. En ese sentido, continua Casseres afirmando que: *“antes esta era una actividad que muchos decían que eran para flojos, ahora ha creado expectativas porque hay unas regalías de tipo económico, ya han surgido otras personas que no tienen tanto conocimiento en el área sino porque quieren pegarse de algo económicamente hablando (...) han querido surgir porque ahora hay más visitantes, más recursos, porque antes ninguno quería medírsele a este tema del turismo. Ahora que se le abre una puerta de ingreso hay una competencia desleal de gente que no está preparada ni venía en el medio solo por el afán económico³⁴”.*

En la actividad turística el patrimonio pasa de ser un recurso a convertirse en un producto capaz de generar riqueza y empleo (Tresserras, 2001), el asunto político de identificación que conlleva la salvaguarda del patrimonio cultural podría quedar relegado en la medida en que los agentes locales superponen sus posibilidades de generar ingresos y obtener un lucro particular. En efecto, Salgado añade que: *“en Palenque esto del turismo se está volviendo un negocio, cada quien quiere sacar provecho (...) El palenquero que quiere sacar provecho para él, le está facilitando al turista, al foráneo que se dé cuenta de eso y se aproveche de las cosas y el beneficio va a quedar para el turista o el visitante, más no para el palenquero³⁵”.*

En consecuencia, las tensiones entre los agentes locales se vuelven susceptibles de ser incorporadas en la experiencia turística y en las narrativas que de lo auténtico se hagan, como otras formas de entender la patrimonialización y el turismo étnico, porque es en la población receptora donde se generan los mayores conflictos, en tanto se espera satisfacer los intereses turísticos de los visitantes (Chaparro, 2008).

³³ Entrevista realizada en Enero de 2012.

³⁴ Entrevista realizada en Enero de 2012.

³⁵ Entrevista realizada en Enero de 2012.

3.5. Agencias de turismo

Como lo reseñé en capítulos anteriores, en la gestión turística del patrimonio cultural las agencias y corporaciones de turismo, los guías y la literatura turística en general tienen un rol determinante en el desarrollo y consolidación de la actividad turística, toda vez que son los encargados de hacer “promocionable” y “vendible” los destinos. Estos guías y promotores turísticos han hecho de esta actividad un modo de vida, con unas tensiones y conflictos que se no se pueden soslayar y que terminan incidiendo en las formas en que se relata el encuentro turístico. Finalmente los mensajes que opten por transmitir harán aceptable o no la experiencia de conocer la cultura palenquera.

Por consiguiente, para este trabajo de investigación fue fundamental identificar, por una parte a las agencias de turismo que tienen presencia en San Basilio de Palenque, aclarando que se escogieron para el análisis, únicamente a aquellas conformadas por miembros de la comunidad palenquera (Asopraduse, Junchetour y Paletur) y por otra a los guías y demás actores locales que se encargan de dinamizar esta actividad al interior de la comunidad.

Asociación Productora a gran escala de Bienes Agropecuarios Orgánicos, Dulces Tradicionales y Servicios Etnoturísticos de Palenque (ASOPRADUCE): inició en el año 2008 cuando un grupo de la comunidad presentó a la Fundación ACUA³⁶ el proyecto: “*Palenque desarrollo productivo con identidad*” el cuál se diseñó para fortalecer a la comunidad en tres ejes que permitirían dinamizar la economía de la localidad: los servicios etno-turísticos, la producción agroecológica y la producción y comercialización de dulces tradicionales. Esta organización productora tiene como objetivo el fortalecimiento e incremento a mayor escala de la producción agrícola orgánica, la elaboración y comercialización de dulces tradicionales producidos por las mujeres palenqueras y la prestación de servicios etno-turísticos, en el marco del desarrollo rural territorial con identidad étnica afrocolombiana.

JunchéTour de Palenque: Inició en 2009, se especializa en la oferta de servicios culturales, artesanales, artísticos, gastronómicos, eco turísticos y de guianza dirigida para los interesados en conocer y disfrutar las tradiciones ancestrales de Palenque. La organización brinda hospedaje

³⁶ La Fundación ACUA es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es promover el desarrollo de las comunidades rurales y urbanas a partir de la generación de ingresos y la valorización de sus activos culturales por medio de los intercambios de saberes, la investigación y el reconocimiento social, institucional y académico de los saberes tradicionales. Así mismo la Fundación ACUA fortalece la capacidad de sus instituciones asociadas o vinculadas que realicen actividades a favor de las comunidades urbanas y rurales, incluidas las asociaciones comunitarias. Los socios estratégicos son organizaciones e instituciones internacionales como Phelps Stokes, FIDA, CIAT, Oportunidades Rurales y los Ministerios de Cultura de Colombia y de Brasil, éste último a través de la Fundación Cultural Palmares. <http://www.palmares.gov.br/quem-e-quem/>

en posada, platos típicos, artesanías, diseño y confección de atuendos tradicionales africanos, conversatorios en lengua palenquera con traducción al inglés y español, confirmación de votos matrimoniales y de unión libre con ritualidad palenquera.

Paletur: Es una entidad promotora de turismo en Palenque, que desarrolla actividades relacionadas con servicios turísticos desde hace 25 años, sin embargo, la personería jurídica fue tramitada sólo hasta 2010. Paletur cuenta con un equipo de historiadores, guías turísticos, profesores y gente que vive del turismo de hace más de 25 años que respalda su labor.

De otra parte, me interesa poner de relieve a partir de la descripción realizada, la manera como estas organizaciones movilizan ciertos elementos de la cultura palenquera para marcar su diferencia frente a las otras agencias. Aquí hay que señalar que durante el trabajo de campo, los entrevistados siempre hicieron énfasis en el sentido de cooperación y apoyo que existe entre las diferentes agencias y personas prestan estos servicios. Sin embargo, se pudo identificar tres aspectos que realzan en otro nivel la singularidad de estas opciones turísticas que se proponen para experimentar lo palenquero:

La posibilidad de que un destino resulte atractivo para el turismo está estrechamente vinculado a su capacidad para vender una imagen “seductora”, por lo que cada vez las estrategias de promoción cobran mayor importancia. En este contexto, los diferentes materiales impresos de promoción (guías, folletos, catálogos, anuncios publicitarios, páginas web, etc.) constituyen una potente herramienta para atraer visitantes, lo que explica su amplia utilización por parte de las administraciones públicas, tanto locales como nacionales, y los agentes privados (Ávila, 2008: 17).

En ese sentido, un primer elemento para el análisis es la marca “*PALENQUERA, la marca de Palenque San Basilio*” (ver anexo A4) creada por Asopraduce para agrupar los productos que ofrecen. De esa marca resalta el nombre “*Palenquera*” del que se puede leer lo siguiente:

“Palenque de San Basilio es famoso gracias a su símbolo, sus mujeres. Las palenqueras muy conocidas como iconos de Cartagena de Indias e incluso del Caribe mismo en Colombia, son asociadas con su canto, su carácter enérgico y digno, y sus productos como lo son las frutas frescas y dulces típicos del pueblo de Palenque que colocan en palanganas sobre sus cabezas” (Ver anexo).

Con respecto al papel de la mujer palenquera como atractivo turístico en la ciudad de Cartagena, Cunin (2003) escribe:

“La palenquera está llamada a recordar la mujer africana (Bastide, 1974): se representa siempre con un canasto de frutas en la cabeza, un vestido largo de colores vivos, aretes y collares, una pañoleta; la mayoría tiene formas bien definidas, en especial, el pecho y/o las nalgas. La estetización es tan fuerte que la palenquera es muchas veces representada únicamente a partir de su palangana –en los cuadros de María Cristina Hoyos, por ejemplo–, como si el significante fuera lo suficientemente conocido como para sustituir al significado. La imagen de la palenquera está siendo utilizada como una representación genérica que califica de –negra– a toda mujer que tenga los rasgos de palenquera, independientemente de su pertenencia: las postales y folletos turísticos se enorgullecen de mostrar una mujer negra, situada generalmente en una calle del centro histórico, donde la palangana y el vestido son suficientes para poder identificarla. En Cartagena no hay un guía, un folleto promocional o una imagen que no haga alusión a ella. Si las murallas, el Castillo de San Felipe o la Catedral de San Pedro Claver hacen parte del ambiente de una ciudad declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 1984, también la palenquera, –patrimonio histórico- de la ciudad se fusiona a dicha riqueza arquitectónica, su principal atractivo turístico” (Cunin, 2003:192).

El hecho de que la marca “Palenquera” se situó a partir de lo que Cunin denomina una *fuerte estetización*- de la mujer palenquera, en donde –el “negro”, domesticado y controlado, es aceptado como tal bajo la forma exclusiva de la palenquera, imagen apacible y exótica de la –“mujer de color”- vendiendo frutas a los turistas en la playa-” (Cunin, 2003: 192), viene a dar cuenta de que no siempre hay una recepción pasiva en las comunidades, sino que más bien hay un “orden” que está siendo subvertido por los sujetos étnicos que desde la apropiación, transformación y re-significación de los discursos hegemónicos y las lógicas mercantilistas entran a articular otras formas de estar en el mundo, reelaborando las relaciones con los lugares que habitan. La marca “Palenquera”, pone de relieve que a partir de decisiones estratégicas, que refuercen o controvertan las identidades, se podrían constituir otras formas de entender y aprovechar la patrimonialización como alternativa a esas percepciones normativas y hegemónicas.

Un segundo elemento, está enmarcado en el esquema de promoción turística empleado por las agencias. Siguiendo a Ávila (2008), los textos turísticos -folletos, catálogos, flyers y sitios web- se consideran instrumentos de promoción de primer orden y un material adecuado de análisis, primero porque la mayor parte de la promoción turística se hace a través de estos textos y segundo porque cada agencia produce discursos acordes a sus perspectivas y conveniencia.

Por eso, es de resaltar la utilización de eslóganes por parte de las agencias palenqueras. A este respecto Freddy Ávila (2008) señala que: “los eslóganes, ampliamente utilizados en el ámbito turístico, son “frases que pretenden comunicar aspectos descriptivos o persuasivos de una marca” (Supphellen y Nygaardskik, 2002, citado por Ortega, Mora y Rauld, 2006: 127). Se utilizan principalmente para distinguir una marca de otra y “vender” a visitantes y turistas los atributos, supuestos o reales, del destino” (Ávila, 2008: 105).

De acuerdo a lo expresado por Ávila, el eslogan de Asopradoce “*Palenquera, la marca de Palenque San Basilio*”, intentaría persuadir con el supuesto de que en Palenque no hay otras marcas, y que ésta es la única que en cualquier caso es aceptada en la comunidad. Aunque esto podría simplemente aparecer como una estrategia de marketing turístico, también podría ser entendido como un modo de negación, al menos a nivel de contenidos, de la existencia de otras marcas que quieran erigirse en el poblado.

Asimismo, llama la atención el eslogan de Junchetour “*Minino a guaratía y Sarangía kuttura ri palenge*”³⁷ (ver anexo A5) que hace uso de uno de los elementos de identificación más destacados y “exóticos” de la comunidad palenquera: su lengua criolla. Con ello busca vender a más visitantes y turistas el atributo de la autenticidad representado en el uso de expresiones en esta lengua. Por su parte, el modelo de promoción turístico de Paletur no contempla estos textos turísticos para promocionarse, sin embargo, su ubicación estratégica –en la plaza principal de San Basilio de Palenque- sitio de llegada a la comunidad (ver anexo A6), la convierten en un punto de referencia para la recepción de turistas. La promoción de esta agencia se basa en la calidad e idoneidad del recorrido que deviene de los 25 años de experiencia que asegura tener el director.

Lo anterior demuestra claramente que los materiales de promoción turística no sólo no son “inocentes” (Ávila, 2008), sino que también responden a los intereses de cada actor para movilizar los rasgos culturales de la cultura palenquera que les resulten distintivos y apostar por un beneficio político y económico. Así por ejemplo, en términos de marketing turístico, Asopradoce se presenta como la más auténtica, Junchetour lo hace como la más étnica y Paletur como la que más posibilidad de inmersión directa tiene, pues ofrece la posibilidad de conocer el –*pasado, presente y futuro*- de los palenqueros.

³⁷ Frase en lengua palenquera, que traduce: Vamos a conocer y disfrutar la cultura de Palenque.

La clave de la competencia efectiva de San Basilio de Palenque en el mercado turístico se basa entonces, como se mencionó en capítulos anteriores, en su reconocimiento como patrimonio Unesco, en el imaginario de pureza y autenticidad africana, en el exotismo que representa la lengua palenquera y en la posibilidad de la inmersión total y directa del visitante con los propios productores culturales del lugar, atributos todos movilizados por las agencias palenqueras.

3.6. Guías turísticos

Inicialmente el turismo que se acercaba a los bienes de patrimonio cultural suponía una actividad realizada por un número pequeño de visitantes que apreciaban las diferencias culturales (OMT, 1993). Sin embargo, los bienes de patrimonio son cada vez más demandados y cuando son incorporados como parte de un paquete turístico, comienzan a ser visitados por un gran número de turistas, con perfiles y con motivaciones incluso distintas a las esperadas por los gestores del patrimonio (Velasco, 2003).

En ese escenario, en la comunidad receptora se empiezan a gestar nuevas especialidades y nuevas formas de asumir las relaciones con el espacio que se habita. Así aparece la figura del guía o promotor turístico quien además de relatar la experiencia turística puede hacer de esta actividad un modo de vida. Bajo esta perspectiva, en San Basilio de Palenque se han podido identificar alrededor de 15 personas dedicadas a la promoción turística del patrimonio cultural de los palenqueros. Epifanio Tejedor, uno de guías entrevistados comenta lo siguiente: *“Yo me auto-identifico como un guía profesional, he hecho varios cursos de formación con el Sena aquí en Palenque. Hace como dos años con Armando Díaz, me capacitó y ya tengo como cinco certificados, conozco casi todo sobre la historia de Palenque, Benkos Biohó, los bailes típicos de acá, en general sobre la cultura de acá³⁸”*

Danilo Casseres, asegura en esa misma línea: *“He recibido varios talleres constante del Sena regional Bolívar, a través de Monsalve que ya falleció, y Armando Díaz, un profesor que yo recuerdo que hace 23 años el estudiaba turismo en la Tadeo Lozano, primer semestre y tuve la oportunidad de atenderlo una vez que vino a Palenque y ahora él es docente del Sena. También están Hermes González y otras muchas personas que nos asesoran³⁹”*.

³⁸ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

³⁹ Entrevista realizada en Enero de 2012.

La labor de los guías es la de orientar a los turistas sobre los puntos de referencia generales acerca del destino visitado, en esa medida la capacitación que reciben les permite certificar que tienen las capacidades para realizar dicha actividad. De hecho, en Colombia legislaciones anteriores en materia turística reconocían como guías turísticos a aquellas personas que pudieran acreditar formación específica como guía de turismo certificado por una entidad de educación superior reconocida por el Icfes, u obtener certificado de actitud expedida por el Sena, previa estructura de un programa básico completo de capacitación profesional en el área de guianza turística (ley 300 de 1996 artículo 94). Vale la pena aclarar que apartes de esta ley han sido modificados.

Sin embargo, entre quienes están involucrados en la actividad turística en Palenque, existe una preocupación generalizada por el tipo de formación que reciben estos guías y, en especial, por sobre lo que cuentan de la historia palenquera. Para Carlos Cassiani: *“No hay ningún compañero que tenga un perfil profesional en esa dirección. Debe ser un turismo estructurado, porque al no contar con una estructura en ese sentido, corremos el riesgo de que el turismo en Palenque sea administrado por personas que vengan de afuera, hay que buscar alternativas para capacitar a nuestros jóvenes, para que cuando vengan los turistas tengamos unas bases instaladas y se puedan mitigar situaciones problemáticas que nos pongan en riesgo⁴⁰”*.

Al decir de lo expresado por el entrevistado, la falta de capacitación de algunos guías podría influir en las narrativas turísticas que finalmente se tejen alrededor de Palenque. Aún así estos otros relatos, podrían entenderse también como otras formas de entender y de vivir lo palenquero, teniendo en cuenta que cada persona tiene una perspectiva desde la cual legitima lo que considera válido.

De otra parte, es importante resaltar que la población palenquera tradicionalmente ha tenido como actividades económicas principales la explotación agrícola, pesquera de ganado y la venta de frutas y dulces; sin embargo, las oportunidades laborales en Palenque son reducidas por las transformaciones del mercado y la reducción del territorio. Esto ha significado que las condiciones de vida y expectativas de los palenqueros, especialmente entre los más jóvenes, los impulse a emigrar hacia ciudades cercanas.

⁴⁰ Entrevista realizada en Enero de 2012.

De ahí que más que un oficio, la guianza turística se convierte en una oportunidad de generar ingresos económicos, especialmente porque estas actividades están siendo desarrolladas, en su mayoría, por hombres jóvenes que residen en la comunidad. Un número importante de ellos son estudiantes de últimos semestres o recién egresados de carreras de licenciaturas, que encuentran en el oficio del guía una oportunidad para asegurar unas entradas de dinero semanales, mientras comparten sus conocimientos con los visitantes y siguen con sus actividades cotidianas dentro de la comunidad.

Por esa razón, para muchos guías es preferible que los turistas visiten la comunidad durante los días de semana, puesto que durante los fines de semana se desplazan hacia poblaciones cercanas como Marialabaja, Arjona e incluso la ciudad de Cartagena para recibir sus clases. La mayoría de jóvenes estudiantes que residen en Palenque, cursan sus estudios universitarios a distancia. Para Epifanio Tejedor, guía de 24 años: *“Las personas, los turistas que vengan acá, los sábados, quiero que vengan los días de semana porque hay veces en que los guías como yo que están estudiando no les da el tiempo para guía, así como yo hay varios pelaos que están estudiando y vienen aprendiendo lo que es guía pero no pueden los fines de semana⁴¹”*.

En una de mis visitas de campo, pude observar como este joven guía interrumpió el recorrido que realizaba porque debía salir del poblado a recibir sus clases universitarias. La realidad es que en Palenque hay un número creciente de jóvenes que quieren vincularse a esta actividad, aun cuando no tengan el conocimiento que se considera adecuado. Así por ejemplo, en otra ocasión uno de los guías aprovechó el recorrido que realizaba a un grupo de estudiantes de secundaria, para instruir a uno de sus amigos en el oficio de la guianza.

Lo anterior también denota que aunque pueda faltar preparación, la actividad de guianza en Palenque tiene mucho de solidario. Los guías son de la comunidad y no de las agencias, a veces trabajan en dúos y cuando hay un número elevado de turistas se asocian para trabajar en equipo. Los guías son miembros de la comunidad que en coordinación con las agencias se cooperan mutuamente según el requerimiento, cuando se trata de grupos, las agencias contratan a los guías en el momento mismo de necesitarlos y les pagan por el tiempo empleado. Cuando el turista llega a Palenque individualmente o en grupos pequeños entre dos y cuatro personas, estos son guiados y apoyados por un guía sin intermediación de agencia alguna. Esto tiene sustento además, en el hecho de cuando indagaba por el número de guías de turismo con los

⁴¹ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

que contaba la comunidad, los entrevistados respondían casi siempre la misma cantidad y al solicitar que los listaran pude constatar que se trataban de los mismos. Los guías trabajan con la agencia que les solicite el servicio sea ésta palenquera o no.

3.7. Otros actores turísticos

Entiendo por actores turísticos a aquellos sujetos que desde su saber-hacer están complementando la cadena productiva y ampliando los servicios que en materia turística se ofrecen a los visitantes de Palenque. De este grupo resaltan las mujeres vendedoras de frutas y dulces tradicionales, los artesanos, las escuelas de danza, los cantantes de música tradicional, tamboreros y peinadoras, así como los propietarios de restaurantes, tiendas y estaderos localizados en la comunidad.

Anaís Reyes Salgado, de 24 años, madre de dos niñas y vendedora de *bolis*, un tipo de golosina preparada a partir de jugos de frutas naturales que se depositan en pequeñas bolsas de plásticos y se congelan para ser consumidos fríos, señala lo siguiente: *“Cada viernes, sábado o domingo que llegan las excursiones al pueblo, yo voy detrás de ellos pregonando mis bolis para motivar a la gente para que compren y así sucesivamente me doy el recorrido en el pueblo, y cuando termino, me vengo nuevamente para acá y me pongo hacer los bolis otra vez y las labores de la casa. Estoy vendiendo los bolis desde hace 7 años (...) Los días de semana vendo en las calles en todo el pueblo, pero me va mejor cuando vienen las excursiones hago 80 o 90 bolis y los vendo todos, [mientras que] en el pueblo uno vende la mitad y la otra queda fiada o regalada⁴²”*.

En esa misma línea se expresa Leonel Torres, de 61 años, vicepresidente de la Guardia Cimarrona, agricultor, cantante y tamborero del grupo musical Estrellas del Caribe: *“Los turistas cuando llegan aquí a Palenque, me buscan, me nombran porque yo soy conocido a nivel mundial (...) Aquí a mi casa vienen muchas personas para que yo les enseñe a tocar tambor y yo cobro por eso, porque cada quien tiene que vivir de lo que sabe y como necesito vivir necesito cobrar algo, para yo enseñar al que quiera aprender (...) Cuando llega a la casa un forastero y me dice señor, maestro Leonel yo quiero aprender a tocar tambor, le digo señor yo le enseño pero tiene*

⁴² Entrevista realizada en Junio de 2012.

que darne una colaboración a su manera, entonces usted me da algo de dinero a su alcance, yo no me voy a exagerar⁴³.

En efecto, la práctica del turismo ha entrado a mitigar el desempleo y la falta de oportunidades laborales que se evidencia en Palenque⁴⁴, por eso no es de extrañar que cada vez más haya más personas interesadas en colocar sus habilidades al servicio del turismo. Ruperta Cañate, mujer palenquera que desde hace más de 20 años se dedica a la venta de dulces, asegura lo siguiente: *“Desde el primer toque de tambores estoy vendiendo dulces, hace 20 años (...) Ahora me estoy quedando en mi pueblo sábado y domingo, y los días de semana estoy en mi casa cuidando un nietecito que tengo en el colegio (...) A mí me va bien cuando viene bastante gente a Palenque, porque yo vendo sin salir de mi pueblo y no tengo nada que salir a gastar pasajes. (...) Vendo sábados y domingo nada más y viernes que vengan visitas. El resto de la semana me quedo en mi casa, con mi nietecito y el señor⁴⁵”.*

De ahí que por ejemplo, agencias como Asopraduce estén siendo promovidas no sólo como una agencia de turismo sino también como una agremiación que le posibilite a las mujeres palenqueras vendedoras de dulces, agruparse para producir y vender sus productos al interior de la comunidad. Emelina Reyes Salgado, vendedora de dulces y voz líder de la agrupación Las Alegres Ambulancias de Palenque de San Basilio, conocida en el pueblo como “La Burgos”, añade: *“Cuando vienen los turistas yo vendo 50, 60, 45 dulces conforme esté la venta, porque hay veces que la cosa está dura. El día que está pesado uno no vende mayor cosa y el día que esta buena uno vende más (...) Los vendemos a mil pesos cada dulce y así nos quedan ganancias para nosotros ayudar a sus hijos y también alimentarnos⁴⁶”.*

Estos testimonios dan cuenta de que la promoción turística de San Basilio de Palenque aparece como una alternativa de desarrollo económico para el pueblo, que es precario. Si por ejemplo, enumeráramos los actores que están agenciado estrategias productivas alrededor de la actividad

⁴³ Entrevista realizada en Junio de 2012.

⁴⁴ De acuerdo al informe presentado por Programa de las Naciones Unidas - PNUD sobre San Basilio de Palenque frente a los objetivos de desarrollo del Milenio (2009). El cálculo del NBI para San Basilio de Palenque, utilizando los datos registrados en la encuesta del Sisben 2004, y actualizada en 2007, muestra una situación de pobreza alarmante, ya que cerca del 76,7% de la población presenta al menos una Necesidad Básica Insatisfecha, es decir, 2.886 personas se encuentran en estado de pobreza en el corregimiento. A modo de comparación, según el Censo de 2005, la pobreza por NBI en Mahates era del 53,6%, en Bolívar de 46,6%, en toda la Región Caribe de 47,2% y en todo el país de 27,8%. Por otra parte, el porcentaje de personas en estado de miseria en San Basilio de Palenque es del 50,1%, es decir 1.886 de las 3.762 personas que habitan el corregimiento, según la encuesta Sisben, se encuentran en esta condición.

⁴⁵ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

⁴⁶ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

turística, se destacarían los servicios de alimentación, debido a que los visitantes por lo general ingieran sus comidas en Palenque, seguidamente se ubicarían los establecimientos alrededor de la plaza principal tales como los estaderos, cantinas y tiendas, también los artesanos quienes aprovechan las excursiones para sacar a la venta esteras, las mujeres que venden dulces típicos y las frutas de temporada, así como también los miembros de los grupos y escuelas de danzas.

Para Manuel Pérez Salinas: *“En años recientes ha disminuido la producción agrícola, la producción y venta de dulces para las mujeres ha sido mucho más complicado, la ganadería por el verano intenso o el incremento de las lluvias se ha visto afectada y esto ha repercutido exageradamente en la economía familiar de los palenqueros (...) El turismo se visiona como una oportunidad en lo laboral para buscar en Palenque un desarrollo rural territorial a partir de la identidad cultural. Sí, nosotros somos productores agrícolas, sí, somos productores y vendedores de dulce, sí, hacemos artesanías, sí, somos músicos pero no lo explotamos (...) el turismo puede mejorar la sostenibilidad de la comunidad en general⁴⁷”.*

El turismo es visto por varios sectores de la comunidad como un sector en crecimiento que ofrece oportunidades laborales a un número creciente de palenqueros y que además, puede aglutinar y dar sostenibilidad a los demás procesos que se gesten para aprovechar las capacidades de la comunidad y promover un desarrollo acorde con las necesidades y potencialidades del territorio. Estos actores así como los guías y agencias son claves para gestionar de manera organizada las propuestas turísticas y culturales que permiten consolidar a los productos y a San Basilio de Palenque como destino turístico cultural.

3.8. Tipología de turistas

De acuerdo con José A. Donaire (2006) existen tantas tipologías turísticas como criterios de selección. Los estudios empíricos (Richards: 2002; Kerstetter, Confer y Graefe: 2001; Ryan y Glendon: 1998 citados en Donaire, 2006) dan cuenta de que las tipologías de turistas son más complejas y se podrían definir no sólo con base en criterios geográficos, sociológicos, antropológicos o psicológicos, sino también a partir de la motivación previa, del género al nivel cultural o de la percepción de la autenticidad del visitante (Donaire, 2006).

⁴⁷ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

En la literatura científica el turista cultural ha sido clasificado de distintas maneras: Ashworth y Turnbridge (1990) identifican dos tipologías de turista cultural: el de “intención”, que es aquél visitante que se muestra interesado por los diversos atractivos patrimoniales de un destino, y el “incidental”, que es el tipo de turista que no siente una motivación primaria hacia los recursos patrimoniales. Por su parte, Greg Richards (1996) distingue entre el turista cultural “específico”, consumidor habitual de cultura, y el turista cultural “general”, siendo este último un consumidor esporádico o eventual. Santana (2003) también hace esta doble distinción: por un lado, habla del “turista cultural real” como aquel que tiene un interés efectivo por la cultura; y por otro, habla de consumidores “lúdicos del patrimonio cultural”, cuya motivación principal del viaje no es la cultura sino que ésta aparece como un valor añadido (Donaire, 2006).

A este respecto, Jesús Pérez Palomino, de la comunidad de Palenque, señala lo siguiente: *“Hoy viene un turista comercial, que tiene la concepción que tiene que ver, que va a encontrar unas cosas muy bonitas y que va a tocar y es cuando le digo a mucha gente que si quieren ver y tocar que mejor se queden en Cartagena a tocar las murallas e ir a las playas (...) Aquí no se ve un turismo étnico como antes, ahora es más comercial, más individual, cuando digo comercial es que viene mucha gente que no sabe pa’ onde va ni qué es Palenque, sino que simplemente vienen porque alguien organizó un bus y tiene la cara hacia allá y entonces se embarcan, van y se emborrachan, pero ya⁴⁸”*. Al decir de Pérez, ese turista comercial que llega al poblado incorpora la experiencia cultural de manera secundaria y no tiene motivaciones reales por conocer la cultura palenquera.

Basado en su experiencia, Pérez Palomino también propone una clasificación de los turistas que llegan a Palenque. Diferencia entre ese turista comercial, arriba mencionado, y el turista que llegaba antes de la patrimonialización, que correspondía a un turista “cultural real” que consumía el patrimonio porque era su motivación principal; era un turista genuinamente interesado en aprehender las diversas expresiones culturales de los palenqueros y valoraba el carácter inmaterial de los bienes culturales de Palenque: *“el turismo cultural es más espiritual, más de interesarse por nuestra lengua, música, historia, aprender de la medicina tradicional, más romántico y menos de querer tocar (...) El turista cultural verdadero, no espera un hotel con aire*

⁴⁸ Entrevista realizada en Julio de 2012.

acondicionado, es más bien “mochilero”, de esos que traen su hamaca y la guinda donde sea, es menos complicado⁴⁹”.

Estos dos modelos básicos de turistas culturales permiten evidenciar que diferentes tipos de turistas pueden llegar a diferentes experiencias de viaje en un mismo lugar, al tiempo que proveen de herramientas para determinar las motivaciones culturales “reales” o “accidentales” de los turistas que visitan a San Basilio de Palenque. Aquí, es preciso tener en cuenta que la mayoría de visitantes que hoy recibe Palenque son estudiantes (primaria, secundaria, pregrado y postgrado), y profesores y/o investigadores que realizan sus trabajos académicos en la comunidad.

3.9. Recorridos

En la medida en que los visitantes se involucran de manera participante en el contexto, pasan de ser simples espectadores para convertirse en productores culturales, a partir de su experiencia. De ahí que el papel de los turistas en la construcción de la cultura como un producto turístico amerita un análisis y que los recorridos como parte de experiencia turística de puesta en escena, permitan evidenciar los procesos narrativos que agencian los viajeros (Chaparro, 2006). Es importante aclarar que dependiendo del guía, tipo de viaje y duración del mismo la experiencia puede variar significativamente, para tal efecto, la descripción que se hace a continuación corresponde a un paquete de pasadía, la opción que escogen la mayoría de los visitantes.

Como parte de su estancia, los visitantes arriban a la plaza principal de San Basilio de Palenque. Dependiendo de la agencia, guía o con quien se haya establecido el contacto, de ahí el grupo de turistas usualmente es trasladado a la Casa de la Cultura, Casa del Saber Palenquero o a la sede de JunchéTour, en donde el guía les brinda una charla de “*contextualización histórica*” de los lugares que se visitarán; estas charlas pueden ser dictadas en lengua palenquera con traducción al español si así se desean.

Cada agencia propone un recorrido distinto luego de esa presentación, por lo que el orden de las paradas puede variar. Por lo general, el grupo de turistas se desplaza hacia el templo de Benkos Biohó, localizado en la plaza principal de la comunidad. Allí se relata la vida y obra del líder fundador de los Palenques, gestor de luchas libertarias en el Caribe colombiano. Los

⁴⁹ Entrevista realizada en Julio de 2012.

discursos resaltan los hechos de la esclavitud, la lucha cimarrona y la importancia de Benkos Biohó en las luchas libertaria en el Caribe Colombiano. Desde esa misma ubicación, los guías se refieren a la iglesia que se encuentra en frente de esta estatua, detallando el nombre y la historia detrás de cada santo y haciendo especial referencia a San Basilio, el santo patrono de los palenqueros. Los guías hacen la salvedad de que el catolicismo no es la religión predominante entre los palenqueros.

Fotografía 1. Templete de Benkos Biohó



Fuente: Elaboración propia.

La actividad que sigue es la visita al arroyo, el principal cuerpo de agua que atraviesa a la comunidad de norte a sur; en Palenque cada sector del arroyo recibe un nombre diferente. Para los recorridos turísticos, se escogen los sectores del arroyo que la comunidad ha reconocido como mixtos, es decir donde pueden interactuar tanto hombres como mujeres. Es menester tener en cuenta que tradicionalmente a la división de palenque entre Barrio Arriba y el Barrio Abajo, le acompaña la misma división correspondiente al arroyo, complementado que este a su vez se haya dividido en sectores, correspondiendo unos sectores a las mujeres y otros a los hombres, es decir determinado sector de mujeres es utilizado por estas para lavar, bañarse, sacar el agua de las kasimbas, etc., sin que puedan llegar los hombres e incluso han de evitar pasar por el mismo, es importante mencionar que la escogencia del sector del arroyo está a discreción del guía y que también puede variar con relación a las condiciones climáticas, especialmente sí es época de lluvia.

En esta ubicación se explican los tres ciclos del arroyo -socialización, abastecimiento y recreación-, el objetivo es permitirle observar al turista que el arroyo es un escenario clave para la vida de los palenqueros y palenqueras.

Foto 2. Arroyo de Palenque



Fuente: Archivo particular.

Seguidamente, los turistas son llevados a la calle que divide el pueblo entre los barrios de –*arriba y abajo*-. En esta parte se explica que en realidad la línea divisoria es imaginaria y se hace referencia a que en tiempos pasados era común que los “kuagros” de un sector y otro se enfrentaran.

Después del almuerzo llega el momento de bailar. Las presentaciones de danza suelen estar acompañadas de música de tambor y un cantador, posteriormente se unen las parejas de jóvenes bailarines con las piezas de baile más movidas y vistosas para asegurarse la atención de los turistas. De estas piezas de baile se destacan “el pavo y la pava” y “la puya” por el ritmo y cadencia que muestran los danzantes. Por lo general los bailarines son adolescentes de la comunidad y casi siempre en estas presentaciones se incluye una pareja de niños no mayores de 6 años, para demostrar que desde pequeños el baile es parte esencial en la vida de los palenqueros. Cuando empieza la que será la última canción, los bailarines aprovechan para

sacar a bailar a los turistas y hacerlos partícipes de la improvisada celebración. Si el grupo de visitantes está conformado por adultos, por lo general después de esta presentación son trasladados hacia el estadero “Los Recuerdos de Ella”, el sitio para bailar.

Foto 3. Grupo de Danza



Fuente: Elaboración propia

También es común que en los recorridos, los guías saluden en lengua palenquera o que incluso inicien una corta conversación con otros palenqueros que encuentran a su paso. Esto es importante para la puesta en escena porque la lengua palenquera es un claro indicativo de autenticidad, que además permite que los turistas sientan que están en una verdadera experiencia de inmersión cultural en la vida palenquera, más aún cuando algún palenquero o palenquera accede a posar para sus lentes fotográficos.

Bajo esta perspectiva, la presencia de las mujeres vendedoras de dulces típicos y de bolis también es importante; ellas casi siempre acompañan a las excursiones ofreciendo sus productos y contando anécdotas que complementan lo relatado por el guía. Sin embargo, llama la atención que en la comunidad aún no existan mujeres guías. Esto podría entenderse, porque la actividad turística está incidiendo en la transformación de un rol tradicional en las mujeres palenqueras, que es la venta de frutas y dulces. A partir del turismo, los flujos de movilidad hacia poblados cercanos para vender estos productos se están reduciendo, en la medida en que han encontrado en la misma comunidad un mercado que les permite generar ingresos sin salir poblados.

De igual forma, se debe tener presente que la diferenciación espacial que existe en la comunidad también deriva en una diferenciación de géneros, que ubica al hombre palenquero en el campo/calle para realizar sus actividades agrícolas y para socializar, mientras que para la mujer el espacio determinado es casa/patio, desempeñándose en actividades asociadas al hogar y cría de animales domésticos⁵⁰. Asimismo, en cuanto a la participación de la mujer palenquera en los espacios de toma de decisiones dentro de la misma comunidad, se tuvo que para 2008 de los 11 cargos existentes en la junta directiva del consejo comunitario “Ma Kankamaná”, sólo 2 (consejera de vivienda y consejera de servicios públicos), eran ocupados por mujeres⁵¹. Lo que evidenciaría una concepción cultural según la cual la mujer palenquera debe asumir principalmente su rol de matrona y cuidadora del hogar.

De otra parte, es pertinente aclarar que a los recorridos se le han incluido nuevos lugares y personajes para ser vistos y visitados, además de acuerdo a lo expresado por uno de los entrevistados “*es mal concepto copiarse del otro y cada quien tiene su recorrido*”. De ahí que estos nuevos recorridos estén en constante cambio y se incluyan también visitas a, por ejemplo, la casa de Pambelé, primer campeón mundial de Boxeo que tuvo Colombia, o a la casa de Evaristo Márquez, primer actor de cine de Palenque. Asimismo la musicalidad palenquera es exaltada llevando al grupo de visitantes a la casa de Leonel Torres, tamborero y cantante de “Estrellas del Caribe” o a visitar a Rafael Cassiani, cantante y director del grupo musical “Sexteto Tabalá de Palenque” y a Graciela Salgado, de las “Alegres Ambulancias”, por mencionar algunos.

De esos lugares que hoy se visitan, resalta el sector conocido como Chopacho que según los relatos de los guías “*es el centro cultural de San Basilio de Palenque*” debido a que allí han nacido muchos de los tamboreros, cantantes y cantoras de la comunidad. Aquí hay un proceso de re-significación y de dotación de sentidos para resaltar, puesto que este barrio que es representado ante los turistas como el “*más importante a nivel cultural*”, en el imaginario de los palenqueros es un barrio común y corriente. Llama la atención que a partir de las lógicas turísticas de expansión y de la búsqueda de historias para contarles a los turistas estén

⁵⁰ Tomado de: <http://palenquedesanbasilio.masterimpresores.com>

⁵¹ Esta situación se ve reflejada en los indicadores de ocupación por género, ya que mientras el 13,5% de las mujeres mayores de 10 años trabaja (especialmente en la venta de dulces y frutas en otras ciudades y pueblos cercanos), en los hombres esta cifra alcanza el 39,7%. Lo que conlleva que la dependencia económica en los hogares sea alta y con ello, las probabilidades de salir de la pobreza sean más bajas, y las de caer en ella sean mayores. Programa de las Naciones Unidas - PNUD San Basilio de Palenque frente a los objetivos de desarrollo del Milenio (2009).

surgiendo este tipo de escenarios que podrían terminar impactando la cotidianidad de la comunidad y las relaciones que con los espacios se establezcan a futuro.

En ese mismo sentido, durante los recorridos son materia de interés los imaginarios y mitos que se han tejido alrededor de San Basilio de Palenque, es frecuente entonces que los turistas indaguen por el supuesto hecho de que *“en Palenque celebran a los muertos y lloran cuando nace un niño”*. Estas creencias son desmitificadas por los guías, pero se constituyen en un escenario oportuno para que algunos actores del turismo proponga, por ejemplo, la creación de un “pueblito palenquero” que permita realizar una verdadera puesta en escena de los elementos culturales de los palenqueros, para que no sólo el turista pueda apreciarlo y satisfacer sus expectativas sino también para que la comunidad se empodere aun más de sus contenidos culturales.

Manuel Pérez afirma lo siguiente: *“debemos crear dentro de palenque un Palenque histórico, antiguo para que el turista se meta de lleno dentro de este contexto del siglo pasado, cómo eran las viviendas porque están desapareciendo las viviendas típicas de Palenque. Todo lo que hoy nos hace falta, las casas, comidas típicas cocidas con leña, ofrecerle al turista esas comidas típicas como las conocemos nosotros porque eso nos hace ser grandes y hace parte de nuestra identidad. Hay unas lagunas que se pueden comprar, pero no tenemos plata para comprarlo eso es un macro proyecto, tenemos que buscar financiamiento con el Ministerio de Cultura o entidades privadas, eso hay que gestionarlo⁵²”*.

La compra de esas lagunas, permitiría por ejemplo, recrear la historia de Catalina Luango⁵³ una hermosa mujer palenquera que hace más de 100 años desapareció encantada por un pez cuando se encontraba en la Ciénaga de Palotá. En este sitio, al que muy pocos palenqueros aún hoy se atreven a ir y del que nadie extrae agua, se contempla la construcción de una casa que sirva como atractivo cultural y eco-turístico.

⁵² Entrevista realizada en Mayo de 2012.

⁵³ El mito de Catalina Luango es parte importante de la historia oral de los palenqueros. Este relato que un pez de vistosos colores atrajo la atención de Catalina cuando se encontraba en la Ciénaga de Palotá y se la llevó a su mundo. La gente del pueblo se organizó para buscarla, pero nadie la encontró, hasta que un día reapareció llorando y cantando lumbalú (baile de muerto). Catalina volvía al pueblo cada vez que moría un familiar cercano, pero un día los habitantes del pueblo se pusieron de acuerdo para retenerla y cuando apareció la amarraron con la sotana del cura y la encerraron en la iglesia. Cuando vinieron a visitarla a la mañana siguiente ya no estaba y hasta estos días Catalina no ha vuelto a aparecer. A Catalina se la llevó la mohana, su familia no pudo velarla ni acompañarla, jamás volvió ni siquiera llorando. (Adaptado de Cartilla de Lecto-Escritura en Lengua Palenquera, 1997).

Foto. 4. Ciénaga de Palotá



Fuente: Periódico El Universal. Publicado el 19 de abril de 2010 - 12:01 am.

De otra parte, es preciso pensar estos recorridos como parte de unas lógicas turísticas más amplias, que se articulan a partir de las denominadas rutas turísticas. Para Martínez (2011), “la propuesta de incluir a Palenque como destino en la oferta turística de Cartagena se fundamenta en la idea de complementar el circuito de rutas turísticas compuesto por la Ruta de la Libertad y la Ruta Cultural de Getsemaní que son los dos nuevos productos turísticos culturales que ofrece el distrito para el disfrute tanto nacionales como extranjeros (...) La primera es un homenaje al Bicentenario de Independencia de la Ciudad Heroica y del país, la segunda es un reconocimiento al aporte del barrio raizal de Getsemaní, en las gestas de la independencia, destacando el patrimonio material e inmaterial que se vive en este sector del centro amurallado” (Martínez, 2011:64-65).

En efecto en la página web de la Fundación TuCultura, una de las agencias externas que también está impulsando el turismo hacia Palenque, se puede observar cómo el destino palenquero se articula con Cuba, en una ruta denominada Ruta del esclavizado, desde donde se plantea: “presentar a Cuba y Colombia como iconos en la historia, unido al desarrollo de diferentes actividades artísticas y lúdicas, por medio de un producto Turístico Cultural como lo es la Ruta del esclavizado: un viaje hacia nuestro pasado para interiorizar las razones esenciales de nuestra afro descendencia (...) Un recorrido político, social y cultural por Colombia y Cuba para identificar las diferentes formas y rutas esclavizadas. Se mostrará el proceso de transculturación africana, y así como el sentir del afrodescendientes, su vida cotidiana, y presencia en las artes y la historia de Colombia y Cuba⁵⁴”.

⁵⁴ Página web Fundación TuCultura: http://www.tucultura.co/ruta_del_esclavizado.html

Las rutas turísticas hacia Palenque se establecen como valores añadidos que complementan los paquetes que se ofrecen desde ciudades como Cartagena. Al movilizar aspectos llamativos que hacen énfasis en lo visible, no sólo se hace más fácil comerciar la experiencia cultural sino que también se consigue incrementar el número de visitantes. En este contexto, es posible afirmar que las actividades de ocio ya no son un simple lujo, sino que también se constituyen en un objeto de explotación económica (Santana, 1997) donde lo que finalmente se comercializa es la experiencia turística.

Ha resultado evidente a lo largo de este capítulo, que la comunidad palenquera ha asumido el reto de identificar potenciales activos culturales para aprovechar la declaratoria realizada por la Unesco. La consolidación de San Basilio de Palenque como destino turístico étnico, ha sido posible a partir de la agencia interna de la misma comunidad, representada por la aparición de oficinas turísticas administradas por palenqueros y por la ampliación de la oferta de servicios turísticos, tales como la apertura de restaurantes y hospedajes, y la fabricación en masa de artesanías.

Actualmente, el turismo se constituye en la principal herramienta de desarrollo territorial, priorizada por los palenqueros para fortalecer su capacidad productiva y generar ingresos a partir de su identidad cultural, pese a las múltiples y diversas implicaciones que conlleva objetivar la cultura en una industria como la turística. En este trabajo se han identificado algunas de estas, especialmente aquellas referidas a la carencia de infraestructura turística, a las tensiones que se están generando al interior de la comunidad y a las posibles afectaciones que el turismo pueda acarrear tanto al patrimonio cultural como a los modos de vida de los palenqueros.

Los riesgos a los que se enfrenta el turismo étnico en Palenque también están relacionados con la incipiente estructura turística que existe en Palenque y que está en crecimiento, demanda de los palenqueros, tener en cuenta las variables que los afectan directa o indirectamente. En la comunidad hay aspectos críticos que deben ser revisados para la planeación turística que se haga del destino⁵⁵.

⁵⁵ Lo cual es ratificado por Gabino Salas y Sebastián Salgado, guías turísticos, quienes señalan que: "Aquí no hay una organización como tal que defina o venda a Palenque como un destino turístico para las personas que llegan. Sabemos que Palenque tiene un alto legado cultural y también representa unas manifestaciones culturales que de una u otra forma le interesa mucho a la gente conocerlas pero entonces debemos organizarnos y crear un ente que vele y propenda por brindar un servicio de mejor calidad a los visitantes que llegan a San Basilio de Palenque (...) Sí la gente no se organiza en dos años, se va a encontrar prostitución y drogas porque en la actualidad Palenque tiene mucha necesidad. [Está el caso de] las niñas [que se

En ese sentido, algunos de los entrevistados coincidieron en afirmar que la gran cantidad de necesidades económicas que afronta la comunidad puede ser aprovechada para fomentar la prostitución y el expendio de drogas ilegales, lo que posteriormente podría conllevar a que se deterioren formas tradicionales en que se relacionan los mismos habitantes. Otro reto que enfrenta la comunidad se enmarca en la falta de capacidad hotelera, situación que se agudiza durante el Festival de Tambores y Expresiones Culturales, realizado todos los años durante el mes de octubre, cuando se hace común que muchos de los visitantes pernocten en los patios de las familias palenqueras usando hamacas o equipamientos para acampar, mientras otros optan por trasladarse hacia El Vizo, en el municipio de Mahates, con el propósito de conseguir hospedaje por los tres días que dura el Festival.

Manuel Pérez lo expresa de esta forma: *“Si el turismo es una actividad que se desarrolla como ambicionamos y queremos y esperamos los palenqueros que amamos la cultura, puede ser algo que resuelva las cuestiones económicas y contribuya también a mantener los elementos culturales palenqueros porque la gente no sólo estaría mostrando, la danza, la música y la medicina tradicional sino también la forma típica y tradicional de hacer el cultivo, los dulces, de estar en el arroyo, todo eso bajo unas acuerdos respetuosas con la comunidad...La verdad es que no hemos sabido arrancar para realizar esta actividad, lo estamos haciendo de una forma muy desorganizada, nosotros creemos que cualquier por ser palenquero puede realizar esta actividad y no, hay que prepararse, organizarse y educarse para ello⁵⁶”.*

Es indispensable señalar entonces, que la comunidad palenquera debiera plantearse en los mismos términos que lo hace Alfons Martinell, con la pregunta de “¿vamos a participar activamente como agentes sociales en los problemas de la sociedad contemporánea?” y retomar los elementos emanados de la comunidad, aquellos que se han fortalecido a partir de sus expresiones ancestrales, de la riqueza cultural oral e inmaterial, para desarrollar acciones de planificación turística sostenibles, acordes tanto a las a necesidades materiales del pueblo como a las particularidades de su territorio y de sus expresiones culturales, pues “si lo hacemos, habremos dado un paso muy significativo”.

quedan solas] con la ida de los padres a trabajar fuera de Palenque. Hay muchas niñas descuidadas, solas. El turismo se está dando cuenta que hay muchas necesidades para hombres y mujeres (...) Sí no se controla, el turista va a venir porque en Palenque hay niñas muy bonitas y hay acceso a drogas. Tenemos que organizarnos porque se nos va a volver un problema como en otras comunidades, tenemos que sentarnos para atacar el mal que quiera entrar a Palenque.”

⁵⁶ Entrevista realizada en Mayo de 2012.

CONCLUSIONES

La comunidad palenquera y sus prácticas culturales han sido constituidas en un largo proceso histórico, preservando y recreando un conjunto de saberes culturales anclados en el legado africano. En San Basilio de Palenque las expresiones culturales son los principales mecanismos de cohesión, identidad y de memoria colectiva de sus habitantes, que no sólo interpelan sus imaginarios colectivos sino que también los remiten a unas experiencias históricas compartidas. Se trata entonces de una comunidad con una tradición cultural viva que define sus modos de ser, pensar y de relacionarse entre sí, con el espacio que habitan, y con el resto de la sociedad.

Actualmente, San Basilio de Palenque se erige como uno de los principales destinos turísticos étnicos de la región Caribe, lo que indudablemente se ha fortalecido a partir de los diversos reconocimientos, realizados por instancias como el Ministerio de Cultura, que lo reconoció como Bien Cultural de Interés Nacional y la Unesco con la declaratoria de su Espacio Cultural como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad en 2005. Dicha declaratoria ha significado el aumento del turismo y el inicio de una nueva etapa emanada de la necesidad de repensar la salvaguarda de las manifestaciones culturales palenqueras, máxime teniendo en cuenta la evidente y estrecha relación entre patrimonio, turismo y cultura, abordada a lo largo de esta investigación.

En esa medida es insoslayable, primero, que en los procesos de sanción de los bienes patrimoniales hay un criterio de mercado cada vez más determinante, desde donde se desprenden tanto actuaciones para su salvaguarda como para su mercantilización, y segundo que estas inciden en la significación y transformación de los procesos de identificación cultural de los involucrados. Como patrimonio, las expresiones culturales e identitarias de una comunidad entran a constituirse en producciones culturales que robustecen y amplían la oferta cultural. De ahí que a lo largo de este trabajo, me haya interesado articular críticamente los aspectos antes planteados con cómo se está experimentando el turismo en Palenque.

En ese sentido, es preciso señalar que con la declaratoria de Unesco, en San Basilio de Palenque surgió la necesidad de identificar potenciales activos culturales que permitieran desarrollar iniciativas productivas, lo cual se materializó en el aumento de intervenciones culturales y específicamente en la emergencia de proyectos en el sector turístico.

Así por ejemplo, con la consolidación de San Basilio de Palenque como destino de turismo étnico, se ha pasado de la presencia casi que habitual de investigadores y académicos interesados en realizar sus trabajos de campo en la comunidad, atendidos como invitados en los hogares palenqueros, a la recepción masiva de un gran número de turistas con perfiles y motivaciones diversas, que son ahora esperados por agencias y guías turísticos.

La situación actual del turismo étnico en San Basilio de Palenque, se evidencia por la emergencia de actores locales involucrados y gestionando el proceso, así como por los diversos escenarios propios de la comunidad palenquera que están siendo puestos al servicio de la dinámica turística. Es de destacar que uno de los principales beneficios de la patrimonialización y el desarrollo de la industria turística en Palenque es la consolidación de las agencias turísticas palenqueras, y la apropiación de las y los palenqueros como actores directos de este engranaje, evidencia de ellos es la existencia de tres agencias turísticas debidamente registradas y lideradas por miembros de la comunidad (Asoprduce, Paletur y JunchéTour). También hay más de 20 jóvenes dedicados a la guianza, además de otros establecimientos que están siendo dispuestos para la atención del turismo.

La existencia de las agencias y los guías da cuenta de cómo el turismo está incidiendo en la capacidad de generación económica y de beneficios materiales para los productores culturales de Palenque. Es posible afirmar que hoy los palenqueros son conscientes del potencial que se desprende de la práctica del turismo étnico como impulso de desarrollo. De ahí que la significación y transformación de la identidad de lo que se concibe como “ser palenquero” en el contexto turístico esté pasando por la redefinición de espacios y personajes “exóticos y prístinos” ejemplificados en casos como el de la Laguna de Palotá o el barrio Chopacho, señalados en el anterior capítulo, y en la emergencia de productores culturales representados en artesanos, músicos y ancianos sabedores que cuanto más exóticos o tradicionales más legitiman y garantizan una oferta de mayor y mejor calidad para los visitantes.

Así mismo, en la promoción que se hace de San Basilio de Palenque como destino turístico son recurrentes las alusiones a los discursos sobre la africanidad y ancestralidad de la cultura palenquera, a su gesta libertaria y al hecho de que a pesar del transcurso del tiempo sus habitantes vivan igual como hace varios siglos. No es difícil que los relatos de los turistas hagan referencia a este carácter mítico que se asocia a San Basilio de Palenque, que lo suponen puro y alejado de las transformaciones de la vida actual, evocando una cultura primitiva y premoderna.

Paralelo a ello, es necesario destacar la llegada a la comunidad de una serie de propuestas turísticas foráneas que han venido dialogando con la misma, tratando de consolidar estrategias para el aprovechamiento de la industria turística, aún cuando en algunos casos, ello ha generado conflictos y tensiones al interior de la comunidad. Así mismo, se aprecia como San Basilio de Palenque se constituye en un complemento para una ciudad turística como Cartagena, que se articulan con la necesidad de incluir nuevos ambientes, más naturales y con mayores representaciones culturales autóctonas, y es ahí donde el patrimonio oral e inmaterial de Palenque se constituye en un valor agregado, y la declaración Unesco en el sello de garantía para posicionar nuevos destinos turísticos para viajeros cada vez más exigentes.

Sin embargo, en la comunidad hay también aspectos críticos que deben ser revisados para la planeación turística que se haga del destino. La falta de organización y planeación es uno de ellos. También lo es la preocupación generalizada entre algunos sectores de la comunidad sobre los riesgos y desventajas que la práctica turística puede acarrear para el diario vivir de los palenqueros. Los riesgos a los que se enfrenta el turismo étnico en Palenque están relacionados principalmente con la masificación del turismo cultural y la complejidad que supone organizar y desplegar nuevos dispositivos culturales que respondan a las necesidades del mercado y al mismo tiempo, procuren su salvaguarda. Los efectos de los procesos de patrimonialización y los programas de salvaguarda, se podrían manifestar también en la pérdida de la naturaleza libre y cambiante de la cultura, propiciando su congelamiento y/o caricaturización.

En San Basilio de Palenque, el turismo étnico se perfila entonces como un importante dinamizador del desarrollo económico, cuyo principal atractivo lo constituye el patrimonio oral e intangible que impregna su cultura y que se armoniza con unos principios alrededor de la preservación, salvaguarda, sostenibilidad, identidad cultural y respeto por la diferencia.

Como comunidad palenquera, debemos entonces seguir reflexionando sobre cómo queremos que se implemente el turismo en San Basilio de Palenque, tanto a nivel de la práctica, que aglomera a los distintos actores que participan en la actividad turística, como a nivel de políticas públicas, retomando especialmente el Plan Especial de Salvaguarda, como instrumento de gestión del patrimonio cultural inmaterial de los palenqueros y mediante el cual se establecen acciones y lineamientos encaminados a garantizar la salvaguarda, fortalecimiento, revitalización, sostenibilidad y promoción de los saberes que constituyen la base de la identidad palenquera.

En otras palabras, en San Basilio de Palenque es necesario armonizar el discurso que apela a la protección de la identidad cultural palenquera frente a la práctica turística, de tal forma que se logre aprovechar el turismo étnico como fuente de desarrollo sostenible. La patrimonialización para San Basilio de Palenque es una oportunidad que trae consigo la posibilidad de mejorar la calidad de vida de la comunidad palenquera. De allí que, retomando a García Canclini, se precise crear una nueva relación *cultural* entre las industrias culturales y la educación y la formación de los diferentes agentes que dinamizan el turismo étnico en Palenque, con el fin de trascender su unilateralidad mercantil. A partir de ese nuevo enfoque se podrá afianzar un proceso dialógico que dé cuenta de los límites que imponen las condiciones sociales y económicas sobre la comunidad palenquera para configurar así un plan de protección integral que asuma y priorice las particularidades culturales de los palenqueros en concordancia con el contexto de la industria turística.

RECOMENDACIONES

La necesidad de plantear estas recomendaciones surge de pensar la práctica del turismo en Palenque como generadora de canales de diálogo y sinergias entre y desde los diferentes actores que confluyen alrededor de la misma. Las recomendaciones están orientadas a la comunidad y cómo esta se asume frente al turismo étnico; a las instituciones para apoyar a las comunidades; a su vez a estas últimas de manera que cuenten con elementos de diálogo y exigencia que les permita plantearle a las instituciones sus postulados y derechos en materia del turismo étnico, y finalmente tanto a la comunidad y a las instituciones frente a cómo asumir a las y los turistas. De manera tal, que las interacciones entre la comunidad, las instituciones y los turistas propicien un desarrollo sostenible y respetuoso de las manifestaciones culturales de las palenqueras y los palenqueros. En ese sentido, me permito plantear lo siguiente:

- Crear la Corporación Turismo de Palenque con el propósito de concentrar y armonizar los esfuerzos para el fortalecimiento y desarrollo sostenible de la actividad turística en Palenque, en especial desde la coordinación de las voluntades de los actores públicos, privados y de la comunidad involucrados en la prestación de los servicios turísticos de Palenque.
- Es indispensable avanzar en la estructuración de una base de datos y estadísticas a partir de la incorporación de registro de visitantes a la comunidad palenquera, aplicación de encuestas y la instalación de buzones de quejas, reclamos y sugerencias que permitan la toma de decisiones con respecto al aprovechamiento del turismo étnico en San Basilio de Palenque.
- Posicionar el Plan Especial de Salvaguarda como carta de navegación de la comunidad palenquera para el aprovechamiento positivo y colectivo del desarrollo del turismo étnico. Por lo tanto es deber de la Unesco y del Estado seguir apoyándolo técnica y financieramente, así como de la comunidad hacer la debida gestión, seguimiento y actualización constante del mismo.
- Diseñar una estrategia de promoción a la luz del Plan Especial de Salvaguarda que permita la articulación de las iniciativas originadas desde el Estado, tanto a nivel

nacional como local, la orientación de las iniciativas privadas y la capacitación y asesoramiento a la comunidad palenquera para aprovechar integralmente el turismo.

- Diseñar un código de ética que se articule con el reglamento interno del Consejo Comunitario de Palenque y se explicita la reglamentación de los usos y límites a los turistas en la comunidad, teniendo en cuenta el legado cultural, ancestral palenquero.
- Apoyar la gestión de un plan de manejo de residuos sólidos y líquidos, y de sostenimiento ambiental para la comunidad de Palenque, a partir del interés de las instituciones locales, regionales y nacionales.
- Gestionar a partir de la experiencia de los entes turísticos de la ciudad de Cartagena, capacitación en organización y planificación turística a los actores turísticos de la comunidad que permita mejorar los espacios locativos para la atención y prestación de servicios turísticos y el fortalecimiento de la capacidad hotelera que requiere Palenque acorde a sus lógicas culturales.
- Estructurar participativamente un diseño turístico, atendiendo a la valoración de los mercados, el interés por el patrimonio cultural, la articulación con los productos culturales y el aprovechamiento de las investigaciones que existen sobre Palenque.
- Agenciar acciones institucionales para el fortalecimiento de la oferta turística en el marco de la hermandad entre Palenque y Cartagena como destinos turísticos complementarios.
- Potenciar las capacidades y oportunidades de los palenqueros a partir de la valoración de los mercados, el interés en Palenque como patrimonio y de la articulación con otras organizaciones foráneas o externas a la comunidad.
- En aras de proteger las manifestaciones culturales propias de la comunidad palenquera, se requiere establecer colectivamente una serie de criterios que además de habilitar espacios adecuados y diferenciados posibiliten salvaguardar el medio ambiente, las expresiones culturales y manifestaciones propias de los palenqueros de prácticas foráneas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arrázola, R. (1970) *Palenque, primer pueblo libre de América. Historia de las sublevaciones de los esclavos en Cartagena*. Ediciones Hernández, págs. 35 y siguientes. Cartagena de Indias.

Ávila, F. (2008) *La representación de Cartagena de Indias en el discurso turístico*. Cuaderno de Trabajo No. 2 / Document de Travail No. 2, México: Proyecto AFRODESC.

Biffi, V. (2006) *Los dilemas de la representación del turismo cultural. Experiencias turísticas en una comunidad Ese Eja de Madre de Dios*. Revista de Antropología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Año IV, N° 4: Diciembre. Lima.

Bonfil Batalla, G. (1982) "El Etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización"; *América Latina: Etnodesarrollo y Etnocidio*: 133-145. Ediciones FLACSO. México.

Buades J et al. El turismo en el Nuevo Milenio. Una lectura crítica a tres voces. Colección thesis. Foro turismo responsable. Madrid 2012. Pág. 28

Castro, K. y Llancaleo, P. (2003) *Turismo: Una Apuesta Al Desarrollo De Las Comunidades Indígenas De Chile: Programa Origenes*.

Cánepa G. (2001) *Identidades representadas. Performance, experiencia y memoria en los Andes*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.

Cassiani, A. (2001) *Construcción identitaria de las Comunidades Renacientes en el Caribe Continental Colombiano*. ICANH.

Chaparro A. (2008), Los yagua en el contexto del turismo étnico. *Antropológica* /AÑO XXVI, N.º 26, pp. 113-142.

Chaves M., Montenegro M., Zambrano M. (2010), Mercado, consumo y patrimonialización cultural en *Revista Colombiana de Antropología* Volumen 46 (1), enero-junio 2010.

Colombia, Ministerio de Cultura. Ley 397 de 1997 o Ley General de Cultura República de Colombia.

_____ Dossier postulación de San Basilio de Palenque ante Unesco, 2002

_____ Ley 1037 de 2006

_____ Decreto 763 de 2009

_____ Decreto 2941 de 2009

_____ Política de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2009

_____ Política para el emprendimiento y las industrias culturales, 2009

_____ Plan Especial de Salvaguarda San Basilio de Palenque, 2010

Colombia, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007) *Política de "Turismo Cultural identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo"*.

Colombia, Ministerio del Interior y Justicia (1993) Ley 70 de 1993.

Contreras, N. (2002) "Champeta/Terapia: Un pretexto para visitar las ciudadanías culturales en el gran Caribe, en el foro Champeta, vida y ser de Cartagena, Universidad de Cartagena.

Cristoffanini, P. (2002) La representación de los otros como estrategias de construcción simbólica. En www.discurso.aau.dk/pablo_maj03.pdf (Consultado 04/04/2012).

Cunin E. (2003) Identidades a flor de piel. Lo 'negro' entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena *IFEA-ICANH-Uniandes-Observatorio del Caribe Colombiano*.

Dann, G. (1996) El lenguaje del turismo: una perspectiva sociolingüística. Wallingford CAB International.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, (2008) Encuesta de Consumo Cultural 2007 Informe de resultados Abril de 2008.

Donaire, J., Galí, N y Vidal, D. (2006) Turistas culturales en espacios urbanos: el caso de Girona X congreso AECIT. Turismo y territorio conflictos, corresponsabilidad y estrategias de gestión. AECIT

Fernández, D. (2010) El valor y uso del patrimonio histórico de Castilla-La Mancha.

Friedemann, Nina S. de. (1998) "San Basilio en el universo kilombo-África y Palenque-América" En: Adriana Maya (ed.), *Los afrocolombianos. Geografía humana de Colombia*. Tomo VI, pp. 79-102. Bogotá: Instituto colombiano de cultura hispánica. pág. 81.

Friedemann, N y Cross, Richard. (1979) *Ma Ngombe: guerreros y ganaderos en Palenque*, Bogotá: Carlos Valencia Editores.

Gascón J et al. El turismo en el Nuevo Milenio. Una lectura crítica a tres voces. Colección thesis. Foro turismo responsable. Madrid 2012. Pág. 28

García Canclini, N. (1999) Los usos sociales del patrimonio cultural, En Aguilar Criado, Encarnación, *cuadernos Patrimonio Etnológico*. Nuevas perspectivas de estudio, Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. pp: 16-33

_____ (2005) *Todos tienen cultura: ¿quiénes pueden desarrollarla?* Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero.

García Canclini N. y Piedras E. (2005) Industrias culturales y el desarrollo en México, Siglo XXI FLACSO.

García Usta Jorge (2002). Cultura y competitividad: ¿Cómo reforzar la identidad Caribe de Cartagena? Observatorio del Caribe Colombiano - Cámara de Comercio de Cartagena.

Hall, S. (2003) Cuestiones de identidad Cultural. Stuart Hall, Paul Du Gay, compiladores. Buenos Aires. Amarrortu. 314p.

Hierro Juan Alonso; Martín Fernández, Juan. Un análisis económico de la conservación del patrimonio histórico en España. En: Patrimonio cultural de España. N. 3 (2010), p. 77-88.

ICOMOS (1964) Carta internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y sitios.

Juan-Tresserras, J. (2001). Ponencia inaugural del curso "Modelos de gestión cultural: ciudad, patrimonio cultural y turismo" - Plan de Formación de la Federación Española de Municipios y Provincias 2001 - Pamplona, Olite y Bértiz - 3, 4 y 5 de octubre de 2001.

Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998) Destination culture: tourism, museums and heritage. Berkeley: University of California Press.

_____ (2004) El patrimonio inmaterial como producción metacultural. En Unesco: *Revista Museum International. Intangible Heritage* (p.p. 52-67). (vols. 221-222).

Martinell, A. (2011). "Aportaciones de la cultura al desarrollo y a la lucha contra la pobreza", en: Martinell, A (2011). *Cultura y desarrollo, Un compromiso para la libertad y el bienestar*. Cap.4, pp-1-24.

Martínez, L. (2011) Lineamientos en desarrollo y cultura para la orientación del proceso de hermanamiento entre Cartagena de Indias y San Basilio de Palenque. Trabajo de grado, Universidad Tecnológica de Bolívar.

Montenegro M. (2010) La patrimonialización como protección contra la mercantilización: *paradojas de las sanciones culturales de lo igual y lo diferente*, en *Revista Colombiana de Antropología* Volumen 46 (1), enero-junio 2010, pp. 115-131

Morales M. (2008) Etnoturismo o turismo indígena en Teoría y praxis, pp 126-136.

Muntú, Grupo de investigación. (2008) En: *Palenque, historia libertaria, cultura y tradición*. Cartagena de Indias.

Organización Mundial del Turismo, OMT (1999) Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid.

Pardo, Mauricio. (2001) *Acción colectiva, Estado y etnicidad en el Pacífico colombiano*, Bogotá: ICANH-COLCIENCIAS.

Pérez, B. (2006) "Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas de Cuzco". En: *Anthropologica* XXIV, No 24, Lima, 29-47.

Piedras, Ernesto. (2006). Industrias y patrimonio cultural en el desarrollo económico de México. *Cuicuilco*, septiembre-diciembre, 29-46.

Pizano, O. Zuleta, L. Jaramillo, L. & Rey, G. (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social. Edición del Convenio Andrés Bello. Unidad Editorial.

Pratt, M. (1999) Repensar la modernidad. *Revista Espiral estudios sobre Estado y sociedad*. Vol No 15.

Quintero P, Bernal C, López, (2005) "La competitividad turística de Cartagena de Indias: Análisis del destino y posicionamiento en el mercado", Serie N° 4 de *Estudios sobre la Competitividad de Cartagena*, Observatorio del Caribe Colombiano, Cámara de Comercio de Cartagena y Colciencias.

Restrepo, E (2002) Políticas de la alteridad: Etnización de la "comunidad negra" en el pacífico sur colombiano. En: *The Journal of Latin America Anthropology*. Universidad del Norte de Carolina, Chapel Hill.

_____ (2004) "Esencialismo étnico y movilización política: tensiones en las relaciones entre saber y poder". En: Olivier BARBARY y Fernando URREA (eds.). *Gente negra en Colombia. Dinámicas sociopolíticas en Cali y el Pacífico*. Medellín, Centro de Investigaciones y Documentación Socioeconómicas de la Universidad del Valle / CIDSE / L'Institute de Recherche pour le Développement (antes ORSTOM) / IRD / COLCIENCIAS. pp. 227-244.

_____ (1999) Poblaciones Negras en Colombia (Compilación bibliográfica)II, CIDSE *Documentos de Trabajo*, N°. 43, junio.

Rey, G. (2009) Industrias culturales, Creatividad y Desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid).

Rivas, P. (2007) Cultura y Desarrollo, una agenda abierta e indispensable. En: *Quórum, Revista de pensamiento iberoamericana*, número 017. Universidad Alcalá. Madrid, España.

Said, Edward (1990) Orientalismo, Introducción, Ib Jaldun, *Libertarias* 1, Barcelona, pp. 19-49.

Salge, M. (2010) El patrimonio cultural inmaterial en San Basilio de Palenque, en busca de las representaciones de lo palenquero a través de la prensa nacional Memorias. *Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, vol. 7, núm. 13, noviembre, 2010, pp. 225-253 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. (Consultado 03/12/2012)
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=85517354008>

Unesco (1989), *Recomendación sobre la Protección de la Cultura Tradicional y Popular*, aprobada

_____ (1993), *Directrices para la creación de sistemas nacionales de "Tesoros Humanos Vivos*.

_____ (2001), *Obras Maestras del Patrimonio Oral e Inmaterial*.

_____ (2003), *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*

_____ (2005), *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.

Velasco, M. (2009) Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural en Universidad de Murcia Cuadernos de Turismo, nº 23, (2009); pp. 237-253.

Vich, Víctor. (2007) *Magical, Mystical: el Royal Tour de Alejandro Toledo*. En: Víctor Vich *et al.*, eds. *Industrias culturales: máquinas de deseos en el mundo contemporáneo*. Lima, Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales, pp. 313-326.

Yudice, George (2002) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa Editorial. Citado en: Chaparro A. (2008), Los yagua en el contexto del turismo étnico. *Antropológica* /AÑO XXVI, N.º 26, pp. 113-142.

Zizek, Slavoj (2003) «Capitalismo cultural». En *A propósito de Lenin. Política y subjetividad en el capitalismo tardío*. Buenos Aires: ATUEL. Citado en: Chaparro A. (2008), Los yagua en el contexto del turismo étnico. *Antropológica* /AÑO XXVI, N.º 26, pp. 113-142.

ANEXOS

A1. GUÍA DE ENTREVISTA A PROMOTOR TURÍSTICO

Entrevista # 1. 23 de Junio de 2012. San Basilio de Palenque

¿Cómo te defines dentro de la actividad turística?

¿Hace cuánto tiempo eres guía?

¿Por qué es importante promocionar turísticamente a Palenque?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de promocionar turísticamente a Palenque?

¿Cómo inicia la actividad turística en Palenque?

¿A qué crees se debe el aumento actual del turismo en la comunidad?

¿Cómo crees se beneficia la comunidad? ¿Quiénes se benefician?

¿Cómo crees que ha impactado el turismo en la vida cotidiana de la gente?

En este momento ¿Quiénes visitan más a Palenque? ¿De dónde vienen?

¿Cuáles son los meses o épocas del año en que se reciben más turistas?

¿Cómo se contactan los turistas contigo?

¿Cuál es el recorrido que les haces a los turistas?

¿Cuántos turistas atiendes al mes?

¿Con qué ideas viene la gente? ¿Qué es lo que más te preguntan?

¿Qué tipo de formación has recibido en materia turística?

Mencione una debilidad, una oportunidad, una fortaleza y una amenaza del turismo en Palenque

¿Algo más que quisieras agregar o resaltar?

A2. ENTREVISTA A GESTOR CULTURAL Y TURISTICO SOBRE EL PROCESO DE POSTULACIÓN DE PALENQUE ANTE LA UNESCO

Entrevista # 1. 27 de mayo de 2012. San Basilio de Palenque

¿Cómo surge la idea de postular palenque ante la Unesco?

R/. Inicialmente el Ministerio de Cultura declara a Palenque como bien de interés nacional. A partir de eso y de otros reconocimientos que ya se le habían hecho a Palenque, surge la iniciativa de postularlo para representar a Colombia en la Unesco. En 2002, se hizo la primera solicitud para declararlo patrimonio Unesco, pero en esa oportunidad palenque no pudo ser declarado y fue declarado como patrimonio el Carnaval de Barranquilla.

Posteriormente se estuvo trabajando internamente para la candidatura, pero la candidatura tuvo una particularidad y es que fue propuesta directamente de la comunidad hacia el Ministerio, a diferencia de otras postulaciones que han sido impulsadas por el ministerio. En ese sentido, en el 2004 nuevamente se crea un equipo interdisciplinario y se crean mesas de trabajo con la comunidad, funcionarios del ICANH y el Ministerio de Cultura para trabajar los diferentes frentes que se crearon. Es así que en el 2004, Palenque se postula para ser declarado patrimonio y finalmente en el 2005 obtuvimos el reconocimiento por la Unesco, el 25 de noviembre. Fue una propuesta construida desde palenque hacia afuera y construido por un equipo interdisciplinar.

¿Cuáles fueron los criterios o las manifestaciones que se incluyeron en esa declaratoria?

R/. La declaratoria de Palenque tiene una particularidad y es que es una declaratoria de lo intangible, que como su nombre lo dice no se puede tocar, solamente apreciarlo. A Palenque básicamente lo que se le declara, es su lengua, su ritualidad y su música que es lo que está contemplado ahí. Dentro de esa declaratoria, habían tres programas fundamentales orientados a revitalizar y a mantener esos legados en el caso de la música y la lengua.

¿Cuáles han sido los mayores logros que se han logrado a partir de la Declaratoria?

R/. Hay que mirarla desde distintos puntos de vista. Antes, durante y después de la convocatoria (...) por un lado hoy siete años después de la declaratoria, si hacemos un balance de lo que se declaró, y la situación actual de esos elementos declarados, podemos decir que Unesco le da el reconocimiento de algunas manifestaciones que ya tiene la comunidad, estas declaratorias están acompañadas de una serie de proyectos que tenían que viabilizar los diferentes entes encargados de la cultura (...) en ese caso, Palenque hoy 7 años después de la declaración podemos decir que no se ha ejecutado en su totalidad lo que inicialmente los gobiernos se comprometieron para proteger en Palenque (...) a que me refiero hoy 7 años después, nosotros los palenqueros pensábamos que esa declaratoria, a parte de su nombre, podía jalonar un poco a que la calidad de vida de los palenqueros mejorara (...) cuando me refiero a la calidad de vida, no me refiero a que aquí en palenque debía haber un edificio, pero si mejorar la calidad de vida mínima de la comunidad o mejorar las necesidades básicas insatisfechas. Hoy por ejemplo a pesar de la declaratoria no contamos con un carretable totalmente terminado, una vía de acceso totalmente garantizada, no contamos con agua potable dentro de la comunidad, el servicio de energía tampoco es el mejor....la salud tampoco es la mejor...son ese tipo de cosas que uno piensa debían haber mejorado con la declaratoria, y por eso mismo se formuló un Pes.

¿Qué es el Pes?

R/. Pes o Plan Especial de Salvaguarda, es un mecanismo del gobierno nacional para salvaguardar los patrimonios. En Palenque se construye el Pes en 2009. Palenque tiene la experiencia o la fortuna de haber creado el primer Pes a nivel nacional, la Ministra de Cultura quería que estuviera listo. El Pes mira todas las debilidades y aprovecha las fortalezas en beneficio de la comunidad y el bien las manifestaciones, por lo que tiene varios ítems de transmisión del saber, difusión, fortalecimiento y el tema de los emprendimientos culturales es una cosa muchas más amplia que recoge las manifestaciones culturales

¿Y qué paso con el Pes?

La Unesco dice yo declaro y ya, pero sería bueno que la Unesco revisará si eso que se aprobó en el pesar de Plan de Salvaguarda se está realizando o no. La Unesco, en el caso particular de Palenque se quedó en la declaratoria, no han mirado si se está llevando a cabalidad lo que se planteó en el Pes y es por eso que hoy miramos todas las dificultades que se encuentran en Palenque frente a lo que se declaró y a lo que se quiere trabajar porque no se ha llevado un estricto seguimiento frente a eso y uno de los entes que lidere eso debe ser la Unesco, como ente declarador debe hacer más seguimiento y acompañamiento y asesorar frente a eso.

¿Cómo era Palenque antes de la Declaratoria? ¿Cómo es ahora?

R/. Palenque como tal antes de la declaratoria era un sitio de interés nacional básicamente por toda la riqueza que tenía y por lo que fue para el mundo. Cuando hablaban de Palenque se referían a la tierra de Pambelé, la cuna del primer actor de cine de Colombia y la tierra de descendencia africana que está en Colombia, eso antes de la declaratoria. Con la declaratoria sabemos que la Unesco está reconocido a nivel mundial y trajo consigo fue un auge tanto de nacionales como de extranjeros para Palenque que pienso que la gente no tenía la infraestructura ni estaba preparada para recibir todo ese auge que vino con la declaratoria porque palenque fue declarado y se debió prever que iban a venir mucho más turistas e investigadores y no se estaba preparado para recibir todo ese auge. Palenque antes de la declaratoria no recibía esa cantidad de turistas y podemos decir que se triplicaron los visitantes y de otra manera aumentó el objeto de estudio hacia Palenque, contribuyendo a que ahora haya un boom de investigadores viniendo a nuestra comunidad. Hoy en cualquier momento tenemos universidades e investigadores aquí en palenque y eso es una consecuencia de la declaratoria. El aumento del turismo es una de las consecuencias más directas de la declaratoria

¿Qué opinión te merece la práctica del turismo en Palenque?

R/. Pienso que el turismo en Palenque ha avanzado un poco en la organización de la prestación del servicio como tal, se está capacitando a ciertos jóvenes y algunas personas ya están más preparadas para recibir al turista y de acuerdo a lo que viene a hacer. Es el caso de algunas organizaciones que prestan el servicio de forma organizada.

¿Quiénes se benefician de esta práctica?

R/. Principalmente, los guías y las agencias. Pero, es una cadena muy amplia e importante, en donde también se benefician los restaurantes porque muchos estudiantes almuerzan en Palenque; los establecimientos que están a los alrededores las cantinas, los estaderos, las tiendas; tercero los artesanos que sacan muestras para vender esteras; las mujeres que venden dulces, que están trabajando con algo típicos, también las mujeres que venden mangos y las frutas de temporada; los

grupos de danza y cantantes; las peinadora; los mototaxis y todo eso es bueno porque de todas formas es bueno porque mitiga el desempleo que existe en palenque.

Mencione una debilidad del turismo en Palenque

R/. No hay manejo de residuos sólidos ni líquidos, no tenemos los suficientes espacios locativos para la atención y la prestación del servicio, no tenemos lugares para vender y promocionar nuestras artesanías, no tenemos unificación en muchas personas sobre la información.

Una oportunidad

R/. Es un pueblo muy investigado, promocionado, divulgado

Una fortaleza.

R/. Que todavía contamos con elementos culturales de nuestros ancestros africanos

Una amenaza.

R/. No nos hemos puesto de acuerdo en un código de ética para el turismo en la comunidad

A3. LISTADO DE ENTREVISTADOS

Las entrevistas se realizaron entre el 15 de enero de 2012 y el 20 de octubre del mismo año.

Sebastián Salgado	Representante del Consejo Comunitario de Palenque	San Basilio de Palenque	15 de enero de 2012
Carlos Cassiani	Presidente del Consejo Comunitario de Palenque	San Basilio de Palenque	15 de enero de 2012
Gabino Salas	Guía y promotor turístico	San Basilio de Palenque	15 de enero de 2012/ 5 de abril de 2012
Manuel Salinas	Gestor cultural, guía y promotor turístico	San Basilio de Palenque	15 de enero de 2012/ 27 de mayo
Jarol Salas	Líder estudiantil	San Basilio de Palenque	23 de enero de 2012
Merlys Beltrán	Promotora turística	Cartagena de Indias	26 de enero de 2012
Danilo Casseres	Guía y promotor turístico	San Basilio de Palenque	26 de mayo de 2012
Tyler Miranda	Guía turístico	San Basilio de Palenque	26 de mayo de 2012
Robinson Montes	Turista	San Basilio de Palenque	26 de mayo de 2012
Víctor Cassiani	Promotor turístico y guía	San Basilio de Palenque	26 de mayo de 2012
Walberto Casseres	Guía turístico	San Basilio de Palenque	26 de mayo de 2012
Yeimi Guapi	Turista investigadora	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Julio César Luna	Turista	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Rony Gastelbondo	Turista	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Rodrigo Miranda	Gestor cultural	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Epifanio Tejedor	Guía turístico	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Ruperta Cañate	Vendedora de dulces típicos	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Manuel Casseres	Docente y promotor turístico	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Yaritza Pérez	Estudiante	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Anais Reyes Salgado	Vendedora de bolis	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Leonel Torres	Tamborero y músico	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Naudith Correa	Docente	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Fleming Ortíz	Docente	San Basilio de Palenque	27 de mayo de 2012
Gustavo Toro	Consultor en turismo	Cartagena de Indias	21 de Junio de 2012
Marina Esquivia	Propietaria de restaurante	San Basilio de Palenque	23 de junio de 2012
Julieth Marmolejo	Docente	San Basilio de Palenque	23 de junio de 2012
Andrés Salas	Propietario de restaurante y estadero	San Basilio de Palenque	23 de junio de 2012
Antonio Reyes	Propietario de tienda	San Basilio de Palenque	23 de junio de 2012

Jesus Natividad Pérez	Gestor cultural e investigador	Cartagena de Indias	7 de julio de 2012
Miguel Obeso	Gestor cultural y promotor turístico	Cartagena de Indias	15 de julio de 2012/ 28 de agosto de 2012
Alfonso Cassiani	Docente e investigador	Cartagena de Indias	28 de agosto de 2012/ 20 de octubre de 2012

A4. FOLLETO DE ASOPRADUCE



ETNOTURISMO
Una marca experta en turismo étnico

Con las mujeres palenqueras, en Palenque usted podrá aprender y disfrutar de todo el encanto de esta maravillosa población. Tendrá confortables habitaciones y espacios en medio de la vegetación y ambiente de campo que caracteriza a San Basilio. Disfrutará de la extensa gastronomía de las manos de mujeres que han llevado los tradicionales alimentos al mejor punto del sabor. El lumbalú, el Festival de Tambores y otras eventualidades estarán a su vista, actos con los que usted querrá regresar a este Gran Primer Pueblo Libre de América.

PALENQUERA
LA MARCA DE PALENQUE, SAN BASILIO

PALENQUERA ofrece toda una variedad de lugares y experiencias como sus fuentes de agua, sus casas típicas, su gran folclor vivo y los lugares de descanso de nuestra empresa.

A5. FOLLETO DE JUNCHÉTOUR

Organizacion Etnoturistica Junche Tour de Palenke

Ofrece Servicios Etnoculturales, Ecoturisticos, Etnocomunicativos, Artísticos, Estéticos, Artesanales, Gastronómicos, guías, recorridos dirigidos para que conozcan y disfruten las tradiciones y costumbres ancestrales de PALENQUE.

Minino a Guatiá Kuttura Ri Palenge

Palenque de San Basilio, pequeño rincón de África en Colombia a 50 Km. de Cartagena, con 4.000 habitantes aproximadamente, su horizonte cultural lo constituyen su rico y extenso patrimonio inmaterial expresado en tradiciones orales, espirituales, musicales y la existencia de una lengua propia llamada Lengua Palenquera de origen lingüístico del Bantú Africano, con una serie de modificaciones dialectales de la lengua española, reconocido como primer Pueblo Libre de América por las gestas libertarias de sus antepasados lideradas por el Cimarrón Africano BENKOS BIOHO. El Espacio Cultural de Palenque de San Basilio fué declarado por el Ministerio de Cultura BIEN DE INTERÉS CULTURAL COLOMBIANO y por la UNESCO, en el año 2005 PATRIMONIO ORAL E INMATERIAL DE LA HUMANIDAD.

Junché Tour de Palenque

Diversidad Etnoturística

Eventos Importantes

- FESTIVAL DE TAMBORES DE PALENQUE
Semana del 12 de Octubre
- FIESTAS PATRONALES DE PALENQUE
Semana del 14 de Junio
- SEMANA SANTA
Commemoración de la Ancestralidad Palenquera
BENKOS BIOHO - Fundador de los Palenques.
- INTEGRACIÓN DE KUAGROS PALENQUEROS
24 al 31 de Diciembre y del 1 al 3 de Enero.

Pá Guatiá i Sarangia Kuttura Rí Palenge



Mapa Regional de Palenque, mostrando la ubicación de Palenque de San Basilio en relación con Cartagena y otros municipios cercanos como Turbaco, Arjona, Mahates, Sincorú, Malagana, San Cayetano, La Bonga, San Juan, San Jacinto, y El Carmen. Se indica la Carretera empedrada y el Río Magdalena.



Collage de imágenes que muestran a bailarines en trajes tradicionales, músicos tocando tambores, y una estatua del fundador Benkos Bioho.

MAYOR INFORMACION:
 Palenque de San Basilio, Sector Junché
 Celular: 312 6405951 - 311 4204173
 318 4604195 - (095) 6725887
 E-mail: palenketour@gmail.com
junchetour@colombia.com



Fotografía de la Iglesia de San Basilio y la estatua del fundador Benkos Bioho, un cimarrón africano que lideró la fundación de Palenque.



Fotografía de un paisaje con el texto "COLOMBIA" superpuesto.



Collage de imágenes que muestran a bailarines en trajes tradicionales, músicos tocando tambores, y una estatua del fundador Benkos Bioho.

A6. PALETUR

