

TURISMO CULTURAL COMO UNA SALIDA AL CONFLICTO. CASO MONTES DE MARÍA - COLOMBIA

Netty Huertas Cardozo¹

Carlos Santos Gómez²

Resumen:

Montes de María (MM) es una sub-región del Caribe colombiano, caracterizada por su gran diversidad natural y cultural, gracias a su posición geográfica y al capital humano que la revelan como un territorio donde confluye la riqueza cultural de sus antepasados (indígenas, españoles y africanos); no obstante lo anterior, esta zona es tristemente reconocida gracias al conflicto armado que la ha golpeado, en la lucha por el dominio y control territorial entre las fuerzas ilegales de extrema derecha e izquierda y la fuerza pública.

El objetivo de este documento es presentar al turismo cultural como una alternativa de desarrollo y de salida de las secuelas del conflicto para MM, pues las zonas de post-conflicto requieren ser recuperadas, revitalizadas y puestas en valor gracias a lo que verdaderamente son; porque según dicen los nativos: *“Montes de María cree en la vida a pesar de la muerte”* y por esta razón se deben proponer productos turísticos como la **Ruta por la Vida**, la cual *“...nos está reclamando una comunidad de artesanos por la vida que desde sus diversas prácticas y artes busca la reconstrucción vital de aquellas personas y comunidades que han sido golpeadas por la violencia”*. Para lograr esto se realizó un Inventario Turístico de los 15 municipios que conforman la región, utilizando la metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, para posteriormente proponer alternativas de desarrollo turístico, enfatizando en los atractivos culturales de estas zonas rurales, observando la estrecha relación entre la cultura y el desarrollo.

Palabras Clave: turismo cultural, desarrollo, cultura, post-conflicto, Colombia.

¹ *Universidad Tecnológica de Bolívar*. E-Mail: nhuertas@unitecnologica.edu.co

² *Secretaría de Educación de Sucre*. E-Mail: csantosg16@yahoo.com

CULTURAL TOURISM AS A SOLUTION TO A CONFLICT. THE CASE OF MONTES DE MARIA - COLOMBIA

Abstract:

Montes de Maria is a sub-region located in the Colombian Caribbean, characterized by its great natural and cultural diversity, thanks to its geographical position and its human capital, then, this territory is the mixture of the culture of their ancestors (indigenous, Spaniards and Africans); However, this area is sadly recognized by armed conflict, struggle for dominance and territorial control between illegal forces of extreme right and left and the police.

The aim of this paper is to present the cultural tourism as a development alternative and output in the aftermath of conflict to Montes de María, as the post-conflict areas need to be recovered, revitalized and put in value by what they truly ; because the natives say, "Montes de María believe in life in spite of death" and therefore should be proposed tourism products as the path through life, which "... is calling us to a community of artisans for life from their diverse arts practices and seeks vital reconstruction of those individuals and communities that have been hit by violence ". To accomplish this, a Tourism Inventory of the 15 municipalities of the region was performed using the methodology of the Ministry of Commerce, Industry and Tourism of Colombia, to finally propose alternative tourism development, emphasizing the cultural attractions of these rural areas, noting the close relationship between culture and development.

Key words: cultural tourism, development, culture, post-conflict, Colombia

1. INTRODUCCIÓN

Los Montes de María (MM en adelante) son de las zonas más pobres de la Región Caribe, en el norte de Colombia. El Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) para sus municipios es en promedio del 67%, cifra superior al promedio nacional (37,2%). Esta población registra un ingreso promedio por habitante inferior a los \$800 dólares anuales y según la encuesta nacional de hogares del Departamento Nacional de Estadística (DANE), parte importante de las personas que allí habitan se encuentran en el límite de la indigencia rural sosteniéndose con menos de \$2 dólares diarios por habitante rural. (Alvarez & Dorado Vega, 2006)

Pese a los múltiples problemas económicos, sociales y políticos, esta zona presenta:

"...gran diversidad y gran potencial para la productividad y competitividad regional, como resultado de un acervo de ventajas comparativas por su localización geoestratégica, por los diferentes saberes acumulados en sus habitantes, su biodiversidad, por ser una zona productora de recursos hídricos y por el hecho de ser un pequeño cordón montañoso con tierras aptas y condiciones climáticas particulares que permiten la explotación ganadera bajo sistemas agro y silvopastoriles y una gran variedad de cultivos de clima templado..."
(Alvarez & Dorado Vega, 2006, pág. 16)

Precisamente este documento pretende evidenciar el potencial turístico de la región, para proponer el aprovechamiento de las ventajas comparativas que giran alrededor de la cultura y la hacen única, de tal forma que en el largo plazo se puedan aliviar las condiciones de vida de la comunidad, utilizando la cultura como *"... un factor de desarrollo para las ciudades y los territorios, un instrumento de prosperidad y calidad de vida, y un ingrediente imprescindible para la construcción de momentos y escenarios de felicidad individual y colectiva"* (Pardo,

2009). Hoy, más que nunca, la cultura es un elemento fundamental para la creación de competitividad y es considerada como un factor estratégico para promover el desarrollo y la diversificación de una oferta turística articulada, sustentable y que genere beneficios a las comunidades locales. Este es el reto que afronta Colombia.

Aunque, Colombia aún es un actor insignificante en el turismo mundial, el crecimiento logrado en los últimos años ha sido importante. La llegada de viajeros internacionales se ha cuadruplicado en los últimos 10 años (MINCIT, 2015); luego de una etapa complicada a finales de siglo pasado -prácticamente no existían viajeros-³; a comienzos de este siglo, las cifras del turismo han subido en parte debido al crecimiento del turismo mundial, pero también se debe atribuir al mejoramiento substancial de la seguridad percibida por los turistas y al fortalecimiento del marco institucional colombiano.

En el Plan Nacional de Desarrollo anterior (2010-2014), el gobierno señalaba al turismo como gran motor de desarrollo regional, para lo cual primero se deben sobrepasar primero algunas limitaciones como la poca oferta de productos turísticos de acuerdo a las vocaciones locales o regionales y la baja calidad de la infraestructura soporte para el turismo (DNP, 2010). En MM faltan nuevos productos para evidenciar la riqueza generada por el encuentro de culturas, de microambientes, de razas que hacen de esta zona única, única para reconstruir el pasado y transformar el futuro de esta región, porque *“Montes de María cree en la vida a pesar de la muerte... porque la vida es más fuerte que la muerte”*

2. TURISMO Y CULTURA

2.1. Cultura

Etimológicamente la palabra cultura es derivada de la palabra latina *colere* para referirse a la labranza y el uso de la tierra; *coulter* en inglés se refiere a la reja del arado; en consecuencia en sus inicios la palabra cultura se refería al cultivo, agri-cultura, cultivar la tierra (Domínguez & Vásquez, 2008). Hoy son muchos los significados que se pueden encontrar:

- Octavio Paz define a la cultura como *“un conjunto de actitudes, creencias, valores, expresiones, gestos, hábitos, destrezas, bienes materiales, servicios y modos de producción que caracterizan a un conjunto de una sociedad, es todo aquello en lo que se cree.”* Citado por (Domínguez & Vásquez, 2008)
- B. Taylor considera que *“la cultura o la civilización, entendida en su sentido etnográfico amplio, es ese conjunto complejo que abarca los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y los demás hábitos y aptitudes que el hombre adquiere en cuanto miembro de una sociedad.”* (Meyer, 2002)
- Martinell, por su parte, afirma que *“La cultura se ha considerado como una dimensión importante e imprescindible en la evolución del concepto de desarrollo en sus diferentes enfoques. Su función va muy unida a la política y a la educación para mejorar el bienestar colectivo, concibiéndola como un bien común que las comunidades y sociedades han de incorporar en la configuración de sus futuros y en la lucha contra las dificultades que genera la pobreza y la desigualdad.”* (Martinell, 2011)

³ Crisis causada por diferentes razones: crisis financiera mundial, a consecuencia de la apertura económica, conflicto armado entre diferentes grupos armados (guerrilla, paramilitares, narcotráfico y fuerza pública), originando tanto inseguridad en las vías como inseguridad en los destinos turísticos.

Las tres definiciones permiten encontrar como elementos comunes primero que la cultura está inmersa en un grupo social, por tanto son códigos culturales que se aprenden y se re-crean; en segunda medida, está conformada por un conjunto de diversos elementos que diferencian dichos colectivos; por último, -un aspecto que saca a la luz Martinell – existe una nueva concepción de cultura que conecta con las necesidades de desarrollo, a la vez que es sensible y respetuosa con las múltiples identidades culturales. Así las cosas, las aportaciones de la cultura al desarrollo tienen un papel imprescindible que debe ser incorporada a partir de nuevas prácticas que consigan entrelazar entre los diferentes factores que inciden en la creación de condiciones para el desarrollo.

2.2. Turismo Cultural

Toda acción turística está motivada por el deseo humano de conocer, explorar, experimentar nuevas formas de vida en contextos diferentes como algo único e interesante buscando diversión, disfrutando de los atractivos culturales y contemplando el paisaje. “...pero esto no significa que la búsqueda de experiencias culturales relacionadas con el disfrute de lo artístico (música, teatro, ballet), con el aprendizaje (museos, exposiciones, galerías de arte) o con la exposición directa a los elementos del paisaje y a las expresiones del folklore popular sea incompatible con los deseos de diversión y de vivir experiencias únicas por parte del viajero.” (Meyer, 2002). En tal sentido se podría decir que la actividad turística tiene inmersa una experiencia cultural, por tanto sería redundante hablar de turismo cultural.

Históricamente hablando es a partir de la década del setenta, cuando se empieza a hablar sobre este tipo de turismo, inicialmente la conceptualización elaborada sobre el turismo cultural se refería únicamente a la visita a sitios y monumentos (arqueológicos, históricos, patrimonio inmueble), fue con el paso del tiempo, que emergió una visión más amplia en el que se incluían las artes escénicas, los eventos culturales, la arquitectura, el diseño, las artesanías y el patrimonio inmaterial en general (SERNATUR, 2014). Uno de los investigadores más reconocidos sobre el tema es Richards, quien concibe al turismo cultural como el traslado de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, en busca de recolectar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales que incluyen tanto el consumo de productos culturales del pasado, como de la cultura contemporánea o el “estilo de vida” de una comunidad o región. (Richards, 2001)

Por otra parte, según Santana Talavera (2003) “*el turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico*”. De tal forma que la generación de productos culturales evoca nuevas formas de interpretar la autenticidad y manifiestan las dinámicas e imaginarios de los grupos locales para acomodarse a los requerimientos de la demanda.

Se puede concluir que el turismo cultural es una forma de turismo en la que los turistas buscan conocer, comprender y experimentar las distintas manifestaciones culturales que caracterizan a una población local (costumbres, monumentos, sitios históricos, arte, artesanía, gastronomía, danza, arquitectura, festividades y folklore) reflejando la identidad, unicidad y autenticidad del destino. De esta forma, para el desarrollo de este turismo debe presentarse un fuerte vínculo con las comunidades locales, pues precisamente son los habitantes y su cultura el atractivo diferenciador, de allí la importancia que participen en el proceso de planificación y organización del turismo en sus destinos (Ballart & Tresserras, 2001)

En virtud de la amplitud de manifestaciones culturales el turismo cultural abarca diversos subtipos de turismo (patrimonial, de artes, urbano, rural, étnico, gastronómico, religioso, creativo), que en la práctica se mezclan, obedeciendo a los atractivos culturales propios del destino y a los intereses de los turistas.

2.3. Patrimonio cultural

En la antigua Roma, el patrimonio representaba el conjunto de bienes que los hijos heredaban de padres y abuelos, lo que no dista grandemente del uso de la palabra actualmente. Hoy se distingue entre patrimonio natural y patrimonio cultural. El patrimonio natural se refiere a monumentos naturales, formaciones fisiográficas o geológicas, hábitat de especies animales o vegetales y lugares o zonas naturales que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. Por su parte, el patrimonio cultural, reconoce a las expresiones culturales, pasadas y presentes, de tal forma que no se limita a monumentos y colecciones de objetos (patrimonio cultural material o tangible), sino que también abarca tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a sus descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial o intangible) (UNESCO, 2003)

En Colombia, la Constitución de 1991, abre nuevos espacios para la modernización del aparato estatal en lo que tiene que ver con la pluri-etnia y la multiculturalidad, creando las condiciones para que sectores tan importantes de la sociedad colombiana como los indígenas, las negritudes y los artistas populares manifiesten y desarrollen sus expresiones culturales.

En este contexto la Ley General de Cultura, Ley 397 de 1997, define un marco de referencia que orienta el desarrollo de las expresiones culturales y artísticas de las distintas culturas que conforman la geografía nacional. Según esta Ley, el patrimonio cultural de la nación *“está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes materiales e inmateriales, muebles e inmuebles que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico, y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”* (República de Colombia, 1997)

Normalmente el término patrimonio evoca el concepto de historia y el concepto de ambiente que se relaciona con la esencia misma de la cultura, con los valores identitarios de grupos locales que los reconoce como propios, por ejemplo la raza, la arquitectura, el vestuario, la gastronomía, las artesanías, la música, la literatura, la tradición oral; de tal forma que el patrimonio está constituido tanto por bienes materiales que conforman el pasado, como por aquellos elementos que integren el patrimonio vivo.

Desde el punto de vista turístico, el patrimonio cultural - material e inmaterial- tiene el potencial para crear experiencias turísticas novedosas, auténticas y únicas, lo cual aplica tanto a destinos reconocidos por sus monumentos, sitios arqueológicos o festividades, como también a pequeñas áreas rurales (como la estudiada en este trabajo), que a pesar de no contar con una oferta turística, sí tienen una historia, una cultura y un patrimonio propio.

3. METODOLOGÍA

El trabajo realizado con los municipios de la Región MM es del tipo descriptivo-analítico puesto que por un lado, se revisaron los activos turísticos (tangibles e intangibles) de cada uno de los 15 municipios, para ello se ejecutaron dos labores principales: primero, se revisó información secundaria para identificar algunas características en términos económicos, socio-culturales y ambientales de la zona, de acuerdo con el modelo tomado del documento “Construcción de un Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Sostenible, en la Eco-región del Eje Cafetero” (Convenio Corporación ALMA MATER-FOREC, 2002); segundo, posterior a esta exploración se visitaron los municipios y se procedió a la realización de Inventarios Turísticos, utilizando la metodología propuesta por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia (MINCIT, 2010), con el fin de realizar la valoración de los activos turísticos construida gracias a la información obtenida en la etapa anterior, entrevistas a los pobladores y observación directa. Finalmente se analizó para proponer productos turísticos innovadores para el desarrollo del turismo cultural y diseñar un programa de acciones concretas en la zona para el fomento del turismo en la zona.

Es de aclarar que aunque se analizaron los 15 municipios que conforman la eco-región MM, aquí se presentarán los resultados para dos municipios (Ovejas y San Jacinto), por un lado porque el trabajo total es demasiado extenso para presentarlo aquí y por otro, porque estos dos municipios son los que se destacan para proponer rutas turísticas cuyo principal componente es el cultural.

4. ANTECEDENTES

4.1. Entramado Cultural en Colombia

La cultura de Colombia tiene su origen en el mestizaje cultural de los pueblos nativos con la influencia colonizadora española y africana. Gran diversidad de culturas habitaron este territorio antes de la llegada de los españoles, algunas tan avanzadas y sofisticadas como las que produjeron la estatuaria de San Agustín en el Huila, las tumbas de Tierradentro en el Cauca, o la Ciudad Perdida (Buritaca 2000) en la Sierra Nevada de Santa Marta. (Proexport Colombia). Posteriormente, en las épocas de la Conquista y la Colonia, llegaron los blancos europeos de España, quienes a su vez trajeron esclavos de África. Es por ello que Colombia es un país multiétnico y pluricultural, donde cada región posee rasgos propios que la distinguen de sus vecinas.

Este enmarañado mestizaje encuentra su manifestación tanto en las tradiciones, artesanías y gastronomía colombianas, como también en sus artes desde la arquitectura, la pintura y la escultura hasta la literatura, el cine y la fotografía, pasando por la música, la danza y el teatro. De esta forma, se puede hablar de una cultura andina, en la que se siente con mayor fuerza el ancestro europeo y la población mestiza es predominante; de una cultura Caribe, fusión de herencias indígenas y africanas; de una cultura Pacífica, de raíces africanas y de la cultura de la Orinoquía y Amazonía, esencialmente indígena.

Así, hoy día Colombia es el hogar de más de 87 pueblos indígenas que usan 64 lenguas nativas pertenecientes a 22 familias lingüísticas; también, de varios millones de afrocolombianos; de más de 30 millones de mestizos; de 12 mil gitanos y de núcleos de inmigrantes en diferentes regiones. En el archipiélago de San Andrés y Providencia, la población mayoritariamente raizal habla inglés. (Proexport Colombia)

En virtud del aislamiento geográfico y el difícil acceso entre las diferentes regiones del país, se desarrollaron con el paso del tiempo subregiones muy distintivas y variadas culturalmente. Debido a la gran diversidad es difícil agrupar las diferentes subculturas del país, pero pueden considerarse a grandes rasgos las más representativas las siguientes:

- Costeños, ubicados en la Costa Caribe.
- Paisas, de Antioquia y el Eje Cafetero.
- Llaneros, pertenecientes a los llanos de la Orinoquía y que comparten frontera con Venezuela.
- Santandereanos, pertenecientes a la región Andina Santander y Norte de Santander.
- Vallunos y Caucanos, pertenecientes a la Costa Pacífica y parte de la andina, con presencia indígena, blanca y afrodescendiente.
- Tolimenses, pertenecientes al Tolima.
- Serranos, pertenecientes al departamento de Nariño fronterizo con Ecuador.
- Amazónicos, pertenecientes a las selvas del suroeste del país.
- Cundiboyacenses, ubicados al interior del país en el Altiplano Cundiboyacense.
- Bogotanos, ubicados al interior del país en Bogotá.

Por lo tanto, los tipos humanos presentes en Colombia son el resultado de la conjunción de variadas razas con tendencia a estabilizarse en determinadas regiones dando lugar a un tipo humano con rasgos muy propios en cada región en cuanto a su modo de pensar, sentir y actuar y que se materializa en el habla, vestuario y costumbres que los caracterizan y diferencian de los demás.

4.2. Riqueza cultural en la Región Caribe

La región Caribe colombiana está conformada por ocho departamentos: San Andrés, Guajira, Magdalena, César, Atlántico, Bolívar, Sucre y Córdoba; es el área continental y marítima más septentrional del país. Debe su nombre al mar Caribe, con el cual limita al norte. Tiene un total de población de 10.750.364 habitantes, y una superficie total de 132.288 km², que representa el 11,6% del territorio nacional, con un clima que varía desde 30°C como promedio en las planicies bajas hasta 0°C en las cumbres nevadas de la Sierra Nevada de Santa Marta. Adicionalmente varias poblaciones indígenas habitan en esta región, quienes hablan los idiomas wayuunaiki, kogui y arhuaco. Por otra parte esta región se compone de una llanura continental denominada Costa Atlántica y las aguas y territorios insulares colombianos en el mar Caribe. La llanura está ubicada al norte de los Andes y termina en la Sierra Nevada de Santa Marta para dar paso a la península de la Guajira. Una de las subregiones de la Región Caribe es los Montes de María

Aunque el grupo étnico predominante en esta región es el mestizo, se encuentran ciertos núcleos con mucha población indígena, por ejemplo los wayúu en La Guajira, donde sobreviven unas pocas tribus que en su mayoría se dedican a la cría de ganado caprino. En la Sierra Nevada sobreviven grupos como los Ika (arwacos) koguis y arsarios. En algunas localidades el porcentaje de personas de raza negra es más significativo, como en Cartagena o Palenque.

Esta mezcla de razas incide directamente en la riqueza cultural de esta región, el ritmo y danza más conocido internacionalmente es la cumbia, que conjuga melodías indígenas y ritmos africanos. Las mujeres visten faldas o polleras a cuadros de color rojo, están descalzas o usan cotizas. Llevan generalmente pañuelo a la cabeza y candongas y en las manos tienen una vela encendida con la que espantan al hombre en su cortejo; los hombres visten de liqui-liqui blanco, con pantalón remangado (o recogido hasta más o menos media pantorrilla) y camisa de puño cerrado, van descalzos o con cotizas y usan sombrero vueltiao o corrosca, pañolón al cuello, machete y mochila.

Otros importantes aires musicales de la región son el porro que tiene dos variedades: el porro tapao o puya y el porro palitiao o gaita. De Valledupar está el vallenato, género musical más conocido de Colombia. Otros ritmos tradicionales también son el mapalé, baile de origen africano, el fandango, el garabato, el bullerengue, el chandé, las gaitas, las pilanderas, la puya, el jalao, el paseo sabanero, el merecumbé. Más recientemente se ha dado conocer la música champeta, originaria y típica de Cartagena.

Entre las Artesanías sobresalen el sombrero vueltiao, declarado Símbolo de Colombia por el Congreso Nacional, la mochila arhuaca, las hamacas de San Jacinto, las abarcas tres puntá y las prendas wayú, y entre las celebraciones populares más importantes están:

- El Carnaval de Barranquilla, declarado Patrimonio Oral e Inmaterial por la Unesco en 2003.
- El Festival de la leyenda Vallenata en Valledupar, declarado Patrimonio Cultural de la nación en 2002.
- Las Fiestas del 20 de enero en Sincelejo, declaradas patrimonio cultural de la Nación en 2009.
- La Semana Santa en Mompos, Bolívar, población declarada Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad por la Unesco en 1995.
- Las Fiestas de la Virgen de la Candelaria en Magangué, Bolívar, festejadas el 2 de febrero
- Fiestas del 11 de noviembre y Reinado Nacional de la Belleza en Cartagena.
- Las Fiestas del Mar en Santa Marta.
- El Festival del Porro en San Pelayo, Córdoba.
- Las corralejas, festividades taurinas muy concurridas en las poblaciones costeñas, principalmente en Sucre, Córdoba y Bolívar.
- Las Fiestas del Caimán cienaguero en Ciénaga.
- El Festival de la Cumbia en El Banco, Magdalena.
- El Festival del Hombre Caimán en Plato, Magdalena.
- El Festival Nacional de Compositores en San Juan del Cesar, Guajira.
- El Festival Cuna de Acordeones en Villanueva, Guajira.
- El Festival Francisco El Hombre en Riohacha, Guajira.
- El Festival de Acordeoneros y Compositores en Chinú, Córdoba.
- El Festival del Dividivi en Riohacha, Guajira.
- El Festival Folclorico de la Algarroba y Cuadros Vivos, Galeras – Sucre

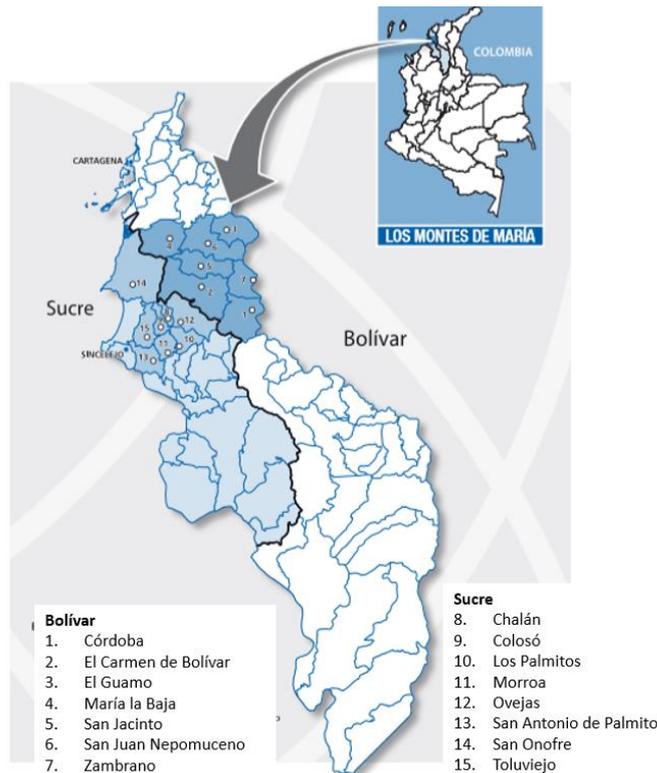
- El Festival Nacional de Pito a través en Morroa
- El Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene en Ovejas Sucre

Además en términos gastronómicos se pueden degustar multitud de platos como sancochos de sábalo, de bocachico, trifásico, de guandú, de gallina, de costilla, de rabo, de mondongo, de frijoles (cabecita negra, zaragoza), mote de queso; pescados como la mojarra, el bocachico, el sábalo, el lebranche, el pargo, la sierra, el chivo; mariscos como el camarón, langosta, langostinos, ostras, chipichipi; la carne en posta, guisada, asada, puyada; el chicharrón; animales de monte en distintas preparaciones como el chivo, carnero, icotea, ñeque, guartinaja, pisingo, mono, armadillo, tortuga, tapir, venado, saíno; el friche; el ñame; la butifarra; todo tipo de arepas, entre las que sobresale la arepa de huevo; la carimañola; las empanadas, entre las que sobresale la empanada con huevo cartagenera; la hallaca y el pastel (de arroz); el patacón; los buñuelos de frijol cabecita negra, los bollos de maíz, de angelito, de yuca y de plátano; los diabolines, el quibbe, la tajada de plátano maduro frita, el queso costeño, el suero. Entre las bebidas, refrescos de frutas frescas como anón, corozo, guanábana, mango, marañón, tamarindo, guayaba, zapote, níspero, el boli, el agua de panela con limón, el agua de arroz, el agua de maíz, entre otros. Arroces de coco, de lisa, de pollo, de frijol cabecita negra, blanco, de fideos, de chipichipi y el cucayo. Dulces como la alegría, el caballito, el enyucado, las cocadas, de icacos, de batata, la arropilla. Los rasguños (dulces a base de frutas y legumbres) son consumidos en mayor cantidad en la Semana Santa, especialmente en el Atlántico.

4.3. Montes de María

La región de los Montes de María (MM), es una región natural conformada por 15 municipios de los departamentos de Bolívar y Sucre, en el Caribe de Colombia (Figura 1). 8 del departamento de Sucre (Morroa, Los Palmitos, San Antonio de Palmito, Chalán, Ovejas, San Onofre, Colosó y Toluviejo) y 7 del departamento de Bolívar (Carmen de Bolívar, María La Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, Córdoba Tetón, El Guamo y Zambrano). Además, los municipios de Corozal y Sincelejo del departamento de Sucre son considerados área de influencia regional de los MM. Su extensión es de 6.466 Km², y su población se acerca a 500 mil habitantes, la cual fue en un proceso de descenso poblacional gracias al desplazamiento que se vieron obligados sus habitantes. Su ubicación geográfica la convierte en una región estratégica tanto por la fertilidad de sus tierras, el potencial de la ganadería, los recursos naturales como por ser un corredor estratégico entre el interior del país y el Caribe colombiano.

Figura 1. Localización de los Montes de María



Fuente: (PNUD, 2009)

Allí el PNUD trabaja sobre la superación de los desafíos planteados en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Concretamente, en Sucre el desafío es “*propender por el desarrollo social y económico dentro de un contexto incluyente, equitativo y justo en las oportunidades sociales y con escenarios de paz generalizados. El principal reto es la superación de la pobreza extrema y el hambre*” (PNUD, 2011). Lo anterior debido a que según las proyecciones del DANE para el 2010, con base en el CENSO de 2005, el 62,3% de la población se encuentran en condiciones de pobreza y el 28,3% en situación de miseria. Para Bolívar, la situación es aún más preocupante: De los siete municipios que conforman la región Montes de María, el 66% de la población es pobre y el 34% en situación de pobreza extrema. (PNUD, 2011)

Diferentes conflictos han hecho que la zona sea conocida no solo en Colombia, sino incluso a nivel internacional:

“La movilidad de la población en los últimos 15 años ha estado fuertemente influenciada por el conflicto armado que ha golpeado a la región, en la lucha por el dominio y control territorial entre las fuerzas ilegales de extrema derecha e izquierda y la fuerza pública. Según reporte dado por la unidad territorial Sucre de Acción Social, unas 114.494 personas están registradas como desplazadas en el Departamento, las cuales en un 80% han sido expulsadas de los Montes de María.” (Alvarez & Dorado Vega, 2006, pág. 15)

Sin embargo, la situación anterior contrasta con varios hechos: i) la fertilidad de sus tierras, pues no en vano ha existido una lucha por ellas, lo que potencializa a los Montes de María en temas agropecuarios ii) el capital humano, social y cultural de esta región, que la revelan como un territorio donde confluyen la riqueza cultural de nuestros antepasados (indígenas y africanos), iii) la ubicación geográfica estratégica a menos de dos horas de Cartagena, uno de los principales puertos exportadores de Colombia y ciudad visitada por cantidad de turistas internacionales iv) la biodiversidad de flora y fauna que embellecen y hacen única esta región, posibilitando el desarrollo del ecoturismo.

Dentro de los diferentes atractivos naturales con que cuenta los Montes de María se encuentran: ciénagas estuarinas, ecosistemas manglárnicos, bosques secos, cavernas en roca natural, lagunas, sabanas, caídas de agua y piscinas naturales, islas y arrecifes coralinos, en últimas una enorme biodiversidad. Las playas tienen una extensa longitud con bajo nivel de intervención, lo que asegura playas vírgenes, con aguas tranquilas y temperatura cálida del mar durante todo el año, costas con balnearios donde el bañista puede internarse hasta 250 metros con gran seguridad, poca presencia de fenómenos atmosféricos adversos (huracanes, mares de leva). (Cortés & Vergara, 2009)

Como si fuera poco todo lo anterior, y lo que constituye la principal motivación para este proyecto es que esta región cuenta con una alta oferta patrimonial y cultural que enriquece el contexto turístico del Caribe colombiano, con gente amable, fincas ganaderas y organización social de las culturas indígenas con potencialidad para turismo rural, oferta cultural apetecida (artesanal, gastronómica, ferias y fiestas).

En síntesis, en los MM confluyen dos momentos históricos: el pasado aterrador y el futuro por construir, construcción que debe ser pensada desde las comunidades y con la participación de todos los *stakeholders* (grupos de interés) que pueden contribuir para que esta región sea un territorio de oportunidades, aprovechando las ventajas comparativas que tiene como centro histórico, cultural, y agropecuario.

4.4. La Cultura Zenú: Primeros habitantes de los Montes de María

Los primitivos habitantes de la selva sinuana fueron los chocoes, también conocidos como emberas y, en las sabanas se ubicaron los zenúes quienes se dedicaron “*a la agricultura, al cultivo de maíz, yuca, ñame, fríjol, plátano, achiote, aguacate, cacao, variedades de ajíes, batatas, frutas. Los zenúes fueron delicados orfebres que trabajaron el metal con conocimiento de las técnicas de fundición, aleación y vaciado. Se destacaron en la elaboración de urnas funerarias, vasijas de toda clase y como hábiles talladores y artistas con exquisito gusto estético*”. ”. (Montes Mathieu & Martínez Simanca, 2008, pág. 15)

Aunque no se conoce mucha información sobre la cultura Zenú-Malibú establecida en las cuencas de los ríos Sinú y San Jorge, las riquísimas sepulturas indígenas de la región; “*la forma triangular de los pueblos; la bella orfebrería; los cacicazgos masculinos y femeninos; las creencias animistas y las herramientas y formas principales de trabajo que distinguían a estos grupos indígenas*” (Fals Borda, 2002, pág. 35), evidencian una civilización que dejó gran herencia en este inmenso territorio.

El pueblo zenú contó con un notable sistema social y económico, “*se destaca el papel equivalente al hombre que tenía la mujer zenú, pues parece que no había discriminación a favor de uno u otro sexo. [...] Las mujeres podían llegar al cacicazgo y guerrear en caso necesario, aunque estos indígenas, en general, daban la impresión de haber construido su*

sociedad sobre bases filantrópicas no violentas” Fals Borda citado por (Avendaño, 2009, pág. 2)

Los zenús son considerados por Fals Borda como una cultura anfibia, pues lograron articular sus actividades productivas y artísticas (pesca, caza, agricultura, cerámica, orfebrería y alfarería) a la dinámica natural de sus ríos y ciénagas. Este autor desarrolla la categoría de cultura anfibia para referirse a *“un complejo de conductas, creencias y prácticas relacionadas con el manejo del ambiente natural, la tecnología (fuerzas productivas) y las normas de producción agropecuaria, de la pesca y de la caza que prevalecen en las comunidades de reproducción de la depresión momposina [...], contiene elementos ideológicos y articula expresiones psicosociales, actitudes y prejuicios, supersticiones y leyendas”*. El mito del hombre-caimán⁴ es la mejor insignia de los habitantes de esta región de las sábanas inundables en el Caribe colombiano.

En la época de la conquista y la colonización los ojos de los buscadores de riquezas fijaron su atención en el Sinú: grandes esfuerzos se dirigieron hacia la explotación de sus minas de oro y plata, así como las auríferas arenas del río del zenú, que cruza la región. Eran los tiempos de la fiebre del oro en que compañías de europeos llegaron a América con la esperanza de ganar enormes fortunas. El antecedente más lejano en el tiempo (1511) trae como referente de excursión en busca de oro, a los conquistadores españoles comandados por el bachiller Martín Fernández de Enciso.

Al igual que la leyenda de El Dorado en la altiplanicie andina, en el Sinú la leyenda también cobró fuerza y no era para menos, los objetos que se encontraron tenían un enorme peso en calidad, cantidad y estética, además los Zenúes poseían grandes cantidades del codiciado metal; las minas del Panzenú así lo atestiguan, y el oro era labrado en cabezas de bastón, adornos masculinos y femeninos, así como estatuillas antropomorfas y zoomorfas. (Figura 2)

Figura 2. Muestras de restos de la cultura Zenú



Fuente: Fotos del Museo Etno-arqueológico de San Jacinto, tomadas por los autores

Así como dicen que las maldiciones persiguen a los profanadores, los espíritus guardianes del Sinú también lo hicieron con los usurpadores, pues estos adquirieron malignas enfermedades y pobreza: casi todos murieron de muerte trágica, entre ellos Pedro de Heredia, su hermano Alonso Heredia y el teniente Francisco César.

⁴ El mito del hombre –caimán cuenta la historia de hombre terminó siendo mitad hombre mitad animal. Los pescadores aseguran que aún aparece en el río asustando a las mujeres hermosas y a las lavanderas.

4.5. La gaita: herencia Zenú

“La gaita la hizo un apuesto joven llamado Chuana (gaita larga) que robó la chúa, caracol de oro de la tribu, para regalárselo a la bella Popuna (gaita corta); oyendo cantar a la rana Concoya y el pujo del sapo, sacaron ese baile; pero Carrúa (pito atravesado) su otro admirador, hubo de confesar el secreto ante el mohán de tribu que indignado, los hizo enterrar vivos con los cabellos afuera, siendo que de cada uno nació más tarde una mata de tuna, otra de caña popo y otra de carrizo, de las cuales el indio ha sacado pitos para hacer música” (Huertas, 1992)

La música de la región Caribe es el resultado de la fusión de tres culturas: la africana, la indígena y la española que se combinaron para ser la expresión coreográfica y musical más representativa. Los principales géneros musicales de la zona son cumbia, gaita, porro y puya, géneros musicales para danza que componen el repertorio de cañamilleros (tocadores de flauta de caña de millo, llamados también milleros), gaiteros (tocadores de flautas derechas llamadas gaitas), acordeoneros (tocadores de acordeón) y tamboreros (tocadores de tambores llamados: tambor alegre, tambor llamador). (D’Amico, 2002). La cultura negra contribuyó con el ritmo y los tambores, la indígena con la caña de millo y la gaita, y el vestuario parece ser de origen español. (Instrumentos de la música tradicional)

La gaita (Suarras – Kúisis – Chuanas) es de origen Zenú; es un instrumento musical de la familia de los aerófonos. Las suarras, o supés, están formadas por un tallo de cardón (cactus) ahuecado y llevan en el extremo superior una bola, o fotuto, fabricado con cera de abejas montunas y carbón vegetal molido incorporado a esta cera. Dicho fotuto está atravesado por la pluma de pato macho, de pava o de pato silvestre, guaco o guacharaca. Este instrumento mide aproximadamente 60 a 70 centímetros de longitud y el tubo tiene un diámetro de 2 a 3

Figura 3. La Gaita



Fuente: Fotos del Museo Etno-arqueológico de San Jacinto, tomadas por los autores

centímetros. Tanto la suarra macho como el Kúisi macho llevan un solo orificio digital y a veces dos. Las suarras o las kúisis hembras tienen las mismas características y dimensiones de los machos, pero las kúisis son más cortas que las suarras, pues solo alcanzan 40 centímetros. Las hembras, en su estructura, llevan cinco orificios tonales o digitales y su función es llevar el registro de las notas o de la melodía. De estas flautas de pico se derivan las actuales “gaitas” costeñas, que son una fiel copia de las indígenas y se han popularizado enormemente en el ámbito mulato de la región Caribe colombiana.

Se podría decir que el nombre de gaita para este instrumento es totalmente inadecuado, pues no tiene semejanzas morfológicas, ni timbrísticas con las verdaderas gaitas europeas⁵ (gallegas, bretonas, escocesas). Quizás cierta similitud del sonido hizo que los españoles de la

⁵ Las gaitas europeas son un juego de flautas con implementos de fuelles constituidos por odres, que suministran el aire complementario

conquista dieran a las suarras, kúisis y chuanas el nombre de gaitas. La palabra “gaita” procede del gótico “gaitis”, término que también utilizan las lenguas del oriente europeo; gaida en Hungría, gainda en Creta, o gayda en Yugoslavia, que significa cabra, ya que la piel de este animal se elabora el fuelle de la gaita europea. Otros autores dicen que proviene del nombre de un oboe de África, especie de dulzaina, llamada al-ghaita, ghaita o gheita. (Abadía Morales, 1991).

El nombre de gaita, además de instrumento musical designa un ritmo o aire musical, interpretado desde el punto de vista melódico con gaita macho y hembra acompañado a nivel rítmico por los tambores llamados, el alegre y la tambora, instrumento de doble parche que ha sido incorporado en el presente por muchos conjuntos.

Antonio Fernández (Toño), el gaitero mayor de los Montes de María la Alta, el que puso el canto español a la gaita, dice en forma maravillosa sobre el origen de la gaita:

“Unos han explicado que la gaita era una mujer; donde ella vivía había un mandamá, el cual mando al novio de la muchacha para la guerra. Mientras el novio fue y vino ella, la gaita, como mujer había muerto. El novio preguntó por la fosa donde la habían enterrado, fue allá y excavó; sacó los huesos y los sonó. Se produjo entonces el sonido de la gaita. Pero eso no es por ahí. Yo, Toño Fernández, les digo que la gaita es oriunda de los indios que vivían antes de la llegada de los españoles, de esos que hacían cerámicas y hamacas procedentes de los Zenúes, que conocemos como indios farotos, antiguos habitantes de San Jacinto, Bolívar. Lo digo por esto: antiguamente, cuando ellos vivieron no había violinas (armónicas) y los acordeones eran comprados por raras personas. El indio siempre hizo pitos de papayo para tocar a la comunidad y a sus hijos y entretenerlos toda la noche. Entonces los guardaba y le amanecían secos; hasta que un día el indio salió a buscar hojas para hacer mute y encontró la mata de bleo; cortó un vástago y se dio cuenta que tenía un corazón viscoso; se puso a pensar y llegó a la conclusión que ese sí le iba a durar. Lo echó en agua y, como a los 5 ó 6 días, lo sacudió y así quedó limpiecito. La cera era silvestre porque en ese tiempo una “mosca” en esas montañas daba hasta tres barriles de miel. Teniendo cera abundante cogieron una pluma de pavo e hicieron sus gaitas. Y como todo público necesita el marcante, creó el macho y luego la hembra, y entre todos los vecinos empezaron a ensayar la gaita. De ahí salió el famoso baile de las farotas y esa música bendita de Maya, que es la más indígena, y quien la interpreta mejor es el indio Juan Lara, el mejor gaita hembra del mundo”

5. INVENTARIO TURISTICO

Como ya se mencionó previamente en esta parte solo se mostrarán los resultados obtenidos para dos de los municipios con el fin de evidenciar parte de la riqueza de la región, para ello se utilizó como metodología de evaluación la propuesta para valoración de los recursos turísticos con el fin de identificar los atractivos culturales que podrían ser puestos en valor a través de la actividad turística.

A manera de ejemplo se ha traído uno de los formatos de evaluación utilizados por el MINCIT (los formatos y la evaluación se diferencian dependiendo el activo que se esté valorando: Patrimonio Cultural Material, Patrimonio Cultural Inmaterial, Festividades y Eventos, Sitio Natural) (Tabla 1). Los activos culturales son evaluados en dos variables: calidad y significado; la calidad se evalúa en un puntaje que puede llegar hasta un valor máximo que representa el 70% de la calificación, por ejemplo para evaluar los aspectos de calidad en el Patrimonio Material se toman en cuenta el Estado de Conservación, la Constitución del Bien, la Representatividad; en el caso de Patrimonio Inmaterial se evalúan los aspectos de Colectivo, Tradicional, Anónimo, Espontaneo y Popular. En Festividades y

Eventos se evalúa la Organización del Evento, los Beneficios Socio culturales para la comunidad y los Beneficios Económicos Locales. Así, para el Festival Nacional de Gaitas, en la variable Organización del evento, el valor máximo es 30 y le fue asignado 20, en los beneficios socio-culturales se le califico con 15 de 20 puntos posibles, gracias a que contribuye en la promoción de la cultura de la región; y en los beneficios económicos se a evaluó con 10 puntos de 20 posibles, porque no siempre es la población local la beneficiada con los ingresos generados en el evento.

Por su parte la variable significado se valora de acuerdo con el grado de reconocimiento que tenga el activo (sin importar el tipo de activo); de tal forma que se asigna 6 puntos si el reconocimiento es local solamente. Si es regional se asigna 12. Si es nacional, 18; y si tiene reconocimiento internacional, la calificación es 30. Para el caso del Festival Nacional de Gaitas, su puntuación es 18 (de impacto nacional) (Tabla 1)

Esta metodología se siguió con cada uno de los atractivos turísticos y se obtuvo que los principales atractivos culturales de los municipios de San Jacinto y Ovejas son el Festival Nacional Autóctono de Gaitas, las Artesanías y el Museo Etno-Arqueológico junto con los petroglifos en San Jacinto. Por su parte en Ovejas se destacan el Festival Nacional de Gaitas Francisco Llirene, el patrimonio arquitectónico gracias al florecimiento de la actividad tabacalera de un siglo atrás: bonanza del cultivo, procesamiento y exportación del tabaco negro alrededor de los años de 1820. El estilo de su arquitectura obedece a la época republicana, las casas fueron construidas en madera y con balcones, lo cual no fue difícil gracias a la riqueza natural existente alrededor de Ovejas.

Tabla 1. Formato de evaluación Activos Turísticos

1. GENERALIDADES						
1.1 NOMBRE	FESTIVAL NACIONAL DE GAITAS					
1.2 DEPARTAMENTO	SUCRE	1.3 MUNICIPIO	OVEJAS			
1.4. CORREGIMIENTO, VEREDA O LOCALIDAD	Zona Urbana					
1.5 ADMINISTRADOR O PROPIETARIO						
1.6. DIRECCIÓN /UBICACIÓN	TODA LA LOCALIDAD					
1.7. TELEFONO- FAX						
1.8 DISTANCIA (DESDE EL MUNICIPIO MAS CERCAÑO)	35 MIN	1.9 TIPO DE ACCESO				
SINCELEJO		TERRESTRE	X	ACUATICO	FERREO	AEREO
1.10 INDICACIONES PARA EL ACCESO	VIA TRONCAL OCCIDENTE A 2 HORAS Y 47 MIN DE CARTAGENA					
2. CARACTERISTICAS						
2.1. Código Asignado						
2.2. Descripción	<p>Encontramos que en Ovejas hay varias festividades como Las fiestas del patrono San Francisco de Asis, fiestas populares bola de candela, las festividades de la virgen del Carmen y por último el festival nacional de gaitas que es el Patrimonio Cultural y Folclórico de Ovejas, este es un evento mediante el cual se rescata y preserva la música de gaitas y todas las manifestaciones culturales del Caribe Colombiano.</p>					
						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD					PUNTAJE	
ORGANIZACIÓN DEL EVENTO					20	
BENEFICIO SOCIOCULTURALES					15	
BENEFICIOS ECONOMICOS LOCALES					10	
Subtotal:					45	
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					18	
Total:					63	

6. PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE TURISMO CULTURAL

“Enamorar, tal vez ahí esté la clave. Uno es capaz de descubrir en las personas que quiere, multitud de valores que no resulten evidentes para los demás. Interpretar el patrimonio es, seguramente, poner de relieve esos valores, tal vez pequeños, pero potencialmente inmensos. Interpretar es ayudar a enamorar, y el patrimonio natural, como el cultural, necesita ser querido.”

Del dossier Patrimonio y Sociedad, Junta de Andalucía, España.

6.1. Diseño del Plan Estratégico

Este Plan Estratégico ha sido diseñado en concordancia con los Lineamientos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para posicionar a Colombia como un destino turístico de clase mundial, para ello se ha definido el marco estratégico (misión, visión y objetivos) y se proponen algunas rutas turísticas que servirán para poner en valor los atractivos turísticos de MM.

6.1.1. Misión

Somos municipios con vocación turística como complemento de sus actividades principales, reconocidos por sus artesanías, festivales, su riqueza gastronómica y cultural, sus muestras arquitectónicas y arqueológicas y su proyección de turismo cultural y ecoturística, que busca el desarrollo de la comunidad; en pro de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Para tal efecto cuenta con la efectiva administración de los recursos y la participación de todos los implicados, dentro de los criterios de desarrollo sustentable, buscando la preservación natural y cultural, la conservación del espacio público y del medio ambiente, teniendo como base una estructura administrativa y operativa adecuada.

6.1.2. Visión

Se pretende que estos municipios para el 2030 sean posicionados como destinos principales de ecoturismo y turismo cultural de la región Caribe Colombiana que conduzcan un proceso planificado, concertando las aspiraciones sectoriales y gubernamentales, respondiendo a los intereses de la comunidad organizada y utilizando racionalmente el territorio, para contribuir al desarrollo sostenible y sustentable de la región.

6.1.3. Objetivos estratégicos

La actividad turística debe contribuir al desarrollo sustentable y sostenible de los municipios San Jacinto en Bolívar y Ovejas en Sucre, planificando, fomentando y promoviendo acciones en armonía con la naturaleza y los activos turísticos identificados. Adicionalmente existen objetivos estratégicos en las áreas social, económica y política que deben tomarse en cuenta (Tabla 2).

Tabla 2. Objetivos estratégicos por área

Sociales	Económicos	Políticos
Mejorar la calidad de vida de la población local	Poner en valor la planta turística actual.	Proyectar la imagen local positiva a nivel nacional e internacional
Preservar , valorizar y promover el patrimonio natural y cultural de la región y sus comunidades	Fomentar una operación empresarial para el manejo eficiente de los recursos integrales	Mejorar las relaciones interinstitucionales e intermunicipales
Diseñar acciones que permitan la integración funcional de los diversos actores participantes (Estado, Departamento, Municipio, Comunidad y sector privado).	Generar nuevas y productivas fuentes de trabajo en el sector por medio de vinculaciones directas o indirectas y/o incentivos a la microempresa	Fortalecer una integración de cooperación y complementariedad con la región Caribe como mercado objetivo inicial
Explotar racionalmente para el turismo, sus recursos étnicos y naturales.	Desarrollar nuevos productos turísticos que potencialicen a estos municipios como destinos de importancia.	Priorizar los sistemas de formación del recurso humano por medio de capacitación efectiva.

Fuente: Los autores

6.1.4. Estrategias genéricas.

En virtud de las características de los atractivos turísticos que poseen estos municipios se puede concluir que se prestan para desarrollar actividades de turismo de naturaleza (ecoturismo) y de turismo cultural (artesanal e histórico).

En tal sentido, la estrategia genérica a utilizar es la diferenciación, por ello es importante diseñar y ofertar dos tipos de productos, el primero, el “ecoturismo” y el segundo, el producto “cultural-artesanal” unido al “cultural-histórico”, cuyo target (públicos objetivos) posee características, necesidades y expectativas diferentes. Por ejemplo, aunque en Colombia no existe un estudio del perfil del turista que recibimos, en España en estudio realizado por la Universidad de Valencia se concluyó que “*el perfil del turista rural es una persona adulta, con estudios superiores, que busca desconectar, relajarse y visitar lugares nuevos, limpios, tranquilos y con patrimonio cultural.*” (Universidad de Valencia, 2009)

El público objetivo de esta propuesta inicialmente debe ser el turista nacional interesado por la cultura, por cuanto como primer paso para ser un destino de clase mundial, se requiere que San Jacinto y Ovejas sean destinos turísticos de clase regional y nacional. Además tomando como referencia el conocido Diamante de Porter (Porter, 1990), específicamente en el ítem relacionado con las condiciones de la demanda, la llegada de turistas nacionales puede motivar a los empresarios para que tomen decisiones de innovación precisas para ajustarse a

las necesidades y requerimientos de los consumidores, de tal manera que inicialmente el mercado local favorecerá aspectos como la fijación de precios bajos y ajustarse en aspectos como servicio al cliente, calidad turística que a la larga producirá beneficios en cuanto a la curva de aprendizaje y competitividad a nivel internacional.

6.2. Definición De Las Rutas

Para la definición de las rutas propuestas que en este apartado se desarrollará se ha tomado como punto de partida los conceptos fundamentales de cultura, turismo cultural y patrimonio cultural y se ha buscado el rescate del patrimonio cultural de los municipios de San Jacinto y Ovejas como un recurso turístico, -convirtiéndose en un argumento principal para recuperarlo y protegerlo-, además de convertirse en factor de dinamización y potenciación del desarrollo socioeconómico local y regional.

Si bien el patrimonio inmaterial y material de los dos municipios puede ser utilizado por los turistas de manera aislada, la integración de estos en rutas turísticas permitiría un mejor aprovechamiento de los recursos. Es claro que para una ruta turística a partir del patrimonio cultural, se requieren ciertas estrategias para la participación de los gobiernos, como del sector privado y de la comunidad. Por un lado, el sector público debe crear las condiciones para favorecer la participación de los demás actores sociales, por su parte, los ciudadanos y el sector empresarial participan en la propia recuperación del patrimonio cultural dentro del paisaje urbano o en el medio rural.

En conclusión, tal como se afirma en la definición de turismo sostenible, la puesta en valor del patrimonio local como recurso turístico es un reto, que debe ser controlado, planificado y gestionado, de forma articulada entre el sector público y el privado para que pueda inscribirse en el marco del desarrollo sostenible.

El paquete turístico diseñado para estos municipios consta de un paquete de 3 rutas. Lo ideal es que el turista permanezca tres días en la zona para que pueda realmente conocer la cultura de San Jacinto y Ovejas, sin embargo, se ha diseñado a manera de rutas independientes para abarcar los dos mercados: quienes compran rutas o quienes compran el paquete.

A continuación se describirán las actividades que se realizarían en cada una de las rutas y que brindaran la oportunidad de conocer más sobre la cultura de estos dos municipios.

6.2.1. Ruta de la gaita

Con la partida de los buses a las 7:00 a.m. desde la capital de Cartagena (Bocagrande), arranca el paquete turístico para los excursionistas, teniendo previsto llegar al municipio de San Jacinto alrededor de las 9 00 a.m., donde serán recibidos con un desayuno típico de la región y luego por un guía turístico del municipio quien explicará la historia de la gaita, sus orígenes y se tendrá una muestra folclórica de gaitas y comparsas, además de una charla con uno de los gaiteros mayores. En la Escuela de Gaiteros se llevarán a cabo estas actividades y se espera que los turistas tengan la oportunidad de aprender sobre los ritmos musicales de la región y que puedan practicarlos.

Hacia el mediodía se partirá con destino hacia el municipio de Ovejas en donde luego del almuerzo típico de la región se realizarán dos actividades principalmente: la muestra folclórica con los niños gaiteros y se recorrerá la Universidad de la gaita.

Tabla 3. Especificaciones de la ruta de la Gaita

Hora	Actividad
07:00	Salida de Cartagena
09:00	Llegada a la Plaza de San Jacinto, desayuno típico y muestras folclóricas con comparsas
10:00	Visita a Escuela de Gaita y aprender bailando
12:30	Partiendo hacia Ovejas
01:00	Almuerzo o Muestra gastronómica
02:30	Muestra folclórica de Niños Gaiteros y de Piquería
03:30	Visita a Universidad de la Gaita
05:00	Regreso a Cartagena

Fuente: Los autores

Para aquellos turistas que decidan quedarse ese día se quedarán en el municipio de Ovejas donde se dispone de dos posibilidades de alojamiento: Casa de Familia en Ovejas o Posada Turística en zona.

6.2.2. Ruta por la artesanía Zenú

Para quienes vienen procedentes de Cartagena llegarán a Ovejas alrededor de las 9:30, donde iniciarán las actividades con el desayuno, aprovechando para reunirse con quienes se hospedaron allí. Posteriormente en compañía de un guía experto en arquitectura se hará un recorrido por las calles del municipio de Ovejas, donde se hará recorrido por las principales edificaciones del municipio, concluyendo el recorrido matutino en un taller artesanal donde se elaboran los tambores.

Una vez terminada la visita al taller artesanal de tambores, los turistas serán dirigidos a San Jacinto, donde almorzaran y visitaran dos talleres artesanales para concluir el recorrido en la Troncal de Occidente, donde se encuentra la mayor concentración de comercios de artesanías de hamacas y mochilas de San Jacinto.

Tabla 4. Especificaciones de la ruta por la artesanía Zenú

Hora	Actividad
07:00	Salida de Cartagena
09:30	Llegada a Ovejas, desayuno típico
10:00	Recorrido por las calles para realizar un reconocimiento arquitectónico
11:00	Visita a taller artesanal de tambores
12:30	Partiendo hacia San Jacinto
01:00	Almuerzo o Muestra gastronómica
02:30	Visita a taller artesanal y aprender tejiendo
03:30	De compras por la Troncal
05:00	Regreso a Cartagena

Fuente: Los autores

Los turistas que han adquirido el paquete turístico se quedarán en San Jacinto en cualquiera de las tres alternativas de alojamiento: Hotel, Casa de familia o en una Posada eco-turística.

6.2.3. Ruta ecológica por nuestros antepasados Zenúes.

Esta ruta está dirigida especialmente a aquellos turistas que les interesa dar un recorrido por un sendero ecológico. Para ello se inicia la ruta por el Museo etno-arqueológico, donde se les enseñarán a los turistas todo lo relacionado con la historia de San Jacinto y se mostrarán las piezas arqueológicas que por años ha logrado recaudar y rescatar el museo. Posteriormente en excursión coordinada por el Museo Etno-arqueológico de San Jacinto, se partirá hacia la finca donde se encuentran ubicados los petroglifos; el transporte se complementará entre vehículos camperos y ejemplares mulares, el almuerzo será sancocho de gallina criolla o tipo asado, de tal manera que el turista interactúe y viva las costumbres de la región.

Tabla 5. Especificaciones de la ruta Por nuestros antepasados Zenúes

Hora	Actividad
07:00	Salida de Cartagena
09:00	Llegada a la Plaza de San Jacinto, desayuno típico
10:00	Visita al Museo etno-arqueológico
11:00	Caminata ecológica a los petroglifos
01:00	Almuerzo o Muestra gastronómica
03:00	De vuelta a San Jacinto
05:00	Regreso a Cartagena

Fuente: Los autores

7. RECOMENDACIONES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS EN SAN JACINTO BOLÍVAR Y OVEJAS SUCRE

Este tipo de estudios es fundamental para la generación de productos innovadores; sin embargo, para que un proyecto como estos se lleve a cabo requiere necesariamente la participación de los entes locales implicados, en tal sentido se entiende que este es un ejercicio académico que contiene una mirada externa (y no por ello menos importante) que propone una metodología para el desarrollo del turismo en la región Caribe. Desde tal punto de vista externo, se realizan aquí algunas recomendaciones que se deben tomar en cuenta para el desarrollo de la zona como un destino turístico que bien pueden ser entendidos como programas o proyectos estratégicos pero que se han sacado de tal categoría por no contar con el aval y la participación de los stakeholders:

7.1. Programa de Fortalecimiento de la Conectividad e Infraestructura.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Pavimentar la vía de acceso a los municipios y las zonas urbanas
- Señalizar la vía de acceso interna de los municipios, y fomentar la señalización turística en el área urbana y en los senderos naturales.
- Rehabilitar el Parque Central de San Jacinto para que además de ser un espacio de reunión sea un espacio verde.
- Mejorar la prestación de los servicios básicos de acueducto y alcantarillado, energía eléctrica.
- Mejorar los servicios de salud prestados tanto para los habitantes de los municipios como para turistas.

7.2. Programa de Sensibilización Turística.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Llevar a cabo la campaña “Descubramos nuestras riquezas” de tal manera que los primeros turistas (clientes) sean los mismos habitantes de la zona, que les permita conocer los atractivos turísticos y valorarlos como tal.
- Diseñar una campaña para la elección del emblema o el lema de la campaña para la promoción turística de los municipios.
- Generar espacios de tertulias sobre la historia de los municipios, con historiadores u oradores de la región.

7.3. Programa de Capacitación.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Elaborar un diagnóstico de las necesidades de capacitación para luego diseñar el plan de formación turística.
- Diseñar un sistema de gestión de la calidad en los operadores turísticos de los municipios.
- Brindar procesos de capacitación sobre temas como cultura ciudadana, servicio al cliente, emprendimientos culturales, gestión de empresas turísticas, hostelería, entre otros. Estos procesos deben tener características especiales: ser lúdicos y recreativos (porque aprender es divertido), con ejemplos que se adecuen a los implicados.

7.4. Programa de Impulso de la Planta Turística.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Fomentar la construcción de posadas turísticas, hoteles y casas rurales, y/o programas complementarios como proyectos productivos (restaurantes, transporte público), dotación (bancos, centros de salud) y capacitación (escuelas de formación).
- Promover la creación de operadores turísticos como por ejemplo una agencia operadora del ecoturismo.
- Establecer en el POT, zonas especiales como por ejemplo la zona rosa o gastronómica, la zona de artesanías, o espacios rurales para áreas de camping.

7.5. Programa de Restauración y Habilitación de Atractivos.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Actualizar periódicamente el inventario y la valorización de los atractivos turísticos.
- Estudiar y establecer la capacidad de carga turística en estos municipios para establecer políticas de desarrollo turístico.
- Adecuar centros para los visitantes para la interpretación del patrimonio natural y cultural. Continuar con la adecuación del Museo etno-arqueológico.
- Demarcar y señalar los senderos eco-turísticos y los principales atractivos turísticos ubicados en el área urbana de los municipios.
- Restaurar y preservar antiguas casonas de los municipios, por ejemplo es lamentable como se está permitiendo el deterioro de la casa donde funciona la Alcaldía Municipal de Ovejas.
- Declarar como zona histórica especial a los lugares que merezcan tal reconocimiento.

7.6. Programa de Conocimiento del Mercado y Diseño del Producto.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Realizar investigación de mercados para analizar la oferta y definir demanda actual o potencial, incluyendo las tendencias modernas de segmentación. Es necesario determinar las expectativas, motivaciones y deseos de la demanda para poder formular productos turísticos.
- Diseñar un Sistema de Información Turística que permita realizar mediciones para el mejoramiento.
- Diseñar el Plan de Mercadeo Turístico, definiendo la marca turística, el slogan de la campaña de promoción y otras rutas turísticas, además de las planteadas.
- Generar acciones conjuntas con el sector privado y la comunidad para redefinir los productos turísticos impulsando la creación de productos turísticos innovadores.

7.7. Programa de Desarrollo y Coordinación de la Superestructura Turística.

Para tal efecto se requieren acciones como:

- Crear la oficina de Turismo de la Red Montemariana, para promover el apoyo del sistema financiero para el turismo, en especial lo relativo al Fondo de promoción turística y los recursos del IFI y que contribuya en la identificación, normatividad,

- tenencia y declaratoria de áreas con potencial para la actividad eco-turística o el turismo rural, en especial, de aquellas áreas que requieren de acciones de preservación.
- Definir la Política Turística de los Municipios. Ésta política debe ser coherente y efectiva para la operación teniendo como objetivos. i) la productividad de cada uno de los destinos especiales seleccionados en el área municipal y rural, ii) la optimización de los servicios en función de las necesidades del mercado, iii) la cohesión de los diferentes prestadores de servicios turísticos y, iv) el mejoramiento de las condiciones de seguridad para el tránsito en el territorio.
 - Fomentar la participación de los diferentes actores (prestadores, empresarios y operadores de servicios turísticos) en forma conjunta con las autoridades locales y las comunidades involucradas en el proceso.

No obstante todos los programas previamente diseñados, lo primero que debe suceder en Colombia, es que el Proceso de Paz brinde un ambiente propicio para que el turista (especialmente internacional) sienta que se encuentra en un territorio seguro, donde nada le ocurrirá y que “el único riesgo es que se quiera quedar”⁶. De esta forma, el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, “Turismo para la construcción de la Paz”, se irá convirtiendo en una realidad.

8. CONCLUSIONES

El turismo es una industria que ofrece múltiples posibilidades para el desarrollo local, y por ende debe planificarse y estructurarse para que produzca tal efecto, sino se quiere que los destinos turísticos se conviertan en *ghettos* impidiendo la incorporación de lo autóctono a los proyectos hoteleros, resorts, centros vacacionales, etc. El desarrollo del turismo cultural requiere del involucramiento de la comunidad, quienes han de ser protagonistas con el fin de tomar sus propias decisiones con respecto al destino turístico; ello necesariamente implica tanto un proceso de empoderamiento como de desarrollo de capacidades en los recursos humanos con los que cuenta el territorio. Esto significa que la cultura es hoy día un elemento que puede ser usado para el desarrollo de las poblaciones.

Por otra parte, la creciente importancia del turismo no solo a nivel nacional sino también internacional está fuera de toda duda, y la necesidad de plantear modelos para evitar errores en la comercialización de espacios turísticos conlleva a que los operadores determinen exactamente qué se consume y cómo se consume esta demanda turística para ofrecer productos diferenciados que satisfagan dichas necesidades. El lazo entre turismo cultural y patrimonio es sin igual, y aunque los mayores beneficios percibidos del turismo han sido de índole económica, el patrimonio también ha recibido su beneficio, pues a pesar de ser una riqueza no renovable, al ponersele en valor, se le está brindando una apreciación desde la dimensión cultural.

En este trabajo se ha presentado un análisis descriptivo del inventario turístico en los municipios de Montes de María, tomando como ejemplo a San Jacinto en Bolívar y Ovejas en Sucre, con el fin de determinar los activos con los que cuenta este territorio, haciendo especial

⁶ Este fue el slogan de la campaña de promoción turística internacional de comienzos de siglo que ha contribuido en el cambio de imagen del país.

énfasis en los recursos culturales, de tal forma que se pudiera sugerir el colocarlos en valor para definir una propuesta de desarrollo turístico para estos dos lugares.

Luego de plantear la propuesta presentada se entiende que lograr un producto turístico atractivo para el consumidor supone una ardua tarea -más aún, en esta región cuyo posicionamiento es de un territorio de conflicto-; pero, una vez que se logre, representará para los habitantes de estos municipios una nueva fuente de ingresos que complementaran sus actividades agropecuarias y una nueva imagen de territorio. En tal sentido, es imprescindible el apoyo conjunto entre los entes públicos y privados y de la propia población que verdaderamente serán los artífices de la revolución montemariana, en la que se logre demostrar que el turismo, en particular el turismo cultural, puede representar una salida al conflicto, de tal forma que se contribuya en la Ruta por la Vida de la Red Montemariana:

“La ruta por la vida nos está reclamando una comunidad de artesanos por la vida que desde sus diversas prácticas y artes, busca la reconstrucción vital de aquellas personas y comunidades que han sido golpeadas por la violencia. Queremos en este esfuerzo reconciliador construir alternativas que ayuden a corregir el mapa montemariano de la guerra, reconstruyendo el mapa de la vida con cuatro exigencias muy concretas: Inteligencia, Sensibilidad, Profesionalismo y Eficacia.” (Red Montemariana)

9. BIBLIOGRAFIA

- Abadía Morales, G. (1991). *Instrumentos musicales. Folklore colombiano*. Bogotá: Biblioteca Banco Popular.
- Alvarez, T. R., & Dorado Vega, A. (Octubre de 2006). *FENALCE*. Obtenido de Montes de María. Presente y futuro: http://fenalce.org/arch_public/Sucre.pdf
- Ballart, J., & Tresserras, J. J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Ariel Arte y Patrimonio.
- Convenio Corporación ALMA MATER-FOREC. (2002). *Ecorregión Eje Cafetero: Un territorio de Oportunidades*. Obtenido de Construcción de un Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Sostenible en la Ecorregión del Eje Cafetero: http://www.almamater.edu.co/Publicaciones/Ecorregion_Eje_Cafetero_Un_Territorio_de_Oportunidades.pdf
- Cortés, S. M., & Vergara, M. H. (2009). *Sucre, Paraíso sin Descubrir. Plan de Mercadeo para Promocionar determinadas áreas del Departamento y así contribuir con su Desarrollo*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9313/1/tesis402.pdf>
- D'Amico, L. (2002). La cumbia colombiana: análisis de un fenómeno musical y socio cultural. *Actas del IV Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular*. Obtenido de <http://www.iaspmal.net/wp-content/uploads/2011/12/Damico.pdf>
- DNP. (2010). *Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Domínguez, J. L., & Vásquez, A. (15 de Febrero de 2008). *Colección de Tesis Digitales Universidad de las Américas Puebla*. Obtenido de Asimilación e identidad entre México y Estados Unidos: Los efectos negativos de la influencia cultural: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_jl/capitulo1.pdf

- Fals Borda, O. (2002). *Historia doble de la Costa. Tomo 3, Resistencia en el San Jorge*. (U. N. Colombia, Ed.) Banco de la República y El Áncora Editores.
- Huertas, M. (1992). El Sabanero tras su identidad. *Gaceta Cultural de la Sabana*.(2), 9-12.
- Martinell, A. (2011). Aportaciones de la Cultura al Desarrollo y a la Lucha contra la Pobreza. *Cultura y Desarrollo. Un compromiso para la libertad y el bienestar*. Fundación Carolina - Siglo XXI. Obtenido de http://www.alfonsmartinell.com/wordpress/wp-content/uploads/2011/12/APORTES_CULTURADESARROLLO_AMartinell.pdf
- Meyer, D. (2002). *Turismo y Desarrollo Sostenible*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- MINCIT. (Enero de 2010). *Inventarios turísticos*. Obtenido de Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, enero de 2010.: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16387>
- MINCIT. (Enero de 2015). *CITUR*. Obtenido de Estadísticas de Turismo: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>
- Montes Mathieu, R., & Martínez Simanca, A. (2008). El Sinú y las sabanas. *Cuadernos de literatura del Caribe e Hispanoamérica*.(8), 11-24. Obtenido de http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/cuadernos_literatura/article/view/505
- Pardo, J. (2009). La cultura: factor de desarrollo, prosperidad y felicidad. *Fundaciones. Revista de Acción Cultural*(7).
- PNUD. (2009). *Redes de construcción de paz. La experiencia del Programa Reconciliación y Desarrollo en Colombia 2003-2009*. Bogotá: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Programa REDES.
- PNUD. (2011). *Montes de María. Retos y propuestas para la construcción colectiva de sus programas de gobierno*. Bogotá.
- Porter, M. (1990). *Ventaja Competitiva de las Naciones*.
- República de Colombia. (1997). *Ley General de Cultura* . Bogotá: Congreso de la República de Colombia.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. United Kingdom: CABI.
- Santana Talavera, A. (2003). Mirar y leer: Autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico. En A. M. Nogués, *Cultura y Turismo* (págs. 55-82). Andalucía: Signatura Demos.
- SERNATUR. (2014). *Turismo Cultural: una Oportunidad para el Desarrollo Local. Guía Metodológica*. Santiago de Chile: Servicio Nacional de Turismo.
- UNESCO. (17 de Octubre de 2003). *UNESCO*. Obtenido de Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006>
- Universidad de Valencia. (2009). Un estudio revela el perfil del turista. *Iberia Rural*.