

LA CIUDAD EROTIZADA: ANÁLISIS DISCURSIVO DE UN BLOG TURÍSTICO SOBRE CARTAGENA DE INDIAS

**THE EROTIC CITY: DISCURSIVE ANALYSIS OF AN TOURIST BLOG
ABOUT CARTAGENA DE INDIAS**

CIELO PATRICIA PUELLO SARABIA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR.

Email: cpuellos@utb.edu.co

ERIKA PAOLA ARDILA PALACIO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR.

Email: erikaardila2012@gmail.com

Resumen

Las publicaciones turísticas, además de promocionar destinos específicos, construyen representaciones sobre las ciudades destino y los sujetos que las habitan. Con las nuevas tecnologías, dichas publicaciones han adoptado formatos como los blogs y videoblogs que tienen la capacidad de poner a circular dichas representaciones de forma masiva y permiten que los lectores no solo consuman información, sino también que la produzcan.

En esta ponencia se hace un análisis discursivo de Naughty Nomad, un blog que funciona como guía de viajes para hombres provenientes de Norteamérica y Europa que, además de visitar destinos turísticos, están en busca de estrategias o herramientas que les faciliten experiencias eróticas con mujeres.

Interesa mostrar cómo en esta publicación turística, que tiene como lectores ideales a viajeros masculinos provenientes de países desarrollados, se construye una representación erotizada de Cartagena de Indias, uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia y también una de las ciudades más desiguales de este país. Para ello, se toman algunas herramientas conceptuales proporcionadas por el Análisis Crítico del Discurso (puntualmente el seguimiento a actores y acciones) y la reflexión sobre los géneros textuales propuesta por la Lingüística Sistémico Funcional al asumir la entrada del blog como un texto inscrito en el género de la guía turística.

Abstract

Tourism publications, in addition to promoting specific destinations, construct representations about the destination cities and the subjects that inhabit them. With the new technologies, these publications have adopted formats such as blogs and videoblogs that have the ability to circulate these representations massively and allow readers not only to consume information, but also to produce it.

In this paper, a discursive analysis of Naughty Nomad is made, a blog that works as a travel guide for men from North America and Europe. These, in addition to visiting tourist destinations, are looking for strategies or tools that facilitate erotic experiences with women. We are interested in showing how in this tourist publication, which has male travelers from developed countries as ideal readers, an eroticized representation of Cartagena de Indias is built, one of the most important tourist destinations in Colombia and also one of the most unequal cities in this country. For this, some conceptual tools provided by the Critical Discourse Analysis (punctually the follow-up to actors and actions) and the reflection on the textual genres proposed by the Functional Systemic Linguistics are taken by assuming the blog entry as a text inscribed in the genre of the tourist guide.

PALABRAS CLAVES

Ciudad, discurso turístico, erotización de los espacios, imaginarios, representaciones, estereotipos.

KEY WORDS

City, tourist discourse, eroticization of spaces, imaginaries, representations, stereotypes.



Introducción

Desde comienzos de la década del ochenta del siglo XX, Cartagena de Indias se consolidó como uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia (Ávila, 2008). Aunque no tiene el flujo de visitantes internacionales de lugares como Cancún, La Habana o Santiago, esta ciudad es el referente principal cuando se habla del Caribe colombiano y el turismo -junto a la actividad portuaria y la industria- se ha convertido en uno de sus sectores económicos más importantes (Ayala-García y Meisel-Roca, 2016).

El discurso ha jugado un papel importante en este posicionamiento (Ávila, 2008). Actores locales (como entidades públicas, grupos hoteleros, élites económicas, etc.) han puesto en circulación textos turísticos (guías, folletos, catálogos, postales, páginas web, etc.) que promocionan la ciudad como un lugar donde los visitantes pueden relajarse disfrutando del sol y la playa, y al mismo tiempo revivir la historia (Ávila, 2008)¹. Como bien lo explica Freddy Ávila (2008), la representación de Cartagena en el discurso turístico se mueve entre “la ciudad patrimonio” que ofrece una experiencia cultural y “la ciudad paréntesis” que promete el encuentro con el placer y la ruptura con la cotidianidad de los visitantes (Ávila, 2008).

En general, estas representaciones han procurado desvincular la ciudad de los problemas políticos y sociales que ha tenido Colombia y en alguna medida lo han logrado, pues esta “registró un crecimiento promedio del turismo extranjero de 13% entre 2011 y 2014, mientras que en el país ese aumento fue del 7,7%” (Ayala-García y Meisel-Roca, 2016, p.1). Además, dichas representaciones han tendido a excluir lo popular y lo afro de los referentes de la ciudad turística o a incluirlos dentro de lógicas de exotización (Cunin, 2003) que refuerzan la imagen de “la ciudad paréntesis”, “la ciudad del placer”².

Dentro de este panorama, es importante aclarar que aunque el turismo es uno de los tres sectores que generan mayores ingresos económicos a la ciudad (Ayala-García y Meisel-Roca, 2016), este no impacta de forma determinante la calidad de vida de los grupos poblacionales más vulnerables. A pesar del auge económico, Cartagena es la segunda ciudad capital más desigual en Colombia y esta desigualdad está atravesada por dinámicas de racialización: la pobreza se concentra en los barrios donde habitan más personas que se auto-reconocen como afrodescendientes y estas poblaciones son las que tienen menor acceso a derechos básicos (Pérez y Salazar, 2007; Aguilera y Meisel, 2009, citados por Ayala y Roca, 2016). Y si relacionamos esto con el turismo, en términos generales, la mayoría de los ciudadanos que se vinculan a este sector lo hacen como prestadores de servicios que reciben remuneraciones bajas o, incluso, desde el trabajo informal (ventas ambulantes, guías informales, peinadoras, masajistas, etc.) que no proporciona las garantías laborales mínimas.

En un contexto como este, en donde confluyen la desigualdad, la exclusión, la pobreza y la exotización, no resulta extraño que la oferta turística haya empezado a incluir servicios sexuales. Tampoco sorprende que esto haya dado entrada a dinámicas de explotación sexual en la ciudad, pues no necesariamente todos los



sujetos que prestan servicios sexuales lo hacen por voluntad propia o tienen la posibilidad de escoger entre opciones laborales variadas.

Si bien desde espacios oficiales Cartagena no es promocionada como destino sexual (y en los últimos años desde las entidades públicas se han impulsado campañas que rechazan la explotación³), es innegable que muchos de los turistas que ingresan a la ciudad lo hacen en busca de experiencias eróticas. La reciente captura de Liliana Campos Puello (presunta líder de una red de explotación sexual) ha puesto a la ciudad heroica en el centro del debate sobre turismo sexual en el país, dando origen a noticias, reportajes, crónicas y hasta entradas de blogs que evidencian las dinámicas que rodean esta realidad y la señalan como un problema social.

Esto, a su vez, ha llevado a poner el lente sobre textos ideados para promocionar la ciudad como un destino sexualizado en el que los turistas pueden acceder a experiencias sexuales que probablemente no tendrían en sus lugares de origen. Esta producción discursiva es creada por quienes ofrecen “paquetes turísticos” que incluyen servicios sexuales. En ella se inscriben productos como el video que circuló tanto en 2017 como en 2018 promocionando el Sex Island, un evento en que prometía brindar a turistas extranjeros (dispuestos a pagar 6000 dólares) cuatro días de sexo ilimitado, alcohol y drogas, junto a mujeres locales que ellos elegirían a su gusto dentro de un abanico de opciones (Redacción Nacional, 2018, octubre 9⁴).

Pero no solo quienes ofrecen los servicios han contribuido a la construcción discursiva de Cartagena como un destino sexual, pues incluso existen blogs creados por turistas extranjeros que promocionan la ciudad en función de las experiencias eróticas que puede ofrecer. Aunque se ha hablado menos de la existencia de estos blogs (hasta ahora la única referencia a ellos la hizo De Ávila Pertuz (2018, agosto 7) en la entrada “Cartagena, la ciudad prostituida”), abordarlos resulta interesante, pues son producidos por actores externos a la ciudad y tienen como receptores ideales a potenciales turistas que la visitarán.

En la presente ponencia se reflexionará sobre cómo es representada Cartagena en Naughty Nomad, uno de estos blogs creados por viajeros⁵. Interesa hacer seguimiento a cómo en este blog, autodefinido como la principal guía turística para hombres, se configura una representación erotizada de la ciudad de Cartagena de Indias al mostrarla como un espacio en el que es posible acceder, sin mayores dificultades, al placer garantizado por “costeñas” dispuestas a ofrecerlo. Abordaremos, entonces, las representaciones de la ciudad, evidenciando cómo esta se construye a partir de una representación erotizada de las mujeres jóvenes locales.

Esta propuesta se inscribe en un trabajo en desarrollo que procura analizar un corpus de blogs que funcionan como guías para hombres que quieren conquistar mujeres en ciudades que aparecen como posibles destinos eróticos (y exóticos) en América Latina, en el Sudeste Asiático o en Europa del Este. Naughty Nomad es uno de ellos.



La propuesta es pertinente porque entraría a robustecer una línea poco explorada en los estudios sobre el turismo en Cartagena, a saber la relación entre discurso, turismo y representaciones. La investigación sobre turismo en la ciudad se han centrado principalmente en tres líneas: 1) patrimonio e historia; 2) competitividad de la ciudad como destino turístico internacional y, por último, 3) construcción de la alteridad y conflictos territoriales. El trabajo de Freddy Ávila (2008) inauguró una línea de análisis de los aspectos comunicativos y discursivos de los textos turísticos. La presente aproximación procura analizar los aspectos comunicacionales del turismo en Cartagena, mostrando cómo desde este discurso se puede construir representaciones de la ciudad y de la alteridad que pueden contribuir a fortalecer dinámicas de exclusión y desigualdad.

Metodología

Dado que la presente ponencia se inscribe en un trabajo en progreso que busca rastrear la representación de Cartagena de Indias en un conjunto de blogs para viajeros masculinos, se analizará específicamente la entrada “Men’s Guide to Cartagena, Colombia (With Videos)”, publicada en el blog Naughty Nomad, el 18 de mayo de 2017. Para esto se han tomado como referencia algunas herramientas conceptuales proporcionadas por el Análisis Crítico del Discurso-ACD (Van Dijk, 1994, octubre) y la Lingüística Sistémico Funcional-LSF (Goatly, 2000).

En diálogo con la LSF, se parte de que los textos se agrupan en géneros de acuerdo a forma en que se organiza la información en ellos y de las funciones sociales que cumplen (Goatly, 2000). En ese sentido, se entiende la entrada como un texto inscrito en el género discursivo de la guía turística, que tiene como objetivo (además de brindar conocimiento sobre los destinos a visitar) direccionar o dirigir las acciones de los lectores que buscan la voz experta. Entender el texto de este modo, permite comprender la relación vertical que se construye en la entrada entre el autor y el lector.

Ahora, atendiendo al ACD, se considera que los textos ponen a circular ideologías que pueden validar relaciones de desigualdad o abuso de poder (Van Dijk, 1994, octubre). Esto permite comprender la entrada no como una guía inocente (esto es, desprovista de ideología) sino como un material que pone a circular conocimiento socialmente reproducido alrededor de los distintos actores que aparecen en el mismo, especialmente sobre el autor-viajero y las mujeres locales.

Por ello, en primer lugar, se rastrea cómo se organiza la información en la entrada analizada, para así determinar qué se resalta o prioriza en la construcción de Cartagena como destino turístico y evidenciar la relación construida en el texto entre el autor-viajero (experimentado) y sus lectores (otros turistas masculinos extranjeros) a los que hace las recomendaciones.

En segundo lugar, se hace seguimiento a la forma en que se construye a los actores o participantes en el texto, especialmente a las mujeres locales y al viajero. Se muestra cómo son representados a partir de las



acciones que realizan o las cualidades que se les atribuyen; lo que implica atender al léxico utilizado. Este seguimiento permite determinar la representación .

Por último, lo encontrado en el texto escrito se pone en diálogo con el material audiovisual presente en la entrada. Se muestra desde una lectura tanto denotativa como connotativa (Regalado Baeza, 2006) cómo el video refuerza una representación de la ciudad de Cartagena como espacio turístico erotizado a partir de su asociación a las mujeres locales (llamadas “costeñas” o “chicas”) abiertas a ofrecer experiencias eróticas a los visitantes.

1. Cartagena de Indias: un destino erotizado

Ciudad costera de Colombia, también llamada “Joya del Caribe”, Cartagena era tradicionalmente un paraíso marino para los placeres efímeros. Hoy en día es un destino turístico muy popular que ofrece a los visitantes un encanto pintoresco y colonial, playas tropicales, comida barata, pero también algún tipo de entretenimiento en las estrechas calles al norte de la Plaza de los Coches.

En otros lugares, en los hermosos vecindarios como Bocagrande y El Laguito, a los amantes les encanta cenar en un balcón con vista a la plaza del pueblo, tomar cócteles al atardecer en el Café del Mar y luego divertirse a lo largo de las calles y murallas del casco antiguo.

Durante el día, las propiedades privadas de Cartagena recuerdan el ambiente mágico y sulfuroso de la novela de Gabriel García Márquez, *El amor en los tiempos del cólera*. Cuando cae la noche, la ciudad se convierte en un patio de recreo para el sexo. (Alice, 2018, junio 26)

La anterior descripción de la ciudad de Cartagena de Indias aparece en un artículo titulado “Los 8 destinos más eróticos del mundo”. Desde que el lector se encuentra con el título del texto percibe a la ciudad como un lugar erotizado y, cuando termina de leer la descripción, comprende por qué Cartagena ocupa el puesto número cuatro de esta llamativa lista.

La caracterización del primer párrafo remite a un espacio exótico que puede ofrecer a sus visitantes, además de comida barata, el encanto pintoresco y colonial, lo tropical de sus playas y el posible entretenimiento en las calles del casco antiguo. No obstante, a medida que se va avanzando en el texto, los referentes eróticos van cobrando relevancia y la ciudad se va asociando al amor y la pasión. Los amantes (no los “visitantes” ni los “pobladores”) cenar en un balcón viendo la plaza, toman cócteles y se divierten en el casco antiguo. El cierre del texto, por su parte, no deja lugar a dudas: la referencia a la obra de García Márquez permite caracterizar al ambiente como “mágico” y “sulfuroso”. Y luego, sin ningún temor a exagerar, se termina afirmando que la ciudad de noche “se convierte en un patio de recreo para el sexo”.



Es evidente que una descripción como esta refuerza todos los imaginarios exotizantes que un turista puede tener sobre una ciudad caribeña. Presentada de este modo, Cartagena no encajaría en la definición de un espacio de la cotidianidad. De acuerdo al texto, es un lugar mágico donde la diversión sexual (al parecer sin regulación) es totalmente posible, porque ¿cuáles son las reglas que puede haber en un patio nocturno de recreo para el sexo?

De este modo, en un texto como el citado, Cartagena es representada como un espacio para “los placeres efímeros”, es decir, aparece como un lugar que es capaz:

[...] de permitir, o al menos facilitar, experiencias eróticas diferentes o amplificadas porque establece un espacio-tiempo que abre a los turistas una brecha de libertad, permisividad, fantasía o desviación que no se permiten, o que no les permiten, en los lugares y momentos de su vida cotidiana (Gravari-Barbas, Maria; Staszak, Jean-François & Graburn, Nelson, 2017).

En otras palabras, desde el discurso se está contribuyendo a presentar a Cartagena como un destino en el que los turistas pueden experimentar un entorno esencialmente erótico o, eventualmente, pueden participar de prácticas eróticas puntuales, de una forma distinta a como lo harían en su lugar de origen (Gravari-Barbas, Maria et al., 2017). Atender a esta representación erotizada de la ciudad es relevante porque no se trata de un caso aislado. Es recurrente que en los blogs que promocionan experiencias turísticas en Cartagena, a esta se le asocie con referentes exóticos y eróticos, reforzando así el imaginario erotizado.

Ahora, si además se trata de blogs o páginas donde se comparten estrategias para conseguir esas experiencias sexuales, es muy posible que se termine percibiendo a los habitantes de este destino turístico como una atracción sexual más. De hecho, esto es lo que ocurre en blogs como Naughty Nomad, Real Man Travel Guide, Seduction Science o Man in Paradise, en los que la ciudad aparece como un lugar dispuesto para las exploraciones sexuales del turista masculino. Este parece tener garantizada la diversión gracias a la presencia de mujeres jóvenes, bellas y disponibles que, al mismo tiempo, son radicalmente distintas a las que se encontrarán en la cotidianidad en sus países de origen.

Ahora, si bien la erotización de los lugares no necesariamente debe adscribirse a las lógicas del turismo sexual, en el caso de Cartagena el vínculo es innegable. El ejercicio de la prostitución en el Centro Histórico de la ciudad se hace evidente en espacios como “La plaza de los coches” y la sofisticación de la industria del turismo sexual en la ciudad (así como su naturalización) salió a flote con los casos de Liliana Campos Puello y de Sex Island, mencionados antes.

Si bien es válido preguntarse si estas situaciones surgieron para responder a una demanda del turismo o si el turismo sexual empezó a consolidarse porque en la ciudad se presentan lógicas como estas, debe tenerse presente que las representaciones erotizadas de la ciudad refuerzan los imaginarios eróticos. Esto



a su vez puede motivar la movilidad de turistas que buscan participar de algún modo de esta experiencia erotizada.

De acuerdo a Brennan (citado por Gravari-Barbas, M. et al., 2017), en gran medida, este imaginario puede funcionar como “una profecía autocumplida”. En otras palabras, el deseo del turista erotiza al espacio y el local responde a esa necesidad cumpliendo la expectativa al proponer una oferta comercial que busca responder a los imaginarios eróticos de esos clientes con poder adquisitivo. Por todo ello, la respuesta no siempre debe entenderse como deseada por el local, sobre todo si se está en condiciones de desigualdad social o económica, como sucede en un contexto como el cartagenero.

2. Naughty Nomad, una guía para hombres viajeros

Naughty Nomad es un espacio virtual generado por Mark Zolo, viajero irlandés que se autodefine como “libertino internacional, trotamundos y buscador de adrenalina”. Este blog proporciona consejos a turistas masculinos que también quieran vivir experiencias “traviesas” en “ciudades descaradas”. Para ello, Mark Zolo presenta recomendaciones basadas en lo que él considera la “esencia” de sus viajes en destinos situados, principalmente, en América Latina y el Caribe, el norte de África, el sudeste asiático, Europa del Este y Los Balcanes.

De acuerdo a las estadísticas encontradas a través de Website Traffic Statistic & Market Intelligence⁶, el blog ha generado más de 90.000 visitas en los últimos seis meses y sus seguidores leen en promedio dos entradas escritas en la página web durante su visita (Figura 1). La mayoría de usuarios proviene de Estados Unidos o de países de habla inglesa en Europa, han sido referidos por otros blogs con temáticas similares o han sido llevados hasta la web desde un buscador en internet usando palabras clave como “mongering” (persona que está en busca de sexo en un país o ciudad extranjera), “roosh” (alguien con poca experiencia para seducir mujeres) y “top sex destinations” (Top de destinos sexuales⁷). La totalidad del público del blog es orgánico, lo que hace referencia a la cantidad de personas que es posible alcanzar de forma gratuita, porque la página no paga por publicidad en sus entradas (Figura 2). Esto quiere decir que el público al que va dirigido Naughty Nomad tiene un gran alcance, porque los lectores buscan la información de manera directa, esperando que los escritos de Zolo les ayuden a tener éxito en sus viajes.



Traffic Overview

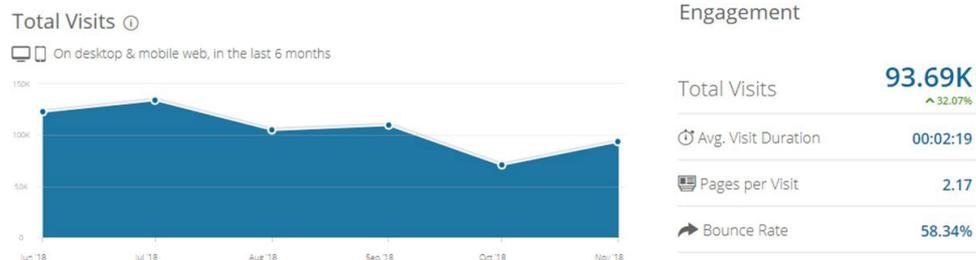


Figura 1: Entradas a la página web Naughty Nomad. Fuente: <https://www.similarweb.com/website/naughtynomad.com>

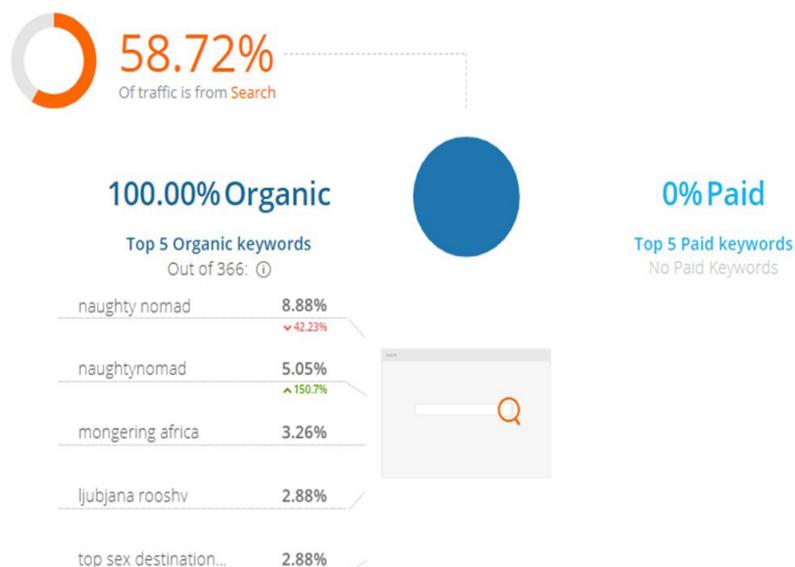


Figura 2: Público orgánico Naughty Nomad. Fuente: <https://www.similarweb.com/website/naughtynomad.com>

La guía cumple con la estructura del género instructivo. Con ella se procura dar herramientas a los turistas que no conocen la ciudad y que se encuentran en la búsqueda de diversión que escapa a su rutina o se diferencia de las costumbres de la ciudad o el país de procedencia. De hecho, la entrada sobre Cartagena aparece en la sección que Zolo denomina “Guías de la ciudades más descaradas”, espacios definidos en función de las características que permitirían experiencias eróticas y estimulantes a los viajeros. Dentro de esta lista aparecen 107 ciudades, entre las que se cuentan Río de Janeiro, Budapest, Amsterdam, Estambul, Santo Domingo, La Habana y Boracay.



La entrada sobre Cartagena comienza enunciando las características generales del destino, a través de una lista que, en seis puntos, recoge los aspectos que, al parecer, resultan relevantes para el receptor ideal: el turista masculino en busca de aventuras. Estas son: Cartagena en tres palabras; posibilidad de tener sexo sin compromiso; calidad de las chicas; vida nocturna; tolerancia a fumar y calidad de vida. Atendiendo a ello, Mark Zolo define a la ciudad como “encantadora, animada y dos caras”. En una escala de 1 a 5, asigna a las mujeres locales un 4, señala que la posibilidad de tener sexo sin compromisos es de 3.75, y afirma que tanto la vida nocturna como la calidad de vida merecen un 3.5. Con los puntos mencionados da inicio a su presentación de la ciudad.

Cartagena es definida desde su posibilidad para ofrecer diversión y experiencias sexuales a los visitantes masculinos. La lista continúa referenciando los precios de una cerveza, un plato de comida, una cama en Airbnb, un gramo marihuana o la entrada a un bar. Por la organización de la información en el blog, los precios de algunos productos (como la cerveza o la comida) son equiparables a la posibilidad para tener sexo sin compromisos, o a lo deseable que pueden ser las mujeres a las que, aparentemente, los turistas podrán acceder sin mayores inconvenientes. Así, en el discurso de la página, comprar una cerveza en Cartagena podría homologarse a la facilidad para acceder a una mujer.

Después de la lista, Zolo introduce una descripción de la ciudad, titulada “Resumen General”. Esta dialoga sin inconvenientes con la presentada en el texto “Los 8 destinos más eróticos del mundo”, poniendo en escena la representación de “la ciudad patrimonio” (con sus coloridos edificios coloniales) superada por “la ciudad del placer”, la ciudad que ofrece experiencias estimulantes a los viajeros:

Cartagena es considerada la ciudad más hermosa de Colombia, y por una buena razón. El casco antiguo es un laberinto de coloridos edificios coloniales, con balcones llenos de flores y varias plazas e iglesias bonitas. En contraste, el horizonte de Bocagrande se parece a Miami. Es más caro que otras ciudades de Colombia, pero con las chicas, la vida nocturna, las playas y el buen ambiente en general, Cartagena obtiene el sello de excelencia Naughty Nomad. Pone en vergüenza a DR y Cuba. (Zolo, M., 2017, mayo 18)

En esta descripción las mujeres son señaladas como el máximo atractivo en conjunto con la vida nocturna, las playas y el buen ambiente. Son nuevamente un producto que permitiría el disfrute del espacio turístico. Esto se refuerza con el apartado “Las chicas” (The girls), subdividido a su vez en las categorías “demografía”, “aparición”, “actitudes” y “estrategia de juego”. Aquí, fundamentalmente, se caracteriza a las mujeres locales en función de su físico y de las posibilidades de satisfacer los deseos de los visitantes, siempre partiendo de lo que Mark Zolo presenta como su experiencia. El autor-viajero afirma:

Cartagena fue mi primera parada en Colombia, y aunque encontré sus rostros por debajo del promedio, en varias ocasiones vi cuerpos que provocaban bonificaciones... como alguien a



quien le gustan las pieles más oscuras y los botines grandes, puse a Cartagena a la par con Medellín, pero esto va en contra del consenso de otros viajeros. En mi opinión, el promedio es mejor en Cartagena, aunque Medellín tenga un mayor número de mujeres de primer nivel. En Cartagena no encuentras a tantas niñas con cirugía plástica en comparación con otras ciudades colombianas. (Zolo, M., 2017, mayo 18)

Igualmente, Mark Zolo apela a descripciones que reproducen estereotipos sobre los caribeños en general y sobre las mujeres en particular. Estereotipos que, en definitiva, siguen fortaleciendo la idea de la local “relajada, divertida y sensual”, dispuesta a satisfacer las expectativas del viajero, sean estas sexuales o, incluso, relativas al trabajo del cuidado. Todo ello, al parecer, sin requerir mayores compromisos por parte de este. El autor afirma que:

Las costeñas son consideradas las más amigables del país y son conocidas por tener las mejores personalidades. Al igual que en otras ciudades caribeñas, las personas aquí son más relajadas, divertidas y sensuales. También les encanta bailar, y los estilos caribeños como el reggaeton, el reggae, la salsa y los ritmos afro reinan. En mi experiencia, también son más femeninas que otras colombianas. Mi costeña es una de las mejores cocineras del mundo. (Zolo, M., 2017, mayo 18)

Luego, introduce el apartado denominado “El sucio”. En este, el autor-viajero da recomendaciones sobre el alojamiento, señalando cómo la elección puede facilitar el juego de seducción con las mujeres locales. Seguidamente, está un apartado titulado “Vida nocturna” donde recomienda lugares para disfrutar de la música o el baile, nuevamente en función de qué tantas mujeres jóvenes, disponibles y divertidas pueda haber en esos sitios. Zolo cierra el apartado citando lugares de la ciudad que recomienda para salir en la noche, debido al precio, el ambiente y “calidad de las mujeres”. En definitiva, la construcción simbólica de la ciudad se hace en función del disfrute individual (reducido a rumba y acceso a las mujeres locales) que pueda recibir el viajero masculino extranjero.

El texto viene acompañado de un video de 3 minutos 28 segundos de duración, que resume la experiencia de Mark Zolo en Cartagena. Empieza con una toma de la ciudad desde el avión, luego muestra la bandera de Colombia ondeando en primer plano con la imagen de unos edificios al fondo. Allí aparece la palabra Cartagena que le permite ubicar de forma puntual al espectador en el destino.

En la siguiente secuencia aparece Mark Zolo verificando que cuenta con lo necesario para dar inicio a su aventura (un sombrero, un pantalón blanco y una colombiana), abraza a una joven que dice “hola” a la cámara y anuncia el inicio de su aventura. Las imágenes subsiguientes son tomas diurnas de edificios y monumentos del Centro Histórico, de palenqueras que ofrecen sus productos, de alimentos típicos y del viajero recorriendo



las calles de la ciudad colonial, las playas y el barrio de Bocagrande. Esta parte del material audiovisual está manejado con un subtono anaranjado, que remite al clima caluroso propio de una ciudad tropical o caribeña.

Seguidamente, se muestra una imagen del atardecer en el mar, desde las murallas, y se da inicio a una secuencia de la vida nocturna. Aparecen tomas de distintas plazas, de bailarines locales moviendo sus cuerpos al ritmo de tambores y, posteriormente, la Plaza de los coches, uno de los lugares que actualmente se asocia al ejercicio de la prostitución en la ciudad. Aquí se muestran distintas mujeres desplazándose por el lugar, conversando en grupos o simplemente de pie. No se ven sus rostros, aparecen tomas rápidas de sus piernas, bustos o glúteos. El video cierra con imágenes del viajero y su acompañante bailando en los bares o discotecas recomendados en el texto escrito.

En ese sentido, el material audiovisual constituye un resumen de lo que puede ser una visita a Cartagena. Nuevamente, las mujeres aparecen como productos que pueden garantizar una experiencia placentera a los turistas, por tanto pueden ser verificados en una lista al tiempo que el viajero se asegura de llevar otros accesorios como el sombrero. La ciudad patrimonio se mezcla con la ciudad del placer y este último, se circunscribe al cuerpo de las locales, que puede ser una acompañante como la de Zolo o cualquiera de las que aparecen en la Plaza de los coches.

Si bien en el blog se afirma explícitamente que no se está promocionando la prostitución (y su autor señala que nunca ha pagado por sexo), existe una reiteración de la relación ciudad-cuerpo y disponibilidad de las mujeres que remite de forma directa a intercambios sexuales que no dejan de lado la prostitución. Así mismo, dentro del foro, otros viajeros-prosumidores afirman que sí pagaron por servicios sexuales en Cartagena (como en el caso Naughty Dash) señalando que la experiencia hizo parte del “paquete” de aventura. Al igual que en la entrada principal, dan información sobre en cuáles lugares pueden encontrarse los mejores precios y “las chicas de mayor calidad”, así mismo algunas recomendaciones para conseguir encuentros sexuales con “chicas normales”, es decir, mujeres que no ejerzan la prostitución. Todo ello evidencia las contradicciones entre lo que Zolo afirma (no promocionar la prostitución) y lo que el espacio en conjunto comunica

2.1 Naughty Nomad como narrativa transmedia: reproducción de estereotipos

De acuerdo a María Vittoria Calvi (citada por Ávila, 2008, p. 38) las guías turísticas, independientemente de si se refieren a regiones, países o ciudades, cumplen con las siguientes características: 1) incluyen descripciones detalladas de los lugares geográficos relevantes o los espacios representativos para visitar; 2) brindan información práctica sobre las dinámicas de las visitas, así como datos específicos sobre calidad y costos de hoteles, restaurantes, medios de transporte, entre otros servicios a los que requiere acceder el visitante y 3) cuentan con material de apoyo al texto escrito que permite ilustrar o complementar la información



(Calvi cita planos, dibujos o fotografías, pero si consideramos que la guía analizada circula en plataformas virtuales, también incluye videos y podcast).

Como vimos en el apartado anterior Naughty Nomad cumple con todas las características de este género discursivo. Sin embargo, al definirse como “una guía turística para hombres” y atribuir el adjetivo “descaradas” a las ciudades visitadas, las descripciones realizadas más que ser detalladas están cargadas de valoraciones y el principal centro de interés está en qué experiencias puede ofrecer la ciudad a estos “pícaros nómadas” (naughty nomads). Esto se explica porque la guía se construye a partir de la experiencia del auto-viajero en Cartagena, que reviste al material de la legitimidad que da la condición narrador-protagonista. Por ello, cualquier afirmación sobre la ciudad o sobre las mujeres locales termina siendo asumida como verdadera.

De este modo, la guía turística asume características de la narración de viajes y, al presentarse como un conocedor, le ayuda al autor a legitimar la forma en que representa a la ciudad y a las mujeres locales. En ese sentido, además de la función cognoscitiva, la guía asume una función directiva, dado que el autor-viajero además de proporcionar información sobre el destino, espera que sus lectores asuman sus recomendaciones, debido a que él aparece como un experto explorador de estas ciudades “descaradas”.

Sin embargo, los lectores no son meros consumidores de la información, pues al convertirse en viajeros también pueden asumir el rol de autores y luego ampliar o reconfigurar el relato punto de partida, a partir de su propia experiencia. En ese sentido, se sitúan en un lugar intermedio entre los consumidores de contenidos y los productores de los mismos, lo que los convierte en prosumidores (Jenkins, 2003 citado en Baltar y Valencia, 2016, p. 186)

En el caso analizado, gracias a las dinámicas que ofrece internet, los nuevos relatos creados (en los que se pone a circular representaciones de la ciudad visitada) pueden ser compartidos en el foro o el videoblog de Naughty Nomad y, desde allí, conectarse con páginas afines como Jesse's Seduction Science o Masculine Profiles. Por eso, puede decirse que estamos frente a una narrativa transmedia, entendida como “un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas” (Baltar y Valencia, 2016, p.186) y en cuya construcción participa una parte de sus receptores que, además de consumir la información, asume la tarea de producir contenidos que amplían el mundo narrativo. De hecho, el creador del blog también ha llevado la narrativa a tres libros (“La guía de Naughty Nomad para New York”, “Naughty Nomad” y “No tu típica historia de mochilero”) y a un Podcast llamado Hangover radio.

Ahora, dado que esta narrativa transmedia remite a un “otro”, a un espacio que no es el de origen de los autores-viajeros, es válido preguntarse qué tipo de representaciones están poniendo en circulación los relatos. Sobre todo si se tiene en cuenta que, además de presentar una ciudad, la guía está proporcionando recomendaciones para conseguir encuentros afectivo-eróticos con las mujeres del lugar visitado, a las que en



todo el texto se les denomina como “las chicas”. Estos encuentros afectivo-eróticos no están considerando los deseos de estas mujeres, sino de forma exclusiva los de los viajeros que posteriormente pueden ser autores de los relatos.

En ese sentido, la erotización de las cartageneras no implica considerarlas como sujetos, sino como objetos del placer para el hombre heterosexual, extranjero y blanco. Es inevitable considerar la reflexión sobre las implicaciones coloniales y de género que esta representación está reproduciendo. Esto se hace más relevante si se tiene en cuenta la historia colonial que la propia ciudad vivió y si se atiende a la marcada desigualdad en la que se configura la relación turista- local.

2.3 El cuerpo femenino como representación de la ciudad

En la guía analizada, Cartagena es representada remitiendo a los imaginarios dominantes sobre el Caribe como un espacio exótico en el que pueden cumplirse todos los deseos del visitante. De forma explícita se afirma que si bien la ciudad “no es el Sudeste asiático y el factor gringo es menos fuerte”, en ella se puede conseguir fácilmente encuentros sexuales si “sabes un poquito de español, tienes machismo y sabes algunos pasos básicos de baile” (Zolo, M., 2017, mayo 18).

Cartagena cobra relevancia en la medida en que es portadora de los cuerpos disponibles de las mujeres jóvenes, llamadas “chicas” o “costeñas”. El cuerpo sexualizado de las chicas es quien hace atractivo el lugar que más allá de esto parecería no tener mucho que ofrecer. La imagen de la ciudad vieja o de las islas en el mar Caribe es superada por la de cuerpos negros o mulatos dispuestos a satisfacer a quien llega de visita. Opera lo que Maria Gravari-Barbas, Jean-François Staszak et Nelson Graburn (2017) denominan la sexualización del habitante. En la siguiente descripción de Cartagena, por ejemplo, se hace evidente este ejercicio de sexualización:

Cartagena fue mi primera parada en Colombia, y aunque encontré sus rostros por debajo del promedio, en varias ocasiones vi cuerpos que provocaban bonificaciones. Las niñas en la costa (costeñas, como se las conoce localmente), son más oscuras que las de otras partes del país debido a la gran cantidad de mestizos y mulatos (...) En resumen, como alguien a quien le gustan las pieles más oscuras y los botines grandes, puse a Cartagena a la par con Medellín, pero esto va en contra del consenso de otros viajeros. (Zolo, M., 2017, mayo 18)

Nuevamente, la ciudad es valorada en la medida en que se evalúa los cuerpos de las mujeres. Con todo lo dicho hasta ahora, se puede afirmar que en el blog esta representación de las costeñas es claramente estereotipada (en términos de Hall, 2010), pues las reduce a unos rasgos esenciales que además parecen estar fijados en su naturaleza. En el apartado en el que Mark Zolo presenta la “estrategia de juego” en Cartagena, esto se evidencia. Señala el autor-viajero:



El factor gringo no es lo que solía ser. Cartagena está llena de turistas en estos días. También tienes que tamizar a través de una andanada de prostitutas, y cuando encuentras una chica normal, por lo general ella no puede hablar mucho inglés y vive con sus padres (...) Todo lo dicho, las chicas aquí son bastante abiertas y directas. No temen el contacto visual y, si les gustas, te lo harán saber. Incluso las abuelas te van a follar con la mirada, y yo hice que una camarera se moviera conmigo incluso cuando estaba en una cita con otra chica. (Zolo, M., 2017, mayo 18)

Entonces, el discurso de la guía deja ver que en Cartagena se tendrá sexo sin dificultades. Las cartageneras (denominadas como “costeñas”) estarían dispuestas a tener experiencias sexuales efímeras con extranjeros (“hasta las abuelas te van a follar con la mirada”, afirma el autor) y al mismo tiempo son cuidadoras, amorosas, cocinan bien (“mi costeñita es una de las mejores cocineras del mundo”). En una atmósfera hipererotizada, el turista extranjero podría acceder a encuentros efímeros que garantizan los privilegios masculinos inscritos en el imaginario machista.

El blog promueve, entonces, una idea de sexualidad heteronormativa patriarcal que también puede leerse como colonial. Esto último en la medida en que se muestra que se puede acceder de forma privilegiada a los cuerpos de las mujeres no blancas (y aunque el blog no lo diga: con menos ingresos) si se es un hombre blanco, extranjero y con ingresos económicos que permitan viajar. Ahora, de acuerdo al blog, la meta es tener encuentros sexuales con “chicas normales”, es decir, que no ejerzan la prostitución. Esto enmascara una realidad que muy posiblemente se pueda dar en una ciudad como Cartagena cuando se plantean interacciones como las que aspira vivir el viajero y en las condiciones que las plantea.

Conclusiones

De acuerdo a lo rastreado en esta ponencia, desde Naughty Nomad se construye una representación de Cartagena como un espacio erotizado. La ciudad es un destino atractivo en la medida en que puede proporcionar experiencias eróticas a los viajeros con las mujeres jóvenes locales. El blog creado por Mark Zolo reproduce así una concepción de la ciudad de Cartagena como “un lugar para los placeres efímeros”.

Precisamente, a través de la representación estereotipada de las cartageneras, construidas como sujetos dispuestos a proporcionar placer, la ciudad es promocionada como un destino atractivo para turistas masculinos y extranjeros. Lo femenino aparece como objeto erotizado accesible, que conlleva a la erotización del espacio de la ciudad. En términos de Brennan (citado por Stazack, 2015), se podría decir que desde este blog, Cartagena es construida como un “paisaje sexual” en el que, además, se establecen fuertes relaciones de desigualdad entre los viajeros y las locales (en términos de “raza”, género, clase, nacionalidad)



Ahora, si bien no se puede decir que el turismo sexual es causado por la existencia de este tipo de blogs, si es válido preguntarse qué incidencia pueden tener las representaciones que estos ponen en circulación en el incremento de este tipo de turismo en destinos como Cartagena. En especial, si se convierten en narrativas transmedia que reproducen los imaginarios eróticos sobre la ciudad y, sobre todo, sobre las mujeres.

También es oportuno preguntarse si este tipo de promoción turística ha incidido en la diversificación de la oferta sexual, que en una ciudad como Cartagena ha llegado a incluir paquetes turísticos como el Sex Island (o como un supuesto Safari Sexual) o, incluso, ha propiciado la explotación sexual infantil y adolescente. Por otra parte, si se atiende a los marcados problemas de desigualdad social en Cartagena, también resulta importante preguntarse cómo estas representaciones impactan en el fortalecimiento de dinámicas sexistas, racistas y excluyentes en la ciudad, no solamente en las interacciones con los turistas sino también entre los locales.

Al ser esta ponencia parte de un trabajo en desarrollo, no estaba entre sus alcances dar respuesta a estos últimos interrogantes. Pero estos, indiscutiblemente, funcionarán como guía en el desarrollo del trabajo completo, pues de alguna manera encontrar posibles respuestas es lo que hace valioso el abordaje de los aspectos discursivos alrededor de una práctica social como el turismo en la ciudad de Cartagena.

Referencias

- Alice (2018, junio 26). Les 8 destinations les plus érotiques du monde [Mensaje en un blog]. Travel Stories Edreams. Recuperado de: <http://www.edreams.fr/blog/les-destinations-les-plus-erotiques-du-monde/>
- Ávila Domínguez 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. Recuperado de: www.mexique.ird.fr/content/download/72444/552455/.../Afrodesc_Cuaderno+2.pdf
- Ayala-García, J. & Meisel-Roca, A. (2016, octubre). La exclusión en los tiempos del auge: el caso de Cartagena. Documentos de trabajo sobre economía regional y urbana, 246. Bogotá: Banco de la República - Economía Regional. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_246.pdf
- Baltar Moreno, A., & Valencia, M. (2016). El relato de viajes como narrativa transmedia. Icono 14, pp. 181-210. doi: 10.7195/ri14.v14i1.926. Recuperado de: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/926/547/>
- Cunin, E. (2003). Identidades a flor de piel. Lo “negro” entre apariencias y pertenencias: categorías raciales y mestizaje en Cartagena (Colombia). Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia- Universidad de los Andes- Instituto Francés de Estudios Andinos- Observatorio del Caribe Colombiano.
- De Ávila Pertuz, O. (2018, agosto 7). Cartagena: la ciudad prostituida [Mensaje en un blog]. Territorios de esperanza. Recuperado de: <http://tdeesperanza.blogspot.com/>



- Goatly, A. (2000). *Critical Reading and Writing*. London: Routledge.
- Gravari-Barbas, M., Staszak, J. & Graburn, N. (2017). La erotización de los lugares turísticos. Espacios, actores e imaginarios. En *Via. Tourism Review* [en línea], 11-12. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/viatourism/1830>
- Hall, S. (2010) El espectáculo del 'otro'. En F. Cruces & B. Pérez Galán (Comps.), *Textos de antropología contemporánea* (pp.75-94). Madrid: UNED.
- Montaña, J. (2018, agosto 19). Cartagena lucha contra la explotación sexual. *El tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/cartagena-lucha-contra-la-explotacion-sexual-257566>
- Redacción Nacional (2018, octubre 9). Vuelve la polémica por "Sex Island" en Cartagena. *El espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/bolivar/vuelve-la-polemica-por-sex-island-en-cartagena-articulo-817053>
- Regalado Baeza, M. (2006). *Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual. Curso básico*. México, D.F.: Plaza y Valdés Editores.
- Roper, M. (2018, noviembre 1). Guests on all-inclusive Sex Island holiday reveal how naked Colombian hookers ply randy Brits and Silicon Valley super rich with experimental drugs on yacht brothel. *The Sun*. Recuperado de: <https://www.thesun.co.uk/news/7634294/sex-island-guests-prostitutes-colombia-drugs-yacht-brothel/>
- Staszak, J. (2015). Turismo y prostitución coloniales: la visita a Bousbir en Casablanca (1924-1955). *Via* [En línea], 8. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/viatourism/438>
- Van Dijk, T. (1994, octubre). Discurso, Poder y Cognición Social. Conferencias de Teun A. Van Dijk. Cuadernos. 2, (2). Escuela de Ciencia del Lenguaje y Literaturas. Recuperado de: <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso,%20poder%20y%20cognici%F3n%20social.pdf>
- Website Traffic Statistic & Market Intelligence (s.f.). Recuperado diciembre 5, 2018, de: Naughty Nomad, <https://www.similarweb.com/website/naughtynomad.com>
- Zolo, H. (2017, mayo 18). Men's Guide to Cartagena, Colombia (With Videos) [Mensaje en un blog]. Naughty Nomad. Recuperado de: <http://naughtynomad.com/2017/05/18/mens-guide-to-cartagena-colombia-with-videos/>

1 Cartagena fue declarada, por la UNESCO, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad en el año de 1984. Esto porque cuenta con un extenso sistema de fortificaciones militares y un conjunto de edificaciones religiosas construidas en el marco de la colonia española en América.

2 Esto se evidencia en la inclusión de la figura de las palenqueras en el discurso turístico. Estas mujeres provenientes de Palenque de San Basilio (una población que reivindica la memoria de resistencia afro) son encasilladas en el discurso turístico como vendedoras de frutas tropicales o dulces típicos, vestidas con atuendos coloridos y siempre sonrientes (Cunin, 2003).



3 Varias entidades estatales como el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar han creado campañas para frenar la explotación sexual de menores de edad, como “Presente contra la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes”, lanzada en 2018. La Fiscalía General de la nación también ha anunciado acciones contra esta práctica en la ciudad de Cartagena (Montaño, J., 2018, agosto 19).

4 El 1 de noviembre de 2018 The Sun, de Inglaterra, publicó un reportaje en la sección Wild Thing, señalando que el evento se había realizado en una isla del Caribe colombiano. Un dentista estadounidense dio detalles de su experiencia, señalando que no habría podido vivirla dentro de su país (Roper, M., 2018, noviembre 1).

5 El blog Naughty Nomad puede consultarse en el enlace: <http://naughtynomad.com/2017/05/18/mens-guide-to-cartagena-colombia-with-videos/>

6 Website Traffic Statistic & Market Intelligence es una aplicación web para analizar las estadísticas de cualquier sitio web. La aplicación rastrea el mercado digital y ofrece datos estadísticos que pueden ser considerados más fiables que los proporcionados por los propios sitios.

7 Los términos han sido traducidos al castellano para facilitar la comprensión del texto.