

# AMAICA

*Mujer negra hoy*

Diana Marcela  
Castañeda Quintero  
La hacedora de  
cascadas  
de colores

**AMAICA,**  
una revista Afro

Quando pienso en  
el día de la  
Afrocolombianidad

**Mayo mes de  
las Madres**

*No.45*

*Mayo*

*2025*

**Entrevista con Heimy Rosy Hurtado Murillo**



# CONTENIDO

**4** Presentación  
*Clara Inés García Vivas*

**7** Diana Marcela Castañeda Quintero  
La hacedora de cascadas de colores  
*AMAICA*

**10** AMAICA, una revista afro  
*AMAICA*

**18** Entrevista Heimy Rossy Hurtado Murillo,  
una estratega digital

**25** Verdaderas artesanas, verdaderas mujeres, parte II  
*AMAICA*

**30** Tumaco hoy  
*Jenny Tenorio*

**33** Opinión  
Cuando pienso en el día de la Afrocolombianidad  
*Clara Inés García Vivas*

**35** Una mirada atenta al pasado: África  
El mercado de Kukawa, capital del reino de Bornu,  
en el año 1870, parte III



---

---

*Mesa de redacción:*

Clara Inés García Vivas  
Emir Rentería  
Pedro F. Hoyos Körbel

CONTACTO: [fundacionalianzaamaica@gmail.com](mailto:fundacionalianzaamaica@gmail.com)

Facebook: Amaica

Instagram: [amaica\\_mujer\\_que\\_inspira](https://www.instagram.com/amaica_mujer_que_inspira)

.....

AMAICA, mujer negra hoy, celebra las ideas y emociones expuestas en la revista por las diferentes autoras y autores, pero no asume ninguna responsabilidad penal o civil a respecto. Cada autora/autor responderá por su trabajo.

ISSN No. 2711-4546

Diagramación: Diana Marcela Castañeda Quintero

Jefe de comunicaciones: Jorge Taborda Ocampo

Buenaventura/Manizales, Colombia,

Mayo, 2025

---

---



# Presentación

Al sentarme en mi computador y redactar la presentación, que siempre es lo último que escribo, veo el índice y me siento satisfecha de ver dos artículos que giran alrededor de quienes hacemos AMAICA cada mes. Mi artículo sobre la diagramadora Diana Marcela Castañeda era oportuno y más que merecido, me di un gusto y le dije por escrito cuánto aprecio lo que hace ella por la revista. Referente a la entrevista que me hicieron, debo confesar que es la primera, me gustó, porque salió en un periódico que se publica en Aranzazu, un municipio del Departamento de Caldas. Me pareció bien presentarnos ante las lectoras que seguramente tenían curiosidad de quienes somos. Me imagino que quieran saber más de nosotras, de nuestra cotidianidad y en una próxima edición haremos más confesiones.



En el mes de mayo tenemos dos celebraciones: el Día de la Madre y el Día de la Afrocolombianidad, así que nosotras las madres negras podemos ser abrazadas doblemente. Celebremos, la vida debe ser eso: resaltar las razones por las cuales somos valiosas las personas.

Heimy Hurtado, la estratega digital que entrevisté es una mujer que llama la atención por lo estructurada que es, seguramente lo notarán en sus respuestas que son precisas, afables y claras sin perder un ápice de pasión y de entrega. Ocúpela, ella les podrá ayudar a estructurar sus emprendimientos.



El tema de las artesanas tratado en la revista anterior tuvo una muy buena acogida, así que preparé una segunda entrega basada en nuevas preguntas que les hice a Ana y María. Aquí ellas no hablan del trabajo con las chaquiras, sino de sus vidas, de su cotidianidad.

De la poeta tumaqueña Jenny Tenorio es el comentario “Tumaco hoy”, donde ella expresa lo que muchas personas viven en esa región del país, señalando que las cosas están muy fuera de madre.

Mi columna versa sobre un sueño que cultivo y cuido hace años: volvernos indispensables nosotros los negros en este país, ya que no creo en la confrontación, creo en la construcción y eso es lo que debemos hacer: progresar y dejar de prestarle tanta atención a lo que piensa gente pobre y necia acerca de nuestro color de piel.

Con esta tercera entrega terminamos el recorrido por el mercado de Kukawa, capital del Reino de Bornu, en el año 1870. Seguiremos con otras exploraciones para aplicar una mirada atenta al pasado a nuestro continente matriz.

*Clara Inés*



# Diana Marcela Castañeda Quintero

## La hacedora de cascadas de colores

Hace poco una lectora me comentó acerca de la presentación de la revista, dijo que le gustaba mucho el diseño y usó una palabra muy bonita: que AMAICA era una cascada de colores. Me gustó mucho ese comentario, lo visualicé y me sentí feliz, porque sabía quién era la responsable de bañar a mis lectoras con colores, en cada edición: Diana Marcela Castañeda.

Mi experiencia de muchos años en el campo de la edición me ha enseñado que la presentación de un libro o de un impreso es muy importante, que el diseño, en términos coloquiales, corresponde a la ropa que nos ponemos. Así que buscar vestir bien a mi revista, era perentorio.

Diana Marcela había diagramado varios libros para la empresa, inclusive diagramaba una revista que sacábamos en hoyos editores que llevaba por nombre “Letra2”. Así que encomendarle a ella esta tarea fue casi que instintivo.

No sé, pero creo que el trato que le da una mujer, en el campo creativo, al diseño visual, es muy diferente al que le da un hombre, y esta revista es de mujeres, en todo sentido.

La diagramación creativa, en la cual Diana Marcela es una experta, requiere de fantasía, de poseer, más que un buen programa de diseño en el computador, un ojo que juega, al cual le gusta hacer cosas diferentes, uno que no acepta caminos trillados.



Vibro con los colores intensos, prefiero las letras uniformes; busco la armonía; rechazo las fotos tomadas de internet; todo debe fluir, así como hay reglas de ortografía, hay reglas de diseño gráfico; me gusta sorprender al ojo; me choca lo ordinario y grosero; me causa placer combinar colores; me gustan que las páginas tengan espacio; atiendo a los detalles; no convengo con las cosas apeñuscadas; me llaman la atención las fotos grandes; me atraen los adornos; me llegan al corazón las sonrisas y todo eso lo sabe Diana Marcela. De ahí que cada revista es única y bella, y posé una personalidad que refleja a las mujeres que son retratadas en AMAICA.

Cuando se arma la revista, se tienen listos los artículos que van a salir en la edición acompañados de sus respectivas fotos y se le entrega ese material a Diana Marcela, me invade una curiosidad de cómo esta mujer va a combinar todo esto, y cada vez me sorprende de nuevo y quedo admirada de cómo ella produce algo que no existía. Para expresar esa sensación se me ocurre la metáfora del jardín: es el mismo jardín al que entro, pero todas las plantas y flores cambiaron. ¿Esta maga se convierte en niña cuando organiza los artículos tocándolos con su varita digital?

Es Diana Marcela la más dedicada costurera que cada mes me viste a mi AMAICA convirtiéndola en una radiante estrella que atrae a muchas mujeres negras y, de esa forma, complacerlas con un baño vitalizante de colores.

Clara Inés García Vivas

**Redes sociales:**  
**instagram; diana\_castaq**





## AMAICA, una revista afro

Para muchos la revista AMAICA no es nada desconocido, resalta esta publicación por sus artículos y su diseño nada usual, pero pocos saben que esta revista digital es hecha en Manizales. Su directora Clara Inés García Vivas, nacida en Buenaventura, vive en Manizales hace 35 años, estudió Economía en la Universidad de Manizales y está casada con el historiador y editor Pedro Felipe Hoyos Körbel

Después de hacer varias llamadas, finalmente se logró concretar una entrevista para conocer algo más de esta revista y su directora.



### *¿Cómo surgió este proyecto?*

Cómo muchas cosas dejaron de ser con la pandemia o se convirtieron en unas, AMAICA es producto de ese fenómeno. Con unas amigas de acá y otras de Buenaventura, fundamos una ONG que manejara proyectos que beneficiaran mujeres negras, ya sea aquí o en el puerto justo meses antes del famoso encierro que nos tocó vivir.

Mi esposo entonces me propuso, para no perder el impulso, montar una publicación que girara alrededor a las mujeres afro para conocer a fondo quiénes eran esas mujeres que queríamos beneficiar. Lo digital se presta perfectamente para funcionar bajo esas condiciones de aislamiento.

## ¿Cómo se hace una revista como AMAICA?

Bueno, dentro del grupo no hay periodistas propiamente como para decir que tuvimos una guía clara que seguir, así que improvisamos mucho. Nos pusimos en la tarea de pensar qué nos gustaría leer y que hace falta que el mundo conozca de nosotras, y esa fue la pauta. Cada una proponía un tema y se encargaba de buscar su realización. Cada quince de mes, nos reunimos de nuevo por Meet, y conversamos de nuestros avances y entregamos los escritos para pasarlos a la diagramadora y correctora de estilo. De la empresa de mi esposo tuvimos acceso a 500.000 fotos para darle forma y color, especialmente color, al igual que la diagramadora Diana Marcela Castañeda se interesó en trabajar con nosotros. Dice el poeta: Se hace camino al andar y vamos en la edición No. 44 después de más de 4 años de trabajo, que creo es una cifra alta y un recorrido significativo.



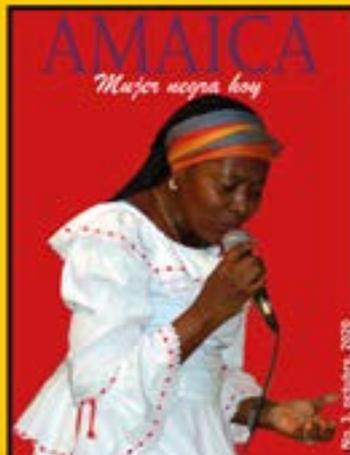
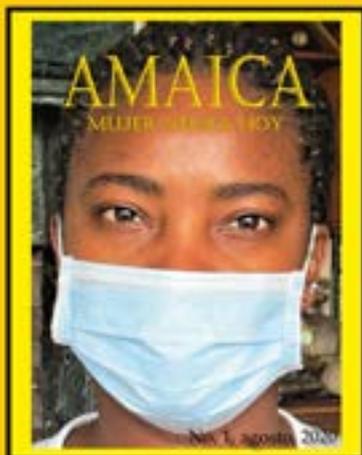


## **¿A quién va dirigida AMAICA y de dónde surge ese nombre, quiénes son las lectoras?**

Una muy buena pregunta. AMAICA son las siglas del nombre de nuestra ONG: Alianza de la mujer afrodescendiente e indígena de Colombia. Y nuestras lectoras son mujeres que quieren ayudar a que otras mujeres sean visibles. La cultura afrodescendiente está de moda, pero hay una publicación hecha por nosotras, para nosotras. Siempre es el blanco hablando de nosotros, que está bien, pero hacía falta un espacio como AMAICA donde nosotras seamos las que nos damos a conocer y a la vez escribimos para nosotras mismas.



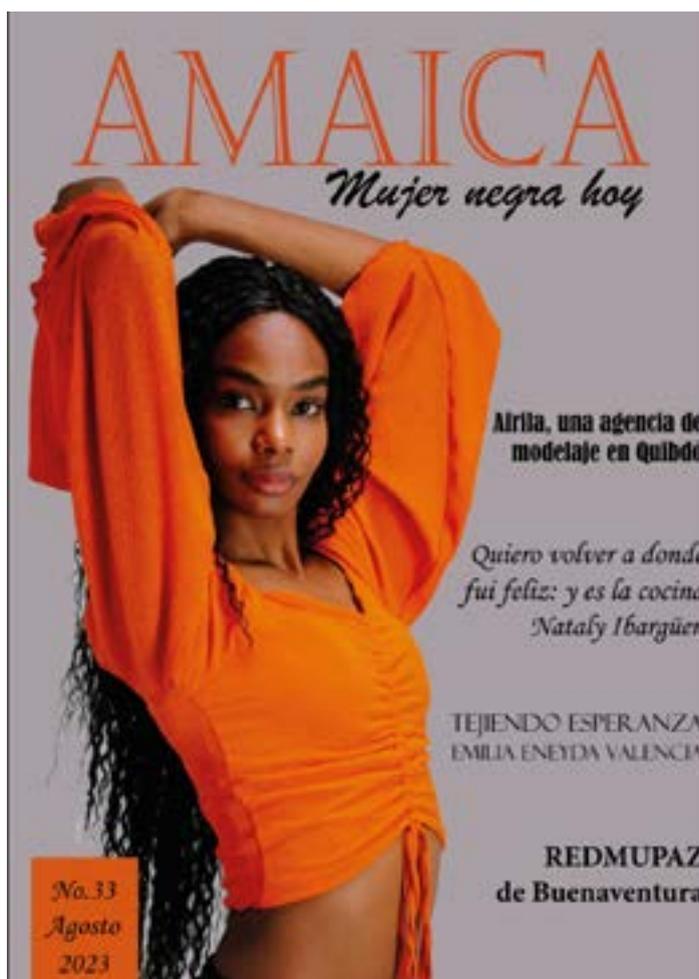
AMAICA no es política, en ella no tratamos el tema partidista, ya que solo causa distanciamientos, aquí se hace el esfuerzo de unir. Creo que hay temas mucho más importantes que el de la política. También tiene la revista lectoras no afro, interesadas en conocer los temas que tratamos que van desde emprendimientos en muchísimos campos como el culinario, belleza, moda, sicología.



## ¿Cómo ha sido el avance de AMAICA?

AMAICA es un reto, no cabe duda. Lo digital en lo editorial cada vez tiene más acogida, pero una revista de esta índole no la había en el país, así que fue una innovación que absorbió tiempo en enseñarle a nuestras paisanas que esto existía y que no era un proyecto político o de una embajada, que éramos nosotras las que manejamos y vivimos esta revista.

La búsqueda de los temas también fue interesante y nada fácil. ¿A quién le podíamos preguntar: qué leen o quisieran leer las mujeres negras? No existía. Había que ensayar y había que cometer errores. AMAICA es leída en San Andrés, en la Costa Atlántica y el Pacífico, aquí en Manizales, en Calí, Medellín y en Bogotá, tratando de reflejar a muchas mujeres que solo se parecen en el color de la piel.





**¿Es AMAICA una publicación feminista, tema que, al igual que el afro, también está de moda?**

No, definitivamente no. Para nosotras la familia tradicional es esencial y no luchamos contra los hombres a pesar de los errores que se cometan bajo el rubro de machismo. Creemos que el machismo se combate de otra forma, no con ese tipo de lucha. Al querer hacer una revista de mujeres no estamos excluyendo, estamos centrando un foco, estamos dándole importancia a la mujer. Vemos que toda gira alrededor del hombre, aquí quisimos hacer algo femenino, para nosotras. Es así que queremos intervenir y tomar acciones para crear un mundo más justo y bueno para todos.

# AMAICA

*Mujer negra hoy*

**Mi maravillosa  
Mary Grueso**

**Conversando con  
María del Mar Sinisterra,  
modelo y tejedora**

**Nosotras y la  
Marihuana**

*No.31  
junio  
2023*

## ***Nuestras redes Sociales***

Facebook: amaica

Clara Inés García Vivas

Instagram: amaica\_mujer\_que\_inspira

Página web: [www.fundaciónamaica.com](http://www.fundaciónamaica.com)



“El amor que me das no  
tiene límites. Hoy celebro  
tu fortaleza y ternura.  
¡Feliz Día, Madre!”

AMAICA

**Entrevista  
Heimy Rossy  
Hurtado Murillo,  
una estratega digital**



***¿Quién es Heimy? Cuéntanos un poco de ti.***

Soy Heimy Rossy Hurtado Muriillo, una mujer resiliente, creativa y apasionada por la estrategia digital. También soy madre, estudiante de administración de empresas y una soñadora incansable. Nací en Cali y, sin duda, todo lo que soy se lo debo a Dios y a mi abuela materna, quien me crió con amor, valores y una visión clara: convertirme en una mujer capaz de transformar su entorno. Desde pequeña fui artística y creativa. Amaba la música, el folclore, las artes plásticas, pero también tenía una chispa innata para los negocios. Vendía cartas, pulseras y postres en el colegio, y mi familia siempre me vio como una futura empresaria. Hoy, con 29 años, sigo explorando mi capacidad de crear y emprender, pero ahora desde el mundo digital.



## ***¿Quién es Heimy? Cuéntanos un poco de ti?***

Soy Heimy Rossy Hurtado Murillo, una mujer resiliente, creativa y apasionada por la estrategia digital. También soy madre, estudiante de administración de empresas y una soñadora incansable. Nací en Cali y, sin duda, todo lo que soy se lo debo a Dios y a mi abuela materna, quien me crió con amor, valores y una visión clara: convertirme en una mujer capaz de transformar su entorno.

Desde pequeña fui artística y creativa. Amaba la música, el folclore, las artes plásticas, pero también tenía una chispa innata para los negocios. Vendía cartas, pulseras y postres en el colegio, y mi familia siempre me vio como una futura empresaria. Hoy, con 29 años, sigo explorando mi capacidad de crear y emprender, pero ahora desde el mundo digital.

## ***¿De dónde salió la idea de ser estratega digital?***

Mi camino empezó de una manera inesperada. Estudié Tecnología en Sistemas de Gestión Ambiental en el SENA y, al iniciar mis prácticas, quedé embarazada. Terminé mi práctica con honores y me gradué con reconocimiento, pero el mundo laboral tradicional no se ajustaba a mi nueva realidad como mamá. Entonces, decidí emprender.

Inicié vendiendo productos a través de redes sociales, pero desde el principio supe que quería hacerlo diferente. No quería que Instagram fuera solo un catálogo; quería contar historias, conectar con la audiencia, crear contenido visualmente atractivo. Me capacité en fotografía, video con celular y marketing digital. Así nació Dulce Mía Tienda, un emprendimiento con alma que conectó con muchas mujeres jóvenes y mamás.

Sin embargo, la pandemia y el paro me obligaron a cerrar. Fue un momento difícil, pero en lugar de rendirme, decidí estudiar Administración de Empresas con un enfoque claro: dominar el marketing digital. En ese proceso, trabajé con varias marcas, ayudándolas con su contenido y estrategias en redes sociales. Mi círculo cercano empezó a verme como referente para emprender en digital, y ahí entendí que mi propósito era guiar y dar herramientas a otros emprendedores para que también pudieran vivir de su sueño.

Mi gran plataforma de crecimiento fue Brandear, una agencia de branding que me permitió expandir mis conocimientos. Empecé como community

manager, luego fui directora digital y finalmente socia. Tuve el privilegio de trabajar con marcas como Dr. Jean Paul Salazar, Migatte, Biluan, Honda, Corazón de Caña, Unico Cali, y con creadores como Mateito y La Máquina. Con el tiempo, me especialicé en estrategias con creadores de contenido, influencers y UGC. También realicé un diplomado en comunicación digital en la Universidad Santiago de Cali y un curso de pauta digital en la Universidad Autónoma de Occidente.

Este recorrido me llevó a consolidarme como estratega digital, ayudando a marcas a posicionarse, crecer y conectar con su audiencia, de una forma auténtica y efectiva.

### ***¿En qué consiste ser estratega digital?***

Para mí, ser estratega digital es encontrar el equilibrio entre la creatividad y la estrategia, pero no de forma aislada, sino en conexión con la esencia y los objetivos de cada marca. No se trata solo de crecer en redes sociales, sino de generar relaciones auténticas con la audiencia y de darle a cada negocio una dirección clara en el mundo digital.

Mi trabajo es crear historias, posicionar marcas y convertirlas en referentes. Desde la planificación de contenido hasta la ejecución, cada paso tiene una intención. ¿Cómo lo hago?

- Definiendo estrategias personalizadas para cada marca.
- Desarrollando contenido visual y narrativo que conecte.
- Optimizando la presencia digital con pauta, colaboraciones e influencers.
- Capacitando a las marcas para que crezcan y sean sostenibles en el tiempo.

Además, trabajo con creadores de contenido y UGC para que las marcas lleguen a su público de una manera más cercana, real y efectiva.



## ***¿Qué marcas estás impulsando actualmente?***

He trabajado como más de 50 marcas entre estrategia digital y creadora UGC. Actualmente, trabajo con marcas de diversas categorías:

- Cuidado capilar y belleza: Makemba Ancestral, María C, Melenas i Bella.
- Contabilidad y finanzas: Quantum Effective Solutions, Angélica Rentería.
- Moda y estilo de vida: Selah.
- Economía circular y sostenibilidad: Plasfacol.

Además, como creadora UGC, he colaborado con diferentes marcas (Cygu (app del Grupo Atlas), The Thali Closet, Obaqui, entre otras) colaboro con marcas enfocadas en cabello afro, marcas de moda, familia, porque mi meta es ser una portavoz digital de la comunidad afro y promoviendo la autenticidad.

## ***Un mensaje para las marcas que encuentran difícil impulsarse.***

Emprender y construir una marca no es solo un plan de negocio, es también un acto de fe en tu propio sueño. Como decía Martin Luther King: "I have a dream" (Tengo un sueño), y si tú también lo tienes, debes creer en él con todas tus fuerzas.

Sé que a veces el camino parece incierto, que las redes sociales pueden sentirse como un mundo abrumador. Pero quiero recordarte que cada paso que das te acerca más a ese sueño.

Las redes sociales no son solo una herramienta, son una oportunidad de conectar con el mundo. Y yo quiero ayudarte a hacerlo.

Tienes una historia única que contar, un propósito que merece ser visto y valorado. No dejes que el miedo te detenga, porque detrás de cada gran marca hubo un soñador que decidió dar el primer paso. Tú y yo tenemos algo en común y es ese sueño, el mayor de los honores siempre será que me permitan ser parte de ello.

## ***¿Cómo te ves en un futuro cercano?***

Me veo impactando, guiando y transformando. Quiero convertirme en mentora y consultora de marcas y emprendedores, llevándolos a entender no solo el poder del marketing digital, sino también cómo usarlo estratégicamente para su crecimiento.

Visualizo mi presencia en espacios como la Cámara de Comercio, Fundación Carvajal y universidades, capacitando a emprendedores y empresarios. También quiero expandirme más allá de Colombia, llevando mi conocimiento a otras comunidades afro y latinas.

Además, mi propósito no se limita al marketing. Sueño con crear proyectos que aporten a mi comunidad, fortalecer la representación afro en el mundo digital y generar oportunidades para que más mujeres y emprendedores encuentren en la digitalización una puerta hacia la independencia económica.

Pero, sobre todo, mi mayor motor es mi hija. Todo lo que hago es por ella, por construir un futuro donde vea que los sueños se cumplen cuando se trabajan con pasión, disciplina y corazón.



Redes sociales:  
Instagram: [heimy.hurtado](#)



# Verdaderas artesanas, verdaderas mujeres

## Parte II

---

---

En la edición pasada de AMAICA se incluyó la entrevista con Ana y María, dos mujeres indígenas que venden tejidos de chaquiras en la calle, en la carrera 23 de Manizales. Haberlas oído me ayudó a desvelar una incógnita, porque yo veía a estas laboriosas mujeres, pero no me imaginaba quienes eran, como vivían.

En esta segunda entrevista di el siguiente paso y ya no les pregunté acerca del trabajo, sino de sus vidas, para perfeccionar más el retrato que estoy elaborando de ellas.



Convine con ellas la entrevista y les pasé una larga lista de preguntas que me contestaron en 17 audios en WhatsApp, Blanca me explicó que primero intentaron responder con el apoyo de la hija, pero que eran muchas repuestas, optando entonces por hacerlo a viva voz por el medio digital.

Me sorprendió que ya llevaban 15 años en Manizales y que vivían en el barrio El Carmen, un barrio popular no lejos del centro, porque yo pensaba que arrendaban una habitación en la Galería y que trabajaban por temporadas y que regresaban a su pueblo. No me imaginé que estuvieran tan afincadas en esta ciudad. Claro, veo la ropa que llevan puesta y no es la tradicional batola de colores fuertes y unas cintillas al borde, que parecen unas muñecas.

Al decir ellas que son desplazadas creo que hay un desplazamiento doble en esas vidas: el de la violencia y el laboral, digo eso porque al preguntarles acerca de su posible regreso a Pueblo Rico (Risaralda), decían que las posibilidades laborales allá eran nulas. Raro me parece ese punto, porque los subsidios que derrama el Estado en las comunidades indígenas, son notorios. ¿Será que esos se reparten por razones políticas y les llegan a ciertos grupos y otras comunidades no reciben nada? Supe de boca de ellas que la ciudad brinda muchas posibilidades de sobrevivir y de sacar adelante a sus hijas. Nosotros que rajamos de la ciudad y su intensidad e injusticia, a estas mujeres les parece una oportuna alternativa.



Noté cierto entusiasmo al hablar de sus hijas y cómo van a colegio y aprenden muchas cosas. Me pregunto: estas niñas, seguramente nacidas en Manizales, ¿cómo se sienten, manizaleñas o indígenas? ¿Qué identidad estarán elaborando? Ambas insistían que todas ellas sabían tejer chaquiras, que nunca se sabe y es bueno tener un oficio.

Sin duda dijeron que les gustaba hablar español, siendo su idioma el katio: “Que, si alguien las trata mal, poder responder”, dijo Ana.

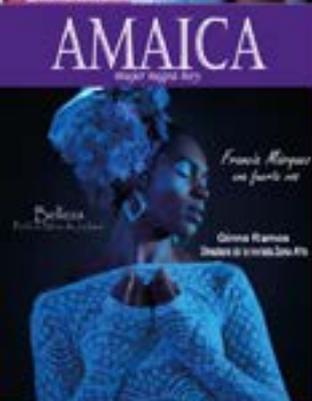
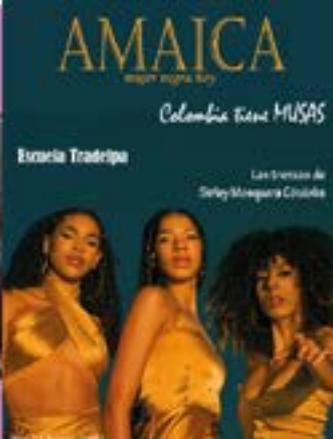
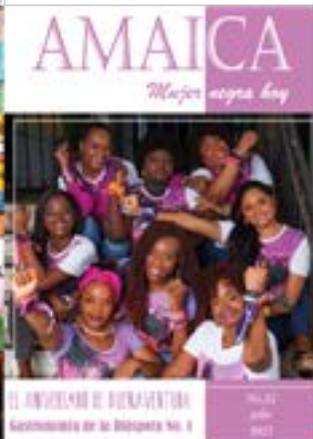
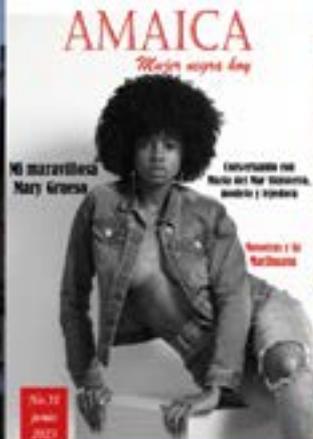
Para entender un poco su cotidianidad, o sea sus vidas fuera del trabajo me decían que no les gusta ver televisión, pero que les gusta oír música, todas ellas, especialmente cuando hacían oficio. Me sorprendió, porque yo hago lo mismo. El tiempo libre les gusta emplearlo haciendo paseos, me imagino recorriendo la ciudad. Para ellas la ida a misa es parte de estructurar ese tiempo libre.

Les había preguntado por el apoyo del estado y comentaron que los habían recibido en una época, pero hace mas de un año no saben nada del Estado y su cuidado.

La última pregunta, ésta ya no estaba incluida en la lista, sino se las hice directamente en el puesto, y traté de averiguar por los maridos y solo obtuve como respuesta dos ceños fruncidos. Entendí.

Clara Inés García Vivas





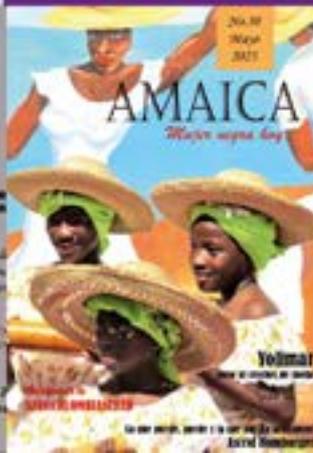
**Si quieres apoyar a nuestra revista "AMAICA" mujer negra hoy, lo puedes hacer a través de donaciones.**

**Este es el nombre de nuestra cuenta:  
Fundación Alianza para la Mujer Afrodescendiente e Indígena de Colombia.**

**Nuestro Nit: 90.13.78.384 - 4**  
**Banco Davivienda, cuenta de ahorros, No. 550- 084-100-194-822**  
**Correo: fundacionalianzaamaica@gmail.com**

**¡Apóyanos!**

**Caldas, Manizales, Colombia.**





*Jenny Tenorio*

# Tumaco hoy

## Comentario de Jenny Tenorio

Tumaco ha sido gravemente afectado por el conflicto armado. Sin embargo, la violencia que lo azota no se limita únicamente a los enfrentamientos armados; la corrupción que ha habido en este municipio ha impactado directamente en la calidad de vida de sus habitantes, ya que la falta de oportunidades y servicios básicos genera un ambiente propicio para que reine la injusticia y la falta de bienestar social.

La corrupción también crea ciclos de desconfianza y desesperanza en la población. Cuando los ciudadanos ven a sus líderes políticos involucrados en prácticas corruptas, se desmotivan, lo que termina afectando su participación en procesos democráticos y en la construcción de una sociedad más justa. En Tumaco, las entidades de control son casi inexistentes, y la crítica se disipa rápidamente cuando hay intereses económicos de por medio, lo que ha normalizado el cinismo de algunas administraciones corruptas que engañan a la población. Obras como las casas para los damnificados por la avalancha del río Mira en 2009, la promesa de un acueducto y la más reciente: la intervención de la cancha San Judas, son ejemplos claves de “elefantes blancos” que reposan en el silencio de una comunidad que parece haberse acostumbrado al mal vivir.

Para estas obras públicas se ha girado desde el gobierno nacional el presupuesto requerido (o por lo menos parte de él), pero ha tomado otro rumbo ¿Dónde han ido a parar esos recursos? ¿Por qué los gobiernos locales no han hecho un seguimiento serio, en donde están los entes de control? Es crucial abordar la violencia en Tumaco desde una perspectiva integral que reconozca la corrupción como un factor clave que impide avances significativos. Es fundamental promover la participación ciudadana y la educación cívica para concederle poder a la comunidad.

La violencia en Tumaco es un fenómeno complejo que no puede entenderse solo a través del conflicto armado. La corrupción contribuye a perpetuar la desigualdad y la inseguridad en el territorio. El futuro que anhelamos debe comenzar por dejar de elegir a personas poco íntegras que cada cuatro años se pelean el poder solo para continuar desangrando esta tierra, mientras la mayoría de su gente vive enterrada en la escasez cercada por muros que no le permiten avanzar.



SECRETARÍA DE  
PLANEACIÓN

Asignación por más de  
**\$50 mil millones**  
para **proyectos estratégicos**  
en el departamento

Con **Regalías**  
se **consolida** el  
**progreso**  
*en Caldas*



**Construcción del  
Complejo deportivo**  
*La Violeta, Neira*



**Mejoramiento de las  
vías perimetrales**  
*Parque de Pácora*



**Pavimentación de  
vías urbanas**  
*Centro poblado  
San Juan, Marmato*



**Mejoramiento y  
pavimentación del  
corredor transversal  
de Caldas, Etapa II**  
*Sector Salamina-La Merced*



**Mejoramiento de la  
red vial secundaria**  
*Sector Tres Puertas -  
Alto del Paisa  
Manizales*



*Por: Clara Inés García Vivas*

## **CUANDO PIENSO EN EL DÍA DE LA AFROCOLOMBIANIDAD**

Los días señalados por ley para resaltar algo tienen sus ventajas, porque centran la atención en algo, hacen que la gente enfoque sus pensamientos en un tema específico y adquieran conciencia. Es probable que nos estemos saturando de tantos días especiales y no seamos capaces de pensar en el día mundial de tantos asuntos, pero esta fecha de la afrocolombianidad me gusta y me inspira.

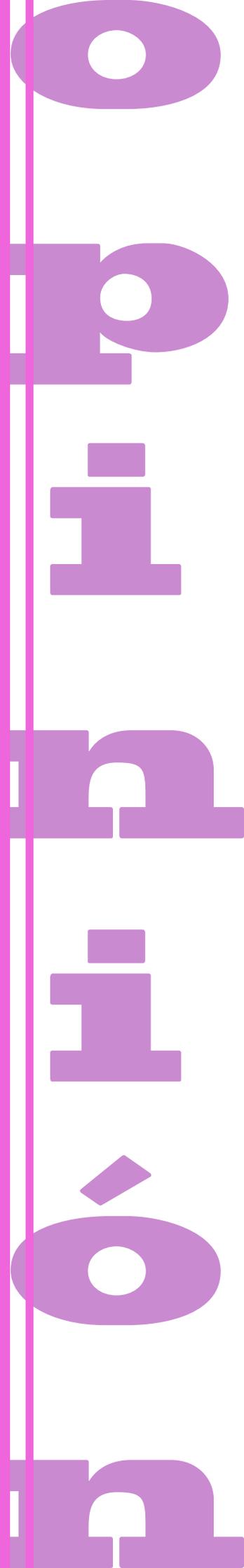
Le doy rienda suelta a mis pensamientos y me gusta imaginar una Colombia donde los negros seamos indispensables; que superemos discriminaciones y demos un giro de 180° y que, a nosotros los negros, nos busquen, nos necesiten. Pienso en eso y se me ocurre que para lograr esa meta nos debemos preparar intelectualmente, pero especialmente en lo moral. Sin crecimiento humano, no hay desarrollo verdadero. Debemos capacitarnos en todos los temas y es urgente arreglar muchos conflictos y traumas que llevamos hacia el interior de nosotros mismos como grupo y como personas.

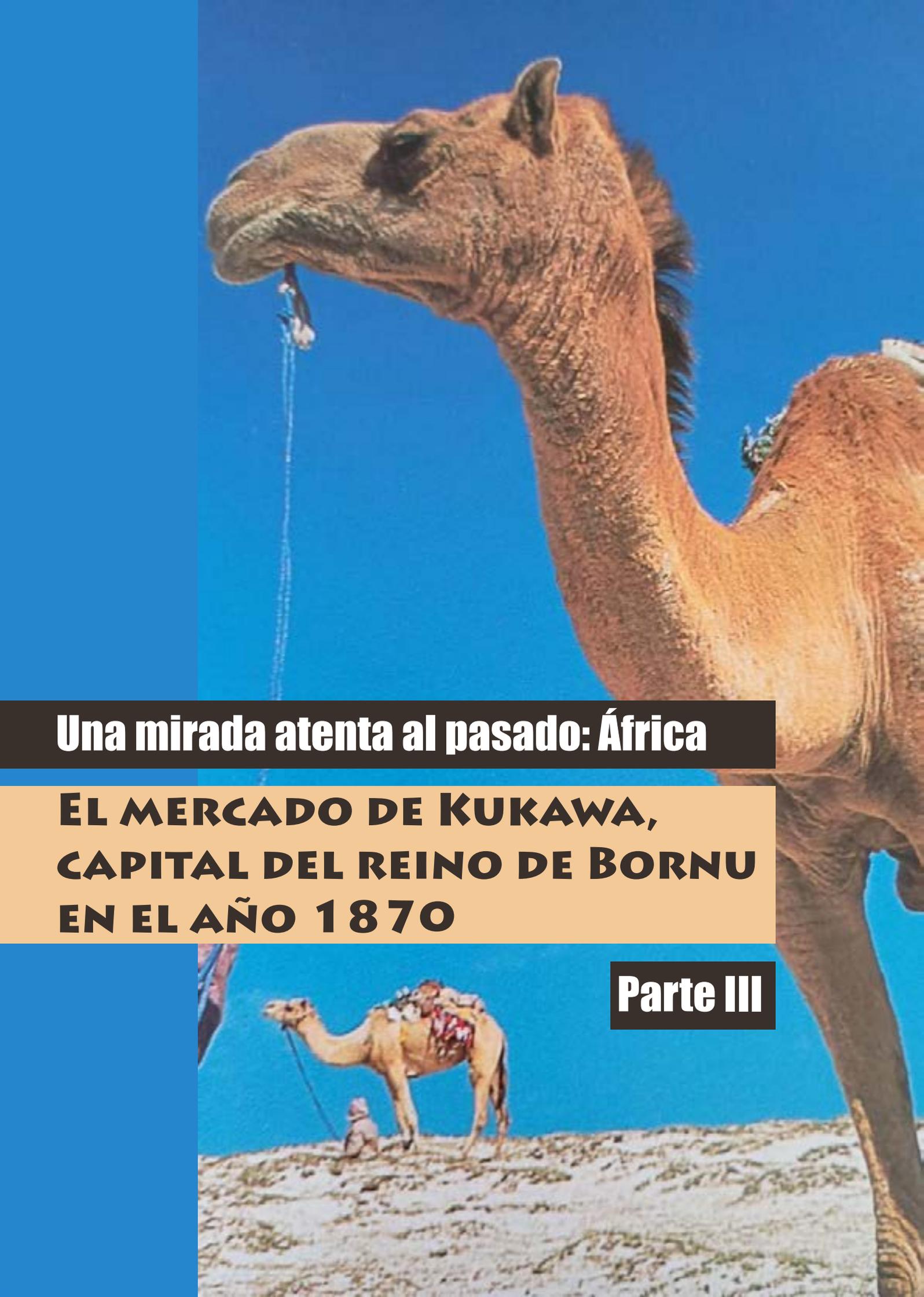
Me gustaría ver que como grupo humano nos pusiéramos una meta y nos empeñásemos en lograrla, que nos preparemos como un atleta olímpico que se prepara todos los días haciendo grandes sacrificios para ser campeón; que hace ejercicios por horas y no desiste a pesar de estar cansado; que a cada momento se mentaliza en triunfar. Que se cuida, evita excesos y se alimenta de una forma especial, esto en función de sacar a flote todo su potencial. Bello sería ser partícipe de un movimiento así y ver cómo muchos negros se comprometían en esta tarea y dejar boquiabierto a Colombia, y por el otro lado saber que sostenemos en manos propias nuestro destino, que superamos el afán de salir de discriminados y pobres y nos convertimos en el eje de nuestro desarrollo, el cual se medirá, no en pesos, sino en felicidad adquirida.

Sueño con que nos busquen, porque somos buenos, no porque ostentemos un poder político y obligadamente la gente tenga que venir a nosotros. Quiero que nos prefieran por capaces, honestos, fuertes, preparados, por justos y por solidarios. Sueño con que alguien tenga un problema y solo se le ocurra llamar a un negro para que le ayude a salir del lio o incertidumbre en que se halla.

Me dirán muchos que ya hemos logrado mucha visibilidad y participación, que un equipo de fútbol sin jugadores negros no sería capaz de ganar; que la música no sería lo mismo sin nosotros; que las pasarelas sin las bellezas negras no brillarían como lo hacen cuando nosotras desfilamos; que en política estamos representados. Todo eso es cierto y solo comprueba mi anhelo: somos capaces, pero no nos lo hemos propuesto como grupo, sobresalimos sí, pero solo como individuos. Digo: sobresalen los más fuertes y las más bellas, pero la gente nuestra que no tiene esos dotes ¿dónde queda?

Anhelo que seamos la sal de esta nación, que nosotros los negros, seamos indispensables.



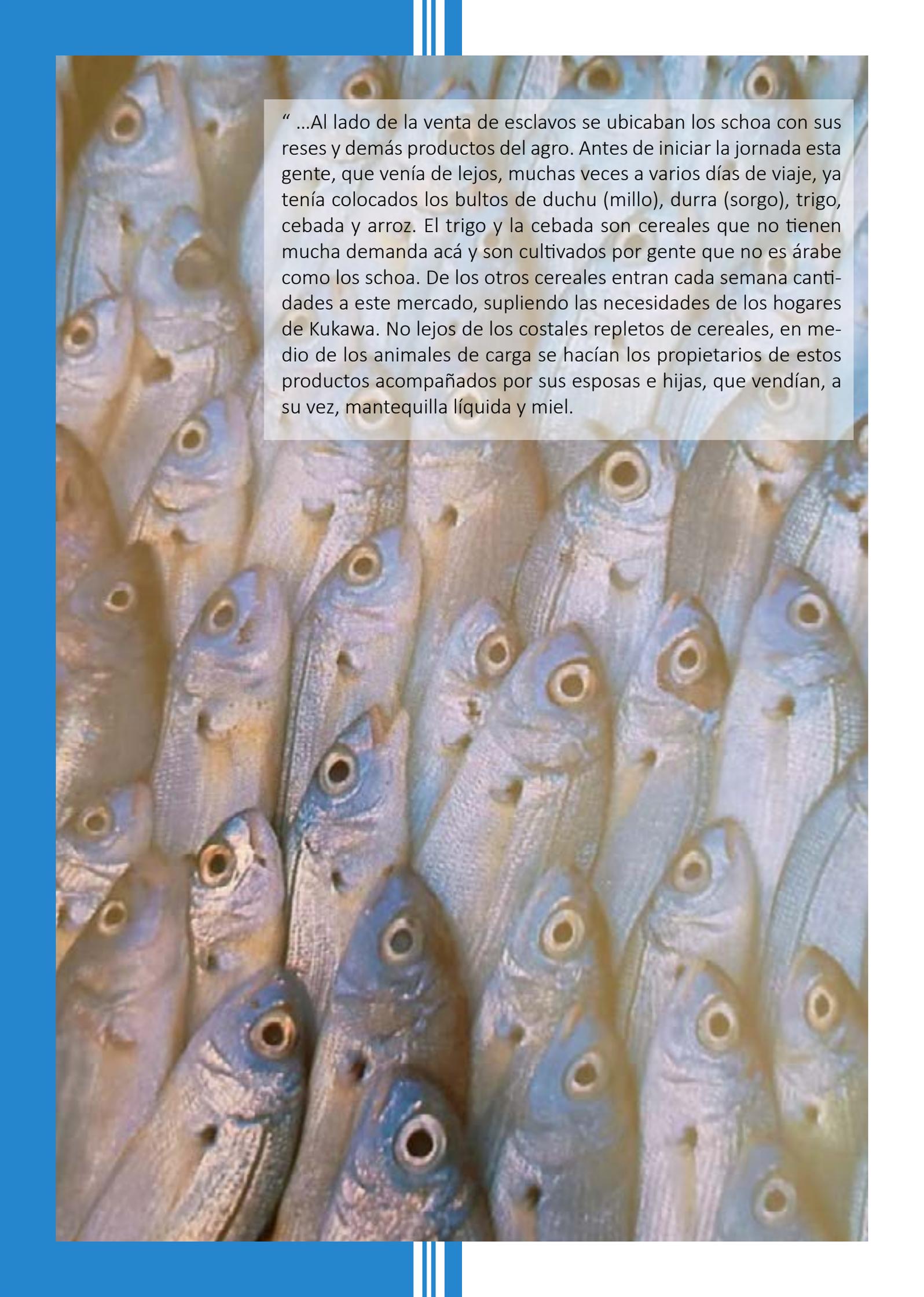


**Una mirada atenta al pasado: África**

**EL MERCADO DE KUKAWA,  
CAPITAL DEL REINO DE BORNU  
EN EL AÑO 1870**



**Parte III**



“ ...Al lado de la venta de esclavos se ubicaban los schoa con sus reses y demás productos del agro. Antes de iniciar la jornada esta gente, que venía de lejos, muchas veces a varios días de viaje, ya tenía colocados los bultos de duchu (millo), durra (sorgo), trigo, cebada y arroz. El trigo y la cebada son cereales que no tienen mucha demanda acá y son cultivados por gente que no es árabe como los schoa. De los otros cereales entran cada semana cantidades a este mercado, supliendo las necesidades de los hogares de Kukawa. No lejos de los costales repletos de cereales, en medio de los animales de carga se hacían los propietarios de estos productos acompañados por sus esposas e hijas, que vendían, a su vez, mantequilla líquida y miel.



Era asombroso ver la variedad de procedencias de la gente que acudía a Kukawa para vender y comprar. Están los buduma con sus fuetes de piel de hipopótamo; los fulbe con su ganado; las mujeres musugu con sus labios estirados y sus adornos en forma de plato.

Todo tenía su orden y los vigilantes eran acatados por todos los que aquí venían a hacer comercio. En las transacciones se usaban monedas europeas sin problema, pero la moneda más habitual eran las conchas de kauri; se veía también que se pagaba con gabag, que eran unas tiras de algodón de 6 centímetros de anchas y de 3 a 4 metros de largas, esta moneda de algodón había desplazado al rotl, que era una moneda de cobre local. Un rotl equivalía a 32 conchas.



Los comerciantes procedentes del norte dejaban sus excedentes a los traficantes locales y de aquí se repartía la mercancía a otras poblaciones menores, existiendo entonces mayoristas que compraban y movían estos artículos, así como había minoristas que surtían a la ciudad. Al lado de la gran tienda existían los que vendían al detal su mercancía sobre mantas en el suelo solamente.

Los esclavos, a pesar de que su tráfico fue prohibido por Inglaterra en el año 1807, por España en 1817, Portugal en 1823 y en Estados Unidos de América en 1863, de aquí se sacaban alrededor de 1.400 personas al año para suplir los mercados de Egipto y de Ghat en Libia...”

# AMAICA

*Mujer negra hoy*



amaica\_mujer\_que\_inspira



Amaica

Clara Inés García Vivas



fundacionalianzaamaica@gmail.com



www.fundacionamaica.com



Manizales- Caldas- Colombia