

**Estudio de los cambios culturales generados por la actividad turística durante las ferias y
fiesta de exposición ganadera y agropecuaria, en el municipio de San Gil Santander, 2013-
2017**

Lina Marcela Barajas Oliveros

Laura Stefania Bueno Sanabria

Universitaria Agustiniana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C
2018

**Estudio de los cambios culturales generados por la actividad turística durante las ferias y
fiesta de exposición ganadera y agropecuaria, en el municipio de San Gil Santander, 2013-
2017**

Lina Marcela Barajas Oliveros
Laura Stefania Bueno Sanabria

Director
Sandra Liliana Tobón Soto

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Turismo y Hotelería

Universitaria Agustiniana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C
2018

Dedicatoria

Laura Bueno:

Este trabajo lo quiero dedicar a Dios en primera instancia, por brindarme a personas tan maravillosas en este largo camino.

A mis Padres Eugenio Bueno y Marcela Sanabria por su amor, apoyo infinito y cariño, esto es para ustedes y su esfuerzo incondicional por brindarme lo mejor.

A mis Abuelos Jaime Sanabria y Cristina Sastoque por formarme como persona y estar siempre ahí como protectores y guías de vida.

A mis Hermanos Diego Bueno y Lucia Bueno por sus palabras de ánimo, y compañía en esas noches eternas de trabajo.

A mi colega y compañera de proyecto Lina Barajas por permitirme recorrer este camino a su lado.

Lina Barajas:

Dedico este trabajo a todas las personas que hicieron posible que haya llegado a este punto de mi carrera.

A mis padres Euclides Barajas y María Teresa Oliveros, quienes siempre que pudieron me dieron los recursos para apoyarme en mi camino académico.

A mi hermana Jennifer Barajas quien siempre ha sabido cómo hacerme reír en momentos de estrés.

Además, quiero agradecer a mi compañera Laura Bueno, quien ha estado a lo largo y en la gran parte de mi formación como profesional, le dedico este trabajo también ya que esta investigación fue posible gracias a nuestro trabajo en equipo.

Agradecimientos

Este proyecto ha tenido una increíble aceptación por parte de diferentes instituciones y personas del sector, motivo por el cual queremos destacar y dar gracias a aquellos que nos brindaron su respaldo para llevarlo a cabo:

Agradecemos a nuestra Tutora Sandra Tobón por su apoyo en la realización de este proyecto,

Al Instituto de Cultura y Turismo de San Gil por facilitarnos la información y acceso a su personal,

Al Colegio Técnico Nuestra Señora de la Presentación de San Gil por permitirnos desarrollar el Grupo focal con sus estudiantes,

A la Directora de Fenalco Sur – Santander Delis González por brindarnos la oportunidad de trabajar con los comerciantes y esta entidad,

A Carolina Cárdenas por acompañarnos en este proceso académico y ser una guía para desarrollarlo de la mejor manera,

A las profesoras Sandra Calderón y Verónica Villegas por su apoyo académico, sus aportes en sus respectivas áreas y opiniones, los cuales complementaron nuestro proyecto.

Mil gracias a todos ustedes instituciones, docentes y futuros colegas; sin sus aportes este proyecto no habría sido posible.

Resumen

El objetivo central de este documento es determinar los cambios culturales generados por la actividad turística en las ferias y fiestas de San Gil en los últimos cinco años. Se desarrolló un análisis cualitativo con el uso de Atlas Ti a cuatro grupos: residentes, comerciantes, academia y directivos los cuales están inmersos en el desarrollo de dicho evento, para posteriormente crear indicadores con los cuales se identifique de manera cuantitativa estos cambios. A fin de determinar los cambios culturales se crearon indicadores donde se encontró la siguiente información: el Indicador de Percepción con el cual se evidencio que el 66% de los participantes ven en la feria una oportunidad de crecimiento para el municipio, El Indicador de Dinámicas Culturales donde un 66% de los participantes aseguran que se han evidenciado cambios dinámicos negativos en la realización de la feria entre ellos la transculturación de la Sangileñidad y un 37% que evidencia cambios dinámicos positivos debido al incremento de las ventas. El Indicador de Desarrollo donde un 65% evidencia un desarrollo positivo, ya que atrae muchos asistentes y se incrementan las ventas, frente a un 35% de desarrollo negativo debido a las ventas informales, problemas de logística y seguridad. Y finalmente el Indicador de Actividades donde encontramos que un 50% son actividades continuas durante los últimos cinco años y un 50% son actividades variantes que dependen de quien realiza la feria. Con estos resultados se evidencia como la feria ha tenido unos cambios culturales olvidando su propósito inicial, debido a que su enfoque actual es la venta masiva de la misma.

Palabras Claves: Cultura, transculturación, feria, fiesta, indicadores.

Abstract

The main objective of this document is to determinate the cultural changes consequence of the tourist in the festivals in San Gil in the last five years.

The development of the investigation, takes qualitative data, analyzed with Atlas Ti tool. Our start point was separate the people in local group, merchants' group, academia group and principal directors' groups, then we created indicators to define the changes.

The indicator gave us the follow information:

Perception indicator: 66% of the participants saw the festival like an opportunity to grow up on the town.

Cultural dynamics indicator: 66% of the participants swear feel negative dynamics in the festival, like the transculturation. 37% of the participants thought that the changes are good for the increase in the sells.

Development indicator: 65% of the participants perceive good new visitants in the town. 35% thought that is negative because it brings informal sellers, logistic and security problems.

Activities indicators: 50% of the activities were recurrent in the last five years, and the other 50% of the activities changes each year. With those results we found out how the festival had been changing in the cultural aspects, and were forget the original purpose.

Key words: Culture, transculturation, festival, indicators

Tabla de contenido

Introducción.....	15
1.Planteamiento del problema	16
1.1. Descripción del problema	17
1.2. Delimitación del problema	17
1.3. Formulación del problema	17
2.Justificación.....	18
3.Marcos de referencia	19
3.1 Marco teórico	19
3.1.1. Antecedentes.	19
3.1.2. Fundamento teórico.	25
3.2. Marco conceptual.....	28
3.2.1. Transculturación.	28
3.2.2. Ferias y fiestas.	29
2.2.3. Cultura.....	30
3.3. Marco geográfico	30
3.4. Marco histórico	32
3.5 Marco legal	33
3.5.1. Constitución política de Colombia.	33
3.5.2. Ley 300 de 1996.	36
3.5.3 Plan de desarrollo turístico de San Gil.	38
4.Objetivos	40
4.1. Objetivo general.....	40
4.2. Objetivos específicos.	40
5.Metodología	41
5.1. Instrumento grupos focal.....	41
5.1.1. Trabajo de campo grupo focal.....	45
5.1.2. Características de trabajo de campo.	46
5.2. Instrumento entrevista semiestructurada.	47

5.2.1. Trabajo de campo entrevista	48
6. Capítulo 1. Las ferias y fiestas de San Gil, Santander	54
6.1. El pueblo Guane.....	54
6.2. Colonización española	56
6.3. Santandereanidad	57
6.4. Generalidades culturales	59
6.5. Ferias y fiestas	70
6.5.1. Retomando las raíces.	70
6.5.2. Antropología de la tradición.....	72
6.5.3. Escenario actual	74
7. Capítulo 2. La percepción del residente	79
7.1. Grupo residentes	80
7.1.1. Análisis.	85
7.2. Grupo comerciantes	91
7.2.1. Análisis.	95
7.3. Grupo Directivos.....	102
7.3.1. Analisis.	106
7.4. Grupo focal – academia	117
7.4.1. Analisis.	129
7.5. Matriz Comparativa	138
8. Capítulo 3. La influencia del turismo.....	163
8.1. Indicadores culturales	164
8.1.1. Planteamiento indicador.....	166
8.1.2. Desarrollo de indicadores	167
8.1.3. El desarrollo en las actividades	185
8.1.4. Impacto	187
Conclusiones.....	190
Recomendaciones	192
Referencias	193

Lista de tablas

Tabla 1. Selección del moderador grupo focal.....	42
Tabla 2. Cronograma general grupo focal.....	44
Tabla 3. Detallado de actividades grupo focal	44
Tabla 4. Datos participantes grupo focal.....	45
Tabla 5. Planificación interna grupo focal	46
Tabla 6. Detalles Participantes Investigación.....	49
Tabla 7. Síntesis Metodología de Investigación.....	80
Tabla 8. Incidencia de palabras Residentes.....	81
Tabla 9. Recurrencia de Palabras Comerciantes	92
Tabla 10. Incidencia de Palabras Directivos	103
Tabla 12. Actividad Caracterización.....	120
Tabla 13. Clasificación por Genero.....	121
Tabla 14. Clasificación por Vestimenta	122
Tabla 15. Clasificación por Características.....	123
Tabla 16. Clasificación por Complemento.....	123
Tabla 17. Resultados Actividad Afiches Grupo Focal	126
Tabla 18. Matriz Comparativa Residentes (Percepción Feria).....	139
Tabla 19. Matriz Comparativa Comerciantes-Directivos- Academia (Percepción Feria) .	140
Tabla 20. Matriz Comparativa Clasificación por Genero	142
Tabla 21. Matriz Comparativa Clasificación por Vestimenta.....	142
Tabla 22. Matriz Comparativa Clasificación por Características.....	143
Tabla 23. Matriz Comparativa Complemento.....	144
Tabla 24. Introducción Actividad Afiches	145
Tabla 25. Actividad Afiches Grupo Focal.....	145
Tabla 26. Matriz Comparativa Residentes-Comerciantes (Cambios Dinámicas Culturales Feria)	147
Tabla 27. Matriz Comparativa Directivos-Academia (Cambios Dinámicas Culturales Feria)	148
Tabla 28. Matriz Comparativa (Cambios de Desarrollo y Actividades).....	152
Tabla 29. Planteamiento Indicadores	166
Tabla 30. Variables Indicador Percepción	167

Tabla 31 Indicador de Percepción.....	168
Tabla 32 . Variables Indicador Dinámicas Culturales.....	169
Tabla 33. Indicador Dinámicas Culturales	170
Tabla 34. Variables Desarrollo.....	171
Tabla 35. Indicador Desarrollo.....	172
Tabla 36. Frecuencia Actividades	173
Tabla 37. Frecuencia Agropecuaria Valores	176
Tabla 38. Frecuencia Exposiciones	177
Tabla 39. Frecuencia Festividades	179
Tabla 40. Frecuencia Otras Actividades.....	182

Lista de Figuras

Figura 1 - Mujer indígena realizando labores artesanales.....	24
Figura 2 Mapa delimitación municipio San Gil	31
Figura 3 Objetivos Plan de Desarrollo San Gil	39
Figura 4 Similitudes y diferencias entrevista grupal y grupos focales.....	41
Figura 5 Modelo de Trabajo Entrevista.....	48
Figura 6 Santander: Panorámica del centro de San Gil.....	58
Figura 7 Traje regional de Santander- Mochuelana San Gil.....	61
Figura 8 Traje regional de Santander – Campesino	62
Figura 9 Foto cortesía agrupación Chocatiando por Santander	65
Figura 10 Laura Melissa Vergel y Luis Miguel Blanco, ganadores en la modalidad de parejas del XXV Festival Nacional del Pasillo Colombiano.....	67
Figura 11 Campesina trovadora	68
Figura 12 Pieza Publicitaria Feria 2017	75
Figura 13 Plaza Principal San Gil	76
Figura 14 Ruta del Centro Comercial El Puente. a Parque Principal.....	77
Figura 15 Actividad La Gran Cabalgata San Gil	78
Figura 16 Nube de palabras residentes.....	81
Figura 17 Red de conexiones Residentes	84
Figura 18 Red Objetivo de la Feria	85
Figura 19 Red Percepción de la Feria	86
Figura 20 Red Asistentes a la feria.....	87
Figura 21 Red Actividades destacadas de la feria.....	88
Figura 22 Red Actividades Destacadas.....	89
Figura 23 Red Impacto	90
Figura 24 Nube de Palabras Comerciantes.....	91
Figura 25 Red Comerciantes	94
Figura 26 Red Objetivo de la feria Comerciantes	95
Figura 27 Red Logística del Evento	96
Figura 28 Red Impacto Positivo	97
Figura 29 Red Impacto Negativo	97

Figura 30 Red Percepción	98
Figura 31 Red Incremento Comercio	99
Figura 32 Red Actividades de la Feria 1	100
Figura 33 Red Actividades de la Feria 2	101
Figura 34 Nube de palabras Directivos	102
Figura 35 Red Directivos	105
Figura 36 Red Tradición Sangileña.....	106
Figura 37 Red Identidad Cultural.....	107
Figura 38. Red Cambios Culturales. Autoría propia.....	108
Figura 39 Red Ventas.....	109
Figura 40 Red Otros Actores1.....	111
Figura 41 Red Otros Actores 2.....	112
Figura 42 Red Logística del Evento 1	113
Figura 43 Red Logística del Evento 2	114
Figura 44 Red Actividades de la Feria	115
Figura 45 Nube de Palabras Grupo Focal	117
Figura 46 Red Actividad Personalización.....	121
Figura 47 Red Actividad Afiches.....	125
Figura 48 Red Feria Grupo Focal.....	128
Figura 49 Red Objetivo de la Feria Grupo Focal	129
Figura 50 Red Tradición de la Feria Grupo Focal.....	130
Figura 51 Red Responsabilidad Adm. de la Feria Grupo Focal.....	132
Figura 52 Red Actividades de la Feria Grupo Focal	134
Figura 53 Red Comercio en la Feria Grupo Focal	136
Figura 54 Red Transculturación en la Feria Grupo Focal	137
Figura 55 Promedio Frecuencia Agropecuaria 2013 - 2017	176
Figura 56 Promedio Frecuencia Exposiciones 2013 - 2017	178
Figura 57 Promedio Frecuencia de Festividades 2013 -2017	181
Figura 58 Frecuencia de Otras Actividades 2013-2017	184

Introducción

El presente trabajo se desarrolla en el municipio de San Gil - Santander, donde en un auge del turismo, éste se desarrolló en esta región de forma espontánea, motivo por el cual los pobladores decidieron empezar a trabajar en este sector. Sin embargo, la población local no ha tenido la preparación o la capacitación adecuada en el tema, haciendo evidentes los escenarios con muestras de transculturación. Un ejemplo de ello es la feria ganadera y agropecuaria del municipio, siendo el escenario central para el desarrollo de esta investigación. En la cual se realizaron ciertos descubrimientos sobre los cambios culturales que se presentaban alrededor de la feria debido al turismo. En el desarrollo de la metodología y el análisis por indicador, se abordarán aspectos directos, indirectos e inducidos de la actividad, gracias al análisis de estas variables se logra afirmar la baja relevancia que tienen las actividades culturales y tradicionales dentro del evento, así como la falta de identidad del municipio con la cual ha logrado adoptar cambios culturales sin oponerse a ellos.

1. Planteamiento del problema

El ser humano siempre se ha caracterizado por razonar sobre su propia existencia y el entorno que lo rodea, de esta singular forma el hombre ha clasificado y nombrado a todos los demás seres que no tienen esta capacidad. En consecuencia de esto el ser humano siempre ha sido curioso, con los años ha evolucionado la forma de indagar sobre sí mismo y el mundo por medio de la ciencia; sin embargo el ser humano no solamente ha investigado sobre su entorno, sino también a su especie (Homo Sapiens) por tal motivo alrededor del globo encontramos una variedad de culturas innumerables con costumbres y tradiciones específicas según su origen y región, de allí se deriva uno de los principales motivos para viajar el conocer la diversidad cultural.

El derecho de viajar lo tienen todas las personas, pero se inició únicamente con las familias más acomodadas en la sociedad como lo son los reyes y burguesas a la hora de establecer relaciones económicas en Europa, Para posteriormente a través de los años ser la actividad principal que desarrolla el hombre en su tiempo libre.

El turismo empezó a constituirse como parte importante de una economía en diferentes países tanto receptores como emisores, que con el auge de esta actividad recibían a turistas de distintos países. Colombia no ha sido la excepción a este fenómeno, el turismo se encuentra entre los primeros sectores que aportan al país, una de las razones por las que visitan Colombia es su cultura, e inherente a ella el desarrollo de las diferentes muestras culturales como lo son las ferias y fiestas en todo el país. Por tal motivo es importante que los residentes sientan apropiación cultural por el entorno que los rodea, las tradiciones, ferias y creencias; con las cuales determinada etnia o cultura se identifican.

En el departamento de Santander encontramos un municipio llamado San Gil, este es denominado como la “capital turística de Santander” debido a la variedad de atractivos naturales y a las festividades que se desarrollan a lo largo del año, San Gil es un municipio que se ha adaptado a las diferentes tendencias turísticas, además allí se encuentra un arraigo familiar el cual permite evidenciar el cambio en la región. Por tal motivo este proyecto busca informar, analizar y concluir cuales son las causas por las que se ha generado una transculturación en las ferias y fiestas en San Gil Santander desde el 2013 hasta el 2017; identificando la problemática y generando información que apoyen a la región afectada.

1.1. Descripción del problema

Considerando el escenario que se está presentando en el municipio de San Gil - Santander, buscamos que el presente estudio de investigación, se desempeñe como material para la planificación del desarrollo turístico; siendo un proceso sostenible y sustentable para los sangileños, o diferentes regiones que presenten o busquen evitar la pérdida de identidad cultural por la masificación de productos turísticos.

1.2. Delimitación del problema

La investigación se llevará a cabo en los días de noviembre en los que se desarrolla la feria de exposición ganadera, entre los años 2013 – 2017, en San Gil, Santander, siendo sujetos de estudio únicamente los escenarios municipales donde se desarrollan los eventos (Parque principal, plaza de ferias, centro comercial el puente, centro comercial san gil plaza).

1.3. Formulación del problema

¿Cómo se ven reflejados los cambios culturales durante las ferias y fiesta de exposición ganadera y agropecuaria en San Gil Santander en el periodo 2013 - 2017?

2. Justificación

Culturalmente Colombia tiene 106 pueblos indígenas según la ONIC (Organización Nacional de Indígenas en Colombia) entre los cuales se encuentran los Guanes, según el DANE. (2005) “Se estiman apenas 812 personas; el mayor índice de población lo encontramos en Bucaramanga capital del departamento de Santander con un total de 412 personas que se autodenominan Guane, seguido de Barichara, municipio del mismo departamento con un total de 86 personas”. Es vital que las culturas étnicas de una región permanezcan a través del tiempo, desarrollando sus tradiciones, fiestas, entre otros. Por tal motivo resaltamos la importancia de la protección y conocimiento de estas, planteando el desarrollo de un estudio investigativo, por medio del cual se identifiquen los cambios culturales que se presentaron con la llegada de turistas, para las ferias y fiestas, en el municipio de San Gil, Santander. Consideramos es fundamental apoyar y promover un desarrollo ordenado del turismo con bases para la protección de la cultura, ejecutando un análisis para la toma de medidas y decisiones que permitan la protección cultural. Es vital que las culturas étnicas de una región permanezcan a través del tiempo, desarrollando sus tradiciones, fiestas, entre otros. Por tal motivo se resalta la importancia de la protección y conocimiento de la cultura Guane, planteando el desarrollo de un estudio investigativo, por medio del cual se identifiquen los cambios culturales que se presentaron con la llegada de turistas, para las ferias y fiestas de noviembre en el municipio de San Gil, Santander.

3. Marcos de referencia

3.1 Marco teórico

3.1.1. Antecedentes.

Los primeros estudios que se realizaron donde se tenía relación alguna con el turismo, tienen que ver con los grandes filósofos y sus teorías acerca del desarrollo del capitalismo y sus efectos en diferentes sectores de la economía. Marx fue uno de los ejemplares más característicos en la crítica al capitalismo desde diferentes puntos de vista, posterior a estos muchos autores empezaron a tomar sus ideas y aplicarlas en otros campos entre ellos el ocio. De allí es donde se empieza a hablar sobre la importancia de los espacios que deben tener los trabajadores para disfrutar de otro tipo de actividades. Paul Lafargue (1970) Fue uno de los precursores del “derecho a la pereza” fundamentándolo en la siguiente premisa “No es el trabajo, sino el placer el objetivo de la clase obrera”. Por tal motivo el ocio era considerado una tendencia que estaría por surgir, y causar un impacto económico importante en la sociedad. Uno de los sociólogos más influyentes es Joffre Dumazedier (1974). El cual describe el ocio como:

“un conjunto de ocupaciones a las cuales el individuo puede entregarse libremente, sea para descansar, para divertirse o para desarrollar su información o formación desinteresada, su participación social voluntaria o su libre capacidad creadora, después de haber cumplido sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (p. 93).

En este contexto el ocio está relacionado con el tiempo libre, es allí donde viajar se convierte en un placer y no una labor. Se denominan a las personas que hacen este tipo de viajes por ocio “turistas” derivado de la palabra turismo el cual según la RAE (Real Academia Española) se define como “Actividad o hecho de viajar por placer”. Posteriormente se desarrolló “la Horda dorada” por Louis Turner y Jhon Ash en esta obra se analiza al turismo como un fenómeno migratorio de masas equiparándolo a una tribu de barbaros. Según (Turner, 1996; Ash 1996)

“La fuerza motriz de este fenómeno es el turismo, una de las grandes paradojas del siglo XX: las industrias del Ocio. En calidad de tales alcanzan un tamaño muy considerable. En 1974 hubo aproximadamente 209 millones de turistas internacionales, lo cual equivale más o menos a la población total de los Estados Unidos, o a una cifra cuatro veces superior a la población de Francia. En conjunto, gastaron 29.000 millones de dólares, lo cual equivale al seis por ciento del total del comercio mundial” (p. 20)

En esa época el turismo masivo era un tema controversial, inicio como una actividad que únicamente la desarrollaban personas adineradas, siendo muy escasa la probabilidad de que un trabajador de clase media pudiera desarrollarla, esto cambia al llegar el capitalismo en los diferentes países. Generando un tema de investigación, en este periodo se encuentran varios críticos del turismo como lo son: Rosemary Lee, Octavio Getino, Immanuel Wallerstein entre otros; cada uno analizando el turismo de diferentes perspectivas, pero coincidiendo en que era un fenómeno que movía la economía.

El turismo en Colombia, tiene un alto nivel de riqueza, no solo porque representa una de las tipologías correspondientes al deseo del viajero a desplazarse, sino también porque es transversal a todas las actividades que se desarrollan en el territorio. Según el Ministerio de comercio, industria y turismo o MCIT (2005) “todo desplazamiento turístico tiene implicación cultural; sin la cultura no se explica el turismo”. (p. 4). De esta manera todas las personas a nivel nacional, que cuenten con algún factor diferenciador y la determinación para incursionar en la economía de los servicios, podrían generar turismo; Haciendo uso de los registros históricos existentes, se percibe que el turismo a nivel nacional se desenvolvió de forma empírica, evidenciando una inexistente preparación, lo que ocasiono el turismo espontaneo a nivel nacional. Son estos movimientos los cual comenzaron a transformar el país, precisamente por el hecho que a nivel municipal la cultura de ferias y fiestas, provoca desplazamientos de viajeros nacionales, e internacionales. Según el MCIT (2005):

“Su impacto económico sobre las industrias culturales es especialmente en el sector artesanal que representa el 7% de su gasto turístico y un 1% en servicios culturales. Dentro de las preferencias de viaje de los colombianos, el contacto con las manifestaciones culturales es el tercer motivo de sus viajes, con claras referencias hacia las ferias y fiestas que son parte integral del patrimonio intangible colombiano (38,4%), los destinos de historia y cultura (33,2%)” (p. 5)

Con el desarrollo de campañas como “Vive Colombia viaja por ella” lanzada en 2003, “Colombia es pasión” lanzada en 2006 y “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar” lanzada en el 2010, no solo se buscaba mejorar la imagen del país, si no aumentar el número de turistas, de igual manera crear mayor difusión y sentido de pertenencia de las diferentes regiones del país. Atrayendo la atención para explotar y mejorar en diferentes aspectos, las ferias, fiestas y tradiciones culturales, como atractivo inmaterial. De esta manera departamentos como el Valle del Cauca con la feria de Cali, Caldas con la feria de Manizales, Nariño con el carnaval de negros y blancos en

Pasto, Atlántico con el carnaval de barranquilla, Meta con el festival del joropo, y Bolívar con el reinado nacional de belleza. Se posicionaron en el radar mundial, aumentando la ocupación hotelera, la inversión en infraestructura turística e incrementando los desplazamientos por el territorio, precisamente con motivo de las ferias y fiestas.

Santander departamento de Colombia que no tenía gran potencial turístico, pero poseía gran cantidad de recursos, aprovecho la oportunidad para impulsarse como destino. En el foro “Santander: un destino por conocer”, realizado el 2015 por el anterior gobernador del departamento, Richard Aguilar, allí se dialogó sobre la velocidad de protagonismo que tenía el turismo en la región desde el 2000, forzándolos a adaptarse con la construcción de más de once hoteles y cinco centros comerciales, para el fortalecimiento de la oferta turística, Richard Aguilar, (2015), “Nuestro mayor reto es traer a Santander dos millones de turistas al año” es así como para el 2018, el anterior gobernador de Santander, esperaba que el turismo representara 1,8 billones de pesos de la economía del territorio.

Para aquellos que se benefician del turismo, su aumento es símbolo de buena salud económica del sector, pero para los locales, puede representar más desventajas que ventajas. Siendo consecuencia de desarrollar el turismo, sin ir de la mano de una apropiada planeación territorial. Según Barbosa (2005):

“El patrimonio natural y cultural se constituye en el máximo atractivo del turismo. El turismo no planificado o solo usado como indicador de crecimiento económico, pone en peligro las condiciones físicas de este patrimonio, su integridad y sus características. Su deterioro y destrucción degradan la vida de la comunidad receptora y la experiencia del turista” (p.12)

Apoyando la opinión de Barbosa, el desarrollo del turismo sin planeación, trae consecuencias catastróficas que se demuestran en el desarrollo de las ferias, fiestas, debido a que son estos atractivos inmateriales los que atraen turistas en las diferentes épocas del año y al modificar ciertas tradiciones se omite todo un arraigo cultural que se puede perder o incluso olvidar. En la política de turismo y diseño de producto turístico, Barbosa también hace énfasis en la importancia y la responsabilidad que recae en los profesionales de la industria, la conservación de todos los elementos culturales apoyándose de la carta internacional sobre turismo internacional del ICOMOS (international council on monuments and sites) en la cual se especifica:

“El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas. Con el

compromiso y la cooperación entre los representantes locales y/o de las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los propietarios, los responsables políticos, los responsables de elaborar planes nacionales de desarrollo y los gestores de los sitios, se puede llegar a una industria sostenible del Turismo y aumentar la protección sobre los recursos del Patrimonio en beneficio de las futuras generaciones.” (p. 2)

El turismo tiene que ser una forma de potenciar la economía de un sector regional de forma planeada con impactos positivos, de otra manera puede ser perjudicial para los residentes de una región. En un análisis nacional, se evocarán los comportamientos que ha creado el local ante el turista en eventos de alta popularidad y atracción para el esparcimiento.

2.2.2 Estudios Similares.

Los Cocamas hacen parte de un resguardo indígena en la amazonia colombiana, este grupo indígena habita cerca de Leticia en San José del Río o Isla Ronda en Puerto Nariño; en el cohabitan con otras etnias como lo son: Tikuna, Huitoto, Bora, Yagua, Okaina, Yucuna entre otros. Esto implica que no tengan una zona territorial única por etnia, sino que deben convivir en un ambiente pluriétnico. Los inicios de esta comunidad indígena se encuentran arraigados a los cocamas “nativos” que están asentados en Ucayali –Perú, que a través de los años y con la llegada de los conquistadores se han trasladado a diferentes territorios como lo son Brasil y Colombia.

En Colombia los Cocamas tienen unas características específicas que no han permitido que este pueblo se haya perdido con el paso del tiempo, debido a las diferentes zonas en las cuales se encuentran los Cocamas tienen una percepción de sí mismos sus tradiciones y su cultura diferente dependiendo la región. En Perú los Cocamas no puede ser clasificado como “indios” como lo es en su defecto en Colombia y Brasil, ellos por el contrario deben ser Cocamas y no se deben amparar en el estado, Sin embargo, según Petesch:

“La frontera no constituye una barrera ya que existe una notable movilidad individual o familiar. Sin embargo, si se la concibe como un punto de transición, de paso de un estado cultural a otro, de un espacio-tiempo a otro: de la tradición a la modernidad, del pasado al presente, incluso al porvenir. Este desfase identitario que parece existir entre los pueblos Cocama de cada lado de las fronteras parece contribuir igualmente a su dificultad de representarse y organizarse como una entidad unificada. En comparación con los Tikuna, la concepción Cocama del transnacionalismo es menos unificadora que diferenciadora” (p.115).

Por esto los Cocama han perdurado aun teniendo que pasar por cambios políticos y legales en el caso de Colombia, se adaptaron a su entorno territorial y a las oportunidades que tuvieron, más sin embargo tienen un problema de identidad cultural. Petersch “Contrariamente a las apariencias –que nos- conducen a pensar que están rezagados frente a las etnias vecinas-, este grupo indígena habría desarrollado la capacidad de reflexionar sobre los fundamentos de su identidad, cualidad ahora indispensable en un medio en constante evolución” (p.115). La colonización trajo problemas culturales y de identidad a los diferentes pueblos indígenas, pero los Cocama son la prueba de que se pueden reconstruir y rescatar sus tradiciones y cultura propia a pesar de atravesar un proceso de transculturación y adaptación que no logro disuadirlos de su identidad.

El siguiente caso de transculturación se evidencia en la etnia Yukpa ubicada en el municipio de Perijá en el estado de Zulia en Venezuela, esta comunidad ha tenido un proceso transcultural por diferentes factores, del pueblo indígena que habitaba en casas construidas con palos y paja ha pasado a un grupo de personas que consideran estar en la sociedad criolla ya que les ofrece mejores oportunidades para un estilo de vida, además del uso monetario para la compra de diferentes elementos. La transición de un estilo de vida étnico a uno urbano o campesino se le denomina “wattia” en algunos pueblos se encuentra que deciden cambiar su arte por ropa o zapatos usados, lo que implica una salida desesperada en busca de utensilios básicos para su manutención y la de sus familias. La comunidad de Toromo ubicada en la sierra de Perijá en el estado de Zulia se ha acoplado a los diferentes bienes que puedan obtener, además de vender sus artesanías muy económicas para poder comprar alimentos y no morir de hambre, debido a que la sensación de hambre no los deja pensar en nada más que en una forma de adquirir dinero para sus familias, Según Molina:

“Todas estas necesidades interfieren en la forma de fabricar su arte, pues anteriormente le daban mayor sentido de la estética combinando el tejido con el bordado. Actualmente, sólo se limitan a tejer utilizando un modo más sencillo de fabricación, tanto para el área de cestería como de bisutería (Ver foto 3), puesto que las labores obedecen a sus necesidades prioritarias, más que a la conservación de un elemento cultural legado por sus antepasados como un medio de vida con un profundo sentido espiritual, cuyo valor se proyectaba en el amor a la naturaleza y a los dioses, que en conjunto proporcionaban el sustento de las agrupaciones indígenas” (p.116).



Figura 1 - Mujer indígena realizando labores artesanales

Fuente: Molina, 2005

Como evidenciamos el legado de este pueblo se está perdiendo o se perdió en su totalidad debido a factores externos que pudieron haberse desarrollado de una mejor manera con la ayuda de las entidades del país, los Toromo son una comunidad que vive en condiciones de pobreza, la cual ha tenido que transformar sus tradiciones, arte y cultura para poder obtener dinero a costa de los turistas visitantes en la zona, esto se evidencia en la forma de elaborar tejidos, adaptar nuevas vestimentas u servicios de comunidades urbanas. Mas sin embargo al realizar un proceso de transculturación los Toromo han podido tener un beneficio que antes no se tenía es el acceso a la educación bachiller y profesional para sus hijos además de la adquisición de una serie de elementos que antes no se consideraban elementales para ellos como lo son según Molina (2005) ropa, calzado, jabón, champú, toallas sanitarias, medicamentos, entre otros, y también los de uso suntuario: juguetes, cámaras fotográficas, bisutería. (p.119). esta comunidad al igual que muchas otras han encontrado en el turismo espontaneo la oportunidad de salir de aquella necesidad, la pregunta sería ¿a qué costo obtendrían una mejor calidad de vida? era necesario privarse de sus propias tradiciones

para salir de una situación desfavorable; las comunidades se han sentido segregadas y aisladas, por tal motivo se inició un cambio cultural con el objetivo de empezar a generar aceptación, cuando se cambian costumbres y tradiciones para poder sobrevivir a las situaciones actuales se está generando una problemática no solo cultural sino social la cual según Castillo Nechar, Panosso Netto, (2011) “En la especie humana estas pautas de comportamiento son aprendidas, transmitidas y compartidas por los miembros de la sociedad, de tal forma que su organización social se fundamenta en una cultura propia, conforme a las necesidades e ideales que posee esa sociedad”; por tal motivo el adaptarse a unas nuevas costumbres e iniciar las creencias de una nueva cultura, genera un cambio de pensamiento y de raíces bastante drástico en el cual la persona solo se identifica con la sociedad que este cree le ayudará a salir de la situación difícil. Las nuevas generaciones estarán sumergidas por completo en las nuevas tendencias de lo urbano, olvidando sus raíces y mostrando poco interés por aprenderlas y seguir la tradición ya que no son favorables ni para ellos ni para sus familias. A este punto es donde se debe evitar llegar con un turismo espontaneo, se deben identificar los factores con los cuales se caracteriza y detenerlo de una forma rápida, ya que la cultura y las tradiciones son elementos intangibles que son sustituibles de una forma más rápida debido a su falta de registro; por lo cual cada país debe generara una serie de estrategias planeadas para un buen desarrollo turístico con el apoyo de las diferentes comunidades creando un atractivo mutuo que apoye la diversidad étnica del territorio.

3.1.2. Fundamento teórico.

Uno de los principales atractivos turísticos, son las ferias y fiestas de determinada región, en las cuales se evidencian cantos, bailes, música, gastronomía, artesanías entre otros. El término que conocemos nacionalmente a nivel internacional se puede relacionar con la definición de ferias “Conjunto de instalaciones recreativas, como carruseles, circos, casetas de tiro al blanco, etc., y de puestos de venta de dulces y de chucherías, que, con ocasión de determinadas fiestas, se montan en las poblaciones” (R.A.E 2017). Inclusive en la definición del término se puede ver unas características únicas colombianas, puesto que a nivel nacional se engloba ferias y fiestas como, todas aquellas actividades que ocurren periódicamente con motivos relacionados a la cultura innata del lugar, exaltando de esta manera los ritos, tradiciones y actividades de cada pueblo y/o región. Por lo mismo, la protección de nuestro patrimonio inmaterial es de gran importancia, ya que nos hace únicos y prolonga nuestras raíces colombianas. La identidad de una región, comunidad o país, no se basa únicamente en la producción de bienes y servicios, la identidad está arraigada

fuertemente a tradiciones ancestrales que existen y como se han mantenido a través del tiempo. Según la Unesco (2003).

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (p.2)

Como evidenciamos el patrimonio cultural inmaterial es de reconocimiento y de un valor cultural incalculable. Las ferias y fiestas son un medio por el cual se pueden mantener estas tradiciones, no solamente darlas a conocer a personas que no son de determinada comunidad, sino enseñarles a las nuevas generaciones los elementos intangibles que generan su identidad. Un ejemplo de esto son las Fiestas del Huan, en Sogamoso Boyacá allí se desarrolla la fiesta del sol o nuevo ciclo solar, la cual es celebrada por los muisca¹ en honor al sol. Según Parra (2016):

“Los muisca fundamentaban sus celebraciones a través de rituales y cultos a diferentes figuras sagradas como el sol. Por tal motivo, realizaban solemnes festejos en su honor representados por actos simbólicos y representativos de gran riqueza cultural, como la fiesta del Huan, la cual como hecho histórico consolida acontecimientos propios de una memoria histórica llena de expresiones y tradiciones formando parte de un legado cultural.” (P.160)

Este tipo de fiestas tradicionales no son simplemente una celebración, son una representación histórica de las tradiciones de una comunidad y parte del patrimonio inmaterial de las diferentes regiones, en Colombia encontramos una gran variedad de festividades características de su

¹ Pueblos Indígenas que habitaban la Cordillera Oriental, en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Santander eran un pueblo politeísta y alfarero.

² Dulce o golosina que se come entre comidas.

departamento, otro ejemplo es la feria de Tuluá realizada en Valle del Cauca, esta, se desarrolla en el mes de junio allí se encuentran una serie de exposiciones, eventos y muestras culturales a disposición de los turistas, algunas de ellas son:

- ❖ Feria Equina de grado A.
- ❖ Cabalgatas
- ❖ Plaza de mecato²
- ❖ Pueblito artesanal
- ❖ Exposición de plantas ornamentales
- ❖ Muestra de maquinaria de industria y vehículos
- ❖ Zona de rumba.

Se busca preservar dichas ferias y fiestas para la protección de identidades, postergación de tradiciones y conocimiento futuro de estas en generaciones que buscan a través del turismo ser parte de ellas, el Departamento Nacional de Estadística (DANE) realizó una encuesta de consumo cultural en el 2014, donde su buscaba identificar las zonas regionales más visitadas por este tipo de turismo allí se encontraron los siguientes resultados:

- ❖ En 2014 el 49,7% de la población de 12 años y más asistió por lo menos a una presentación y/o espectáculo.
- ❖ El 41,5% de las personas de 12 años y más asistieron por lo menos a un espacio cultural en 2014.
- ❖ El 33,8% de las personas de 12 años y más fueron a cine en 2014.

Según los datos se distingue un panorama favorable para las diferentes expresiones culturales en las regiones colombianas, en las cabeceras municipales la región Amazonia/Orinoquia obtuvo un porcentaje de 63.3% en asistencia a actividades culturales en los últimos doce meses, específicamente fiestas municipales o departamentales, mientras que, en carnavales, fiestas y/o eventos nacionales la región Atlántica es la de mayor porcentaje con un 37,5%. Esta encuesta es realizada cada 5 años en las cabeceras municipales de 29 departamentos de Colombia por este motivo es el informe más reciente, sin embargo, el turismo ha tenido un fuerte impacto en los últimos años por ende las ferias y fiestas deben ser reconocidas, planeadas y realizadas con el propósito de mantener y preservar las tradiciones regionales que puede ofrecer el país.

3.2. Marco conceptual

3.2.1. Transculturación.

La transculturación es un proceso que existe desde la colonización, pero en la actualidad ha sido un proceso que se genera por diferentes causas entre ellas sociales, económicas y religiosas. Principalmente nos centraremos en la transculturación generada por el turismo y en como al tratar de masificar un lugar turísticamente se puede desarrollar un proceso negativo para las personas que residen allí, Según Santana (2014):

“En la actualidad, la expansión territorial de la actividad turística y su variable efecto sobre la cultura están suscitando nuevas reflexiones antropológicas que desbordan anteriores intereses y enfoques. Las nuevas aproximaciones tratan de captar la complejidad, analizando temas de lo más diverso: desde el estudio de los significados del espacio turístico, las nuevas tendencias de consumo, la imagen de los destinos o los procesos de masificación, hibridación o neo monumentalismo, hasta los procesos de re significación patrimonial e identitarios, las formas de resiliencia, gobernanza o redes de actores”. (P.2054)

El desarrollo de la actividad turística debe estar ligado a la sostenibilidad y al desarrollo de los diferentes agentes participes de esta actividad económica. Poder mantener un equilibrio entre vender un lugar turísticamente y no afectar a las comunidades, es clave para que el turismo se convierta en un apoyo económico al residente y para los inversionistas o entes prestadores de servicio en una oportunidad de crecimiento.

Uno de los ensayos más referenciados en temas de cultura en el cual se nombra el término de transculturación es escrito por Fernando Ortiz llamado “Contrapunteo cubano del Tabaco y el Azúcar”, en cual hace una referencia crítica a la economía del país y su pasado cultural partiendo del tabaco, planta de origen de la isla y el azúcar que fue un producto traído por los conquistadores. Ortiz analiza como Cuba fue esclavizada y sometida por la cultura española, aunque no solo ellos influenciaron en el país, también los esclavos con los que llegaban traídos de diferentes partes del África convirtiendo a Cuba en un centro de acogida de diversas culturas que iban y fueron impuestas a los regionales. Collante (citando a Ortiz, 1940): “En el azúcar no hay rebeldía ni desafío, ni resquemor insatisfecho, ni suspicacia cavilosa, sino goce humilde callado, tranquilo y aquietador” (Ortiz, 1940: 13). El azúcar, desde su fase productiva, tiene órdenes claras. El maquinismo acalla las voces con sus ruidos y arduo trabajo, que es incesante. Sí, conlleva el ingenio humano europeo, pero con la intención de producir cada vez más, para aumentar las utilidades.”,

es ingeniosa la forma en la que este autor se plantea sobre la identidad y cultura de Cuba, iniciando con algo tan básico como la economía de los dos productos más fuertes allí establecidos. Pero volviendo a la cultura Cuba fue esclavizada durante mucho tiempo, posteriormente llegó el capitalismo a esta isla, y se empezó a generar una nueva cultura cubana, sin raíces propias, sino vestigios de todas las culturas que pasaron por allí en la época de conquista, y solo hasta este instante se identifica que Cuba solo ha podido mantener el Tabaco como resquicio de tradición, pero ¿cómo hace este elemento de la cultura cubana para sobrevivir a la conquista? La respuesta en simple, el tabaco es un gusto adquirido por los conquistadores al llegar a la isla; en este hecho se percibe como los mismos conquistadores fueron los que decidieron que se quedaba en la cultura, la colonización llegó al punto de decidir sobre la identidad de toda una cultura.

3.2.2. Ferias y fiestas.

El patrimonio inmaterial de un territorio se representa, junto con diferentes manifestaciones como las muestras intangibles de la cultura de una población, conservando una gran relación con la identidad cultural. Englobando las ferias y fiestas de una población, siendo los dueños de esta los encargados de salvaguardar y promover la conservación de las mismas.

“La protección del patrimonio natural, artístico, arqueológico y cultural para que los productos culturales, el folclore y los oficios tradicionales sobrevivan y florezcan en lugar de degenerar y acabar por homogeneizarse.” (UNWTO, 2003, código ético mundial para el turismo. Art 4). Conservando con la idea de la UNWTO, coincidimos y nos apoyamos en ella para decir que las ferias y fiestas permiten ver una de las caras más festivas y atractivas de un lugar, siendo un libro abierto para todos, si no se delimita y controla el impacto de los turistas en el territorio a un nivel de cultural inmaterial, sobre estas actividades.

Cabe aclarar que a lo largo del presente texto iremos de la mano del concepto de ferias y fiestas, el cual ya hemos mencionado anteriormente más sin embargo me gustaría complementar trayendo a colación las raíces etimológicas de ferias y fiestas. Para la primera se entiende como “del latín feria, feriarum, para días festivos, días de vacaciones, sentido que se conserva en algunos usos de la actual palabra en el español” (Menoyo P. (s.f.) diccionario de etimologías). Por otro lado, encontramos fiesta “del latín festa o festus, de festivo, el cual con el paso del tiempo se asoció a prácticas de fanatismo y actos profanos” (Menoyo P. (s.f.) diccionario de etimologías). Relacionado estas raíces lingüísticas podemos percatarnos de la similitud en su significado, aunque una hace referencia a periodos de tiempo la otra va más relacionada, con las actividades llevadas a

cabo para cierta época. Desde aquí el significado que acogemos nacionalmente como ferias y fiestas, no está lejos de la esencia verdadera de las palabras. Enfocándonos siempre en entenderlas como el desarrollo de actividades periódicas dentro de lapsos temporales.

2.2.3. Cultura.

La cultura según la RAE es “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”. En otras palabras, la cultura es lo que define a un grupo de personas con costumbres y tradiciones propias. A nivel mundial encontramos más de 1000 tipos de culturas, y cada una de ellas es importante que sea identificada a nivel político por los diferentes países, esto origina unas leyes que promueven la preservación del patrimonio inmaterial con los cuales se identifican la mayoría de las culturas, Según la (UNESCO citado por Manual para la implementación del proceso de identificación y recomendaciones de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, 2007) La Unesco, en las consideraciones generales que motivaron la redacción de esta Convención determina que:

«Reconociendo que los procesos de mundialización y de transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades, pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo». Y «Considerando que la comunidad internacional debería contribuir, junto con los Estados partes en la presente Convención, a salvaguardar ese patrimonio, con voluntad de cooperación y ayuda mutua».

De esta forma se generan unos parámetros legales con una concientización sobre los diferentes tipos de patrimonio, no es únicamente los atractivos turísticos tangibles, sino también los intangibles y que la cultura está inmersa en ambos, por ello ambas partes deben tener una planeación y una legislación que las proteja.

3.3. Marco geográfico

Nuestra investigación se realizará en San Gil Santander², se encuentra ubicada a 96 kilómetros de Bucaramanga, capital del Departamento de Santander, y a 327 kilómetros de la capital de la

² San Gil, Santander Recuperado: <http://www.sangil.gov.co/san-gil/informacion-general/>

República, Bogotá. Respecto al paralelo del Ecuador y Meridiano de Greenwich, la cabecera municipal está localizada a $6^{\circ} 33'$ de latitud norte y a $73^{\circ} 8'$ de longitud occidental.

Es la capital de la provincia de Guanentá y tiene un área de 149,5 kilómetros cuadrados; en la actualidad, su área urbana supera ligeramente las 1000 [Ha] y sus límites intermunicipales son: por el norte con los municipios de Villanueva y Curití, por el oriente con Curití y Mogotes, por el sur con el Valle de San José y Páramo, y por el occidente con Pinchote, Cabrera y Barichara.



Figura 2 Mapa delimitación municipio San Gil

Fuente: Google Maps, 2017

San Gil Santander, es una región con un glorioso pasado histórico donde habitó la tribu de Los Guanes, posee hermosos atractivos naturales como cuevas, parques, senderos, caminos reales, cascadas y balnearios, bañada por los ríos Fonce, Mogotes y Suárez invita a la práctica de los Deportes Extremos o de Aventura, a disfrutar de sus hermosos paisajes y su reconocida gastronomía; sus mayores atractivos lo conforman el Parque Natural Gallineral, la Cueva Antigua, la Casa de la Cultura Luis Roncancio, el Parque de la Libertad, las calles en forma de caracol, el Cerro de la Cruz y la extensa muestra agrícola que captan las miradas de todos los visitantes.

En el departamento de Santander se observan tres panoramas diferentes: El árido y erosionado Cañón del Chicamocha sobre el eje Bucaramanga - Aratoca - San Gil - Socorro, la ardiente y tropical zona ribereña del Río Magdalena que gira en torno a la ciudad de Barrancabermeja, y las variadas despensas campesinas de la rica provincia de García Rovira.

Además de ser un centro turístico muy frecuentado por su arquitectura y sus distintos atractivos, encontramos también una variedad de festividades a lo largo del año que buscan generar

regionalismo y atraer a turistas de diferentes zonas del país algunas de las ferias y fiestas que se desarrollan en San Gil Santander son las siguientes:

- ❖ Feria del Campesino
- ❖ Ferias Agropecuarias
- ❖ Festival de la Música Colombiana Andina y Sacra.
- ❖ Festival “Guane de Oro” – RCN radio
- ❖ Ferias Patrias como el día de la Santandereanidad (13 de mayo) y el día de la Sangileñidad (11 de mayo).

San Gil capital provincial y una de las ciudades más importantes de la troncal del oriente, es exaltada como Capital Turística de Santander desde julio de 2004. Estos reconocimientos llegan a fortalecerla como polo de desarrollo, centro turístico y despensa agrícola del sur de Santander, apreciándose el acelerado crecimiento de su población, del mercado regional y de sus actividades financieras, industriales, comerciales y académicas.

3.4. Marco histórico

El estado del arte no se evidencia registros históricos actualmente digitalizados de la actividad turística anterior al 2000, puesto que como citaba anteriormente, (remitirse a la cita de Richard Aguilar en los antecedentes en el marco teórico), donde comento que para ese momento, el turismo espontaneo se manifestó y atrajo la atención de turistas, y de la alcaldía municipal de San Gil, con la función de poder conocer las estadísticas y el porcentaje de trascendencia del turismo en el municipio.

Gracias a tener la oportunidad de poder hablar con varias personas oriundas de San Gil, Santander, nos hemos podido dar una idea de cómo era previamente el ambiente sin asomo de turismo. Se dio prioridad a la promoción de atractivos naturales y lugares icónicos para el desarrollo de deportes de aventura, por mencionar algunos está el parque natural el Gallineral, la laguna de Pozo Azul y el rio Fonce. Pasando desapercibidos los atractivos inmateriales, como las ferias y fiestas, invirtiendo escasas y prácticamente nulas energías en el desarrollo del turismo aparte del existente por atractivos naturales, los cuales eran de interés únicamente para las personas de las zonas aledañas.

Posteriormente se profundizará en el tema histórico relacionado al turismo en San Gil, construyendo un comparativo de la actividad antes y después del 2000. Traeremos a colisión las raíces indígenas Guane, primeros pobladores de la zona, contrayendo y analizando sus costumbres y tradiciones. De esta manera trataremos de explicar cómo la colonización española limitó el desarrollo de la misma, y creó barreras respecto a la información registrada del pueblo indígena.

3.5 Marco legal

3.5.1. Constitución política de Colombia.

Según la constitución política de Colombia el manejo turístico y cultural al que debe y está obligado a cumplir el sector se generalizan en los siguientes artículos:

Artículo 7. El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana.

Artículo 8. Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación.

Artículo 10. El castellano es el idioma oficial de Colombia. Las lenguas y dialectos de los grupos étnicos son también oficiales en sus territorios. La enseñanza que se imparta en las comunidades con tradiciones lingüísticas propias será bilingüe.

Artículo 52. Acto Legislativo 02 de 2000, artículo 1. El artículo 52 de la Constitución Política de Colombia, quedará así: El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

Artículo 63. Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables.

Artículo 68. Los particulares podrán fundar establecimientos educativos. La ley establecerá las condiciones para su creación y gestión.

- ❖ La comunidad educativa participará en la dirección de las instituciones de educación.
- ❖ La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica. La Ley garantiza la profesionalización y dignificación de la actividad docente.

❖ Los padres de familia tendrán derecho de escoger el tipo de educación para sus hijos menores. En los establecimientos del Estado ninguna persona podrá ser obligada a recibir educación religiosa

❖ Las integrantes de los grupos étnicos tendrán derecho a una formación que respete y desarrolle su identidad cultural.

❖ La erradicación del analfabetismo y la educación de personas con limitaciones físicas o mentales, o con capacidades excepcionales, son obligaciones especiales del Estado.

Artículo 72. El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

Artículo 96. Modificado Acto Legislativo N° 1 de 2002, artículo 1°. Son nacionales colombianos:

1. Por nacimiento:

a) Los naturales de Colombia, que con una de dos condiciones: que el padre o la madre hayan sido naturales o nacionales colombianos o que, siendo hijos de extranjeros, alguno de sus padres estuviere domiciliado en la República en el momento del nacimiento y

b) Los hijos de padre o madre colombianos que hubieren nacido en tierra extranjera y luego se domiciliaren en territorio colombiano o registraren en una oficina consular de la República.

2. Por adopción:

a) Los extranjeros que soliciten y obtengan carta de naturalización, de acuerdo con la ley, la cual establecerá los casos en los cuales se pierde la nacionalidad colombiana por adopción;

b) Los Latinoamericanos y del Caribe por nacimiento domiciliados en Colombia, que con autorización del Gobierno y de acuerdo con la ley y el principio de reciprocidad, pidan ser inscritos como colombianos ante la municipalidad donde se establecieron, y;

c) Los miembros de los pueblos indígenas que comparten territorios fronterizos, con aplicación del principio de reciprocidad según tratados públicos.

Artículo 171. El Senado de la República estará integrado por cien miembros elegidos en circunscripción nacional.

- ❖ Habrá un número adicional de dos senadores elegidos en circunscripción nacional especial por comunidades indígenas.

- ❖ Los ciudadanos colombianos que se encuentren o residan en el exterior podrán sufragar en las elecciones para Senado de la República.

- ❖ La Circunscripción Especial para la elección de senadores por las comunidades indígenas se regirá por el sistema de cociente electoral.

- ❖ Los representantes de las comunidades indígenas que aspiren a integrar el Senado de la República, deberán haber ejercido un cargo de autoridad tradicional en su respectiva comunidad o haber sido líder de una organización indígena, calidad que se acreditará mediante certificado de la **respectiva organización, refrendado por el Ministro de Gobierno.**

Artículo 176. La Cámara de Representantes se elegirá en circunscripciones territoriales y circunscripciones especiales. Cada departamento y el Distrito capital de Bogotá, conformará una circunscripción territorial. Habrá dos representantes por cada circunscripción territorial y uno más por cada 365.000 habitantes o fracción mayor de 182.500 que tengan en exceso sobre los primeros 365.000. La circunscripción territorial conformada por el departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, elegirá adicionalmente un (1) Representante por la comunidad raizal de dicho departamento, de conformidad con la ley.

Para la elección de Representantes a la Cámara, cada departamento y el Distrito Capital de Bogotá conformarán una circunscripción territorial.

Las circunscripciones especiales asegurarán la participación en la Cámara de Representantes de los grupos étnicos y de los colombianos residentes en el exterior. Mediante estas circunscripciones se elegirán cuatro (4) Representantes, distribuidos así: dos (2) por la circunscripción de las comunidades afrodescendientes, uno (1) por la circunscripción de las comunidades indígenas, y uno (1) por la circunscripción internacional. En esta última, solo se contabilizarán los votos depositados fuera del territorio nacional por ciudadanos residentes en el exterior.

Artículo 246. Las autoridades de los pueblos indígenas podrán ejercer funciones jurisdiccionales dentro de su ámbito territorial, de conformidad con sus propias normas y procedimientos, siempre que no sean contrarios a la Constitución y leyes de la República. La ley establecerá las formas de coordinación de esta jurisdicción especial con el sistema judicial nacional.

Artículo 286. Son entidades territoriales los departamentos, los distritos, los municipios y los territorios indígenas. La ley podrá darles el carácter de entidades territoriales a las regiones y provincias que se constituyan en los términos de la Constitución y de la ley.

Artículo 321. Las provincias se constituyen con municipios o territorios indígenas circunvecinos, pertenecientes a un mismo departamento.

- ❖ La ley dictará el estatuto básico y fijará el régimen administrativo de las provincias que podrán organizarse para el cumplimiento de las funciones que les deleguen entidades nacionales o departamentales y que les asignen la ley y los municipios que las integran.

- ❖ Las provincias serán creadas por ordenanza, a iniciativa del gobernador, de los alcaldes de los respectivos municipios o del número de ciudadanos que determine la ley.

- ❖ Para el ingreso a una provincia ya constituida deberá realizarse una consulta popular en los municipios interesados.

- ❖ El departamento y los municipios aportarán a las provincias el porcentaje de sus ingresos corrientes que determinen la asamblea y los concejos respectivos.

3.5.2. Ley 300 de 1996.

En esta ley encontramos los lineamientos de los ámbitos hoteleros y turísticos regulados en Colombia, esta ley ha sido modificada a través del tiempo para adaptarse a las nuevas tendencias que se realizan en la actualidad. Uno de los cambios más importantes según Díaz–Granados explicó que la Ley 1558 reforma la Ley 300, que regulaba las operaciones turísticas desde la década de los 90, y permitirá al sector organizarse, dejar a un lado la informalidad y fortalecer las iniciativas regionales, generando así empleo, y progreso y convirtiendo al sector en un pilar de crecimiento. Estos son algunos de los aspectos más destacados de la Nueva Ley de Turismo:

- ❖ Se crean los Comités locales para la Organización de las Playas, integrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Dirección General Marítima -Dimar y la respectiva autoridad distrital o municipal, que tendrán como función la de establecer franjas en las zonas de playas destinadas al baño, al descanso, a la recreación, a las ventas de bienes de consumo y a la prestación de otros servicios relacionados con las actividades de aprovechamiento del tiempo libre que desarrollen los usuarios de las playas.

❖ El Gobierno Nacional podrá destinar anualmente el recaudo del impuesto de timbre para que, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se desarrollen programas de inversión social mediante proyectos de competitividad turística en las comunidades en condición de vulnerabilidad.

❖ Únicamente los prestadores de servicios turísticos debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo podrán ser beneficiarios de los incentivos tributarios y fiscales consagrados a su favor en disposiciones de orden nacional, departamental, distrital o municipal y que tenga por fin estimular, apoyar o promover la actividad turística.

❖ El Fondo de Promoción Turística se llamará a partir de ahora Fondo Nacional de Turismo – Fontur- y tendrá como función principal el recaudo, la administración y ejecución de recursos para la infraestructura turística, promoción y la competitividad Turística, así como el recaudo del Impuesto al turismo.

❖ Los bienes inmuebles con vocación turística incautados o que les fuere extinguido el dominio debido a su vinculación con procesos por delitos de narcotráfico, serán administrados o enajenados por el Fondo Nacional de Turismo o la entidad pública que este contrate.

❖ Créase la Medalla al mérito turístico, la cual tendrá como fin reconocer los servicios especiales y distinguidos, prestados al turismo a través del tiempo, por las personas naturales o jurídicas y que será otorgada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Además de esta modificación las tendencias del turismo han generado nuevos decretos y políticas según la política de turismo cultural (2007) “Es obligación del estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación, principio recogido en la ley general de la cultura, ley 397 de 1997 que en su artículo primero luego de la definición de cultura enuncia los principios que sirven de base para definir cuál es el papel del estado en relación con la misma.” No solamente estos cambios estructurales nos ayudaran a que el turismo sea más viable y sostenible también encontramos otro apartado de la política de turismo cultural (2009) “las políticas culturales deben relacionar explícitamente la propiedad colectiva de los territorios (leyes 70. 89) Con el reconocimiento de los valores prácticas, información y conocimiento que estas comunidades tienen al respecto de los procesos y recursos”.

3.5.3 Plan de desarrollo turístico de San Gil.

Este plan de desarrollo fue realizado bajo el título de “una gerencia social”, en el cual se buscaba priorizar ciertas áreas en el municipio entre ellas el turismo. A través de esta nueva economía se empezaron una serie de cambio no solo a nivel de infraestructura y organización (alcaldía), sino a nivel poblacional, por tal motivo el plan de turismo de sal gil (2016- 2019)

Adóptese en todo su contenido el Plan Estratégico que se presenta a continuación: “Una Gerencia Social 2016-2019”, que busca el desarrollo integral del Municipio, está definido estratégicamente para dar respuesta de forma positiva y realista a los aspectos tensionantes y problemáticas identificadas desde el planteamiento de un programa de gobierno, hasta el análisis dado por la comunidad en las mesas de trabajo comunitarias. La propuesta define una visión de desarrollo para un horizonte de 12 años, para lo cual diseña estratégicamente Gerencias, Objetivos, Programas, Metas e Indicadores y señala algunos Macro proyectos. Asimismo, plantea como aliadas estratégicas el establecer políticas públicas para dar base normativa y estructural a los diferentes programas que se van a desarrollar, para la nueva visión de San Gil, donde se articula la visión y la misión del municipio. La orientación metodológica hace referencia a los procesos de planificación estratégica que van de la mano con los principios y valores institucionales. Específicamente encontramos el siguiente artículo en el cual se habla puntualmente de las acciones a desarrollar y las políticas públicas con las cuales se apoya el plan de desarrollo:

Artículo 7. Políticas que apoyan “UNA GERENCIA SOCIAL 2016-2019”

Las políticas públicas municipales que se plantean, dan soporte normativo y rigen las acciones articuladamente con los objetivos, programas y proyectos del plan de desarrollo, son las siguientes:

- 1. Desarrollo turístico normado y sostenible.**
- 2. Cierre de brechas sociales entre lo urbano y lo rural.**
- 3. Creación, sostenimiento e identificación de la Marca Región.**
- 4. La familia como base social de la comunidad.**
- 5. La credibilidad de lo público, plan de medios y fortalecimiento de las finanzas municipales.**
- 6. Creación de incentivos para apoyo a los sectores de servicios, industria y comercio.**
- 7. Creación de fondo de créditos y ahorro base de la estrategia de generación de economía para la población vulnerable.**

Sostenimiento y fortalecimiento de las diferentes políticas públicas para atención a la población vulnerable:

- ❖ Política de Infancia, adolescencia y juventud.
- ❖ Política de Discapacidad.
- ❖ Política de Atención a Víctimas.
- ❖ Política de la Mujer.
- ❖ Política de Adulto Mayor.







1. UNA GERENCIA SOCIAL		
EDUCACIÓN		EDUCACIÓN DE CALIDAD: Asegurar una educación inclusiva, de calidad y equitativa, promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
SALUD		Terminar con la pobreza en todas sus formas en todas partes.
AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO BÁSICO		Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
DEPORTE Y RECREACIÓN		Asegurar vidas sanas y promover el bienestar para todos en todas las edades.
CULTURA		Hacer que las ciudades y asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
VIVIENDA		Hacer que las ciudades y asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Figura 3 Objetivos Plan de Desarrollo San Gil

Fuente: Plan de desarrollo San Gil, 2016 - 2019

4. Objetivos

4.1. Objetivo general.

Analizar los cambios culturales generados por la actividad turística durante la feria de exposición agropecuaria y ganadera en el periodo 2013 – 2017 en el municipio de San Gil Santander.

4.2. Objetivos específicos.

1. Describir las ferias y fiestas agropecuarias y ganaderas en San Gil Santander.
2. Conocer la percepción del residente frente a los cambios culturales de las ferias anuales de noviembre.
3. Identificar la influencia de la actividad turística en la feria de exposición agropecuaria y ganadera en San Gil Santander.

5. Metodología

Se desarrollará una investigación explicativa, donde se establecerán cuáles son las causas que generan: los cambios de desarrollo y actividades, los cambios en las dinámicas culturales y la percepción de la feria. Se desarrollará un enfoque cualitativo con el cual se busca identificar la influencia del turismo en las ferias y fiestas de exposición agropecuaria y ganadera en los últimos cinco años desarrolladas en el municipio de San Gil, estas tres variables se aplicarán a los cuatro grupos de investigación los cuales son: Grupo focal-Academia, Grupo Residentes, Grupo Comerciales y Grupo Directivos. A continuación, se explicarán los dos instrumentos que se utilizaron, sus respectivas metodologías y logística.

5.1. Instrumento grupos focal.

Un grupo focal se realiza para reunir diferentes puntos de vista sobre un tema determinado según Gibb (1997):

“El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos. Además, comparados con la entrevista individual, los grupos focales permiten obtener una multiplicidad de miradas y procesos emocionales dentro del contexto del grupo” (p. 2).

Es importante resaltar que el grupo focal se diferencia de la entrevista grupal ya que, en esta, las preguntas se desarrollan individualmente entre el entrevistado y el entrevistador, mientras que en el grupo focal es una pregunta abierta a la opinión y discusión de todos los participantes. A continuación, se identifican ciertas características y diferencia entre ambas:

Criterio	Entrevista grupal	Grupos focales
Número de participantes	6-10	6-10
Objetivo	Opiniones	Experiencias
Calidad de la interacción	Parcial	Si
Nivel de influencia en el grupo	Medio	Medio /alto
Nivel de estructura	Alto	Bajo
Profundidad de la experiencia	Poco profunda	Media
Alcance de las experiencias	Medio	Amplio
Nivel de la participación del moderador	Alto	Bajo

Figura 4 Similitudes y diferencias entrevista grupal y grupos focales

Fuente: Escobar, J. Bonilla, F. (2009, p 52)

Por tal motivo el Grupo Focal es uno de los instrumentos que se desarrollaran en el trabajo de campo, para ello se tiene una guía de una serie de pasos descrita por Escobar, J., Bonilla, F. (2009) los cuales serán descritos a continuación:

1. Establecer Objetivos: El objetivo principal es identificar las percepciones y vivencias que ha tenido el grupo, con relación a las Ferias y fiestas Agropecuarias y Ganaderas en San Gil.

2. Diseño de la Investigación: Se realizará un grupo focal académico con estudiantes de undécimo, con el objetivo de conocer su punto de vista e identificar las ideas comunes entre los diferentes actores.

3. Desarrollo de Cronograma: Esta herramienta nos permite identificar de forma fácil y concreta la fecha, hora y lugar en el cual se va a desarrollar el grupo focal, además de generar una logística interna para mantener un orden en el desarrollo de las diferentes actividades, esta se puede encontrar en la sección anexos, al final del documento

4. Selección de los participantes: Los participantes del grupo focal deben tener un perfil específico el cual será:

❖ Academia: Estudiantes del Colegio María Auxiliadora grado undécimo de bachillerato, con énfasis en turismo (Grado 1104) con Edades entre: 16-17.

❖ Muestra: Se aplicará el estudio a un grupo de estudiantes con enfoque en turismo de undécimo grado. (10 Personas)

5. Selección del Moderador: Para el desarrollo y acompañamiento de los diferentes grupos focales se ha designado el siguiente esquema:

Tabla 1. Selección del moderador grupo focal

<i>Grupo Focal</i>	<i>Moderador</i>	<i>Fecha</i>
<i>Academia</i>	Lina Barajas	19/09/2018

Nota: Autoría propia.

6. **Preparación preguntas de estímulo:** Después de identificar las características del grupo, las preguntas estarán dirigidas desde una idea macro a algo específico, se tendrán 17 preguntas como hilo conductor del grupo focal, más sin embargo si el moderador lo considera puede añadir o ahondar en alguno de los temas, siempre y cuando mantenga la discusión centrada en el objetivo. La guía de preguntas que se realizara en el grupo focal es la siguiente:

1. Presentación y objetivo del Grupo Focal, firma de consentimiento Informado.
 2. Actividad #1. Caracterización de las ferias y fiestas.
 3. ¿hace cuánto que tienen recuerdos de la feria?
 4. ¿La feria es gratis?
 5. ¿Cuál consideran es el objetivo principal de la feria agropecuaria y ganadera en San Gil?
 6. ¿Cuál es la tradición Sangileña?
 7. Actividad #2. Muestra de afiches de las últimas ferias realizadas en San Gil.
 8. ¿Han asistido a alguna feria? ¿Cómo fue su experiencia en las actividades? / ¿Qué conocen sobre las ferias?
 9. ¿Cuáles considera son las actividades más destacadas en la feria?
 10. ¿Conocen el término de transculturación?
 11. Entrega de Refrigerio.
 12. ¿Ustedes creen que existe transculturación en San Gil?
 13. ¿Ustedes saben cuál es la historia de la feria de San Gil?
 14. ¿Saben que la feria viene desde los indígenas?
 15. ¿Alguno de ustedes alcanzo a percibir la diferencia de cuando San Gil no era tan turístico?
 16. ¿La feria de San Gil es sostenible?
 17. De las actividades que se han dejado de hacer, ¿ustedes creen que alguna debería retomarse?
 18. ¿Y alguna de las actividades que se hace actualmente debería dejarse de hacer?
 19. De las ferias que se han realizado ¿es más normal que las personas se vallan con buenos recuerdos o con malos recuerdos?
 20. ¿Ustedes como jóvenes se sentirían atraídos a eso?
 21. ¿cómo se puede entrelazar la cultura con el interés de la feria?
 22. Agradecimiento y Despedida
 23. Entrega de Obsequio
7. Selección del Sitio de la Reunión: El espacio establecido para desarrollar el grupo focal se obtuvo con el apoyo de Fenalco (Federación nacional de comerciantes) el cual habilito un espacio en sus oficinas para desarrollar la actividad el día 19-09-2018 hora 2:00 – 4:00pm.
 8. Logística: La logística de la actividad de los grupos focales se realizará en tres etapas de la siguiente manera:

Tabla 2. Cronograma general grupo focal

Grupo Focal – Planeación General		
<i>Fecha y Hora</i>	Actividad	Observaciones
<i>16-sep-2018</i>	Cotización de Refrigerios	
	Compras generales	Servilletas, Jugos en tetra pack x 12 und.
	Verificar el equipo necesario para el desarrollo del Grupo Focal.	Revisar la capacidad de memoria de los equipos
<i>17-sep-2018</i>	Selección de espacio y hora para los Grupos Focales	Cita Oficina Fenalco con la señorita Delis Gonzales
<i>19-sep-18</i>	Compra de pasabocas	Lugar: Cafetto Plaza Producto: Flautas Hawaianas x 14 Und.
	Realizacion Grupo Focal Academia	

Nota: Autoría propia.

Tabla 3. Detallado de actividades grupo focal

Grupo Focal - Logística día del Evento		
Encargado: Laura Bueno		
<i>Antes del Evento</i>	Actividad	Observaciones
	Verificar la disponibilidad del Auditorio para el Grupo Focal	
	Compra de Refrigerios	Verificar la hora de la entrega del refrigerio con el proveedor.
	Verificar y empacar equipo necesario	Revisar la capacidad de memoria de los equipos

	Llevar materiales necesarios para las actividades	Plantillas, Afiches, esferos, Colores Etc.
<i>Durante el Evento</i>	Organización del montaje en el auditorio.	Oficina Fenalco
	Adaptar los equipos audiovisuales	Iluminación y Sonido
	Fotografías desarrollo actividades	
<i>Después del Evento</i>	Guardar todos los equipos y papelería de evidencia	
	Organizar y asear el auditorio.	
	Ofrecer agradecimiento y devolver el auditorio a la persona encargada	

Nota: Autoría propia.

5.1.1. Trabajo de campo grupo focal.

Para realizar el Grupo Focal se harán realizado invitaciones de participación al proyecto con anticipación para tener confirmados a las 10 personas en una plantilla, posteriormente se designará una fecha específica para la realización de la actividad, esta información se dará a conocer con anterioridad a los asistentes.

A continuación, se coloca una plantilla base con los asistentes al grupo focal académico, en la cual ya se tenía una confirmación de asistencia para el desarrollo de la actividad.

Tabla 4. Datos participantes grupo focal

Nombre	Apellido	Correo Electrónico	Cargo
<i>Karen Daniela</i>	Saldarriaga Amaya	karensaldarriagaamaya@hotmail.com	Estudiante

<i>Gissela Mayerly</i>	Neira González	gissneira@outlook.com	Estudiante
<i>Mariana</i>	Carvajal Calderón	elianacalderonguevara@hotmail.com	Estudiante
<i>Jhojan Felipe</i>	Silva Pulido	silvapulidojhojanfelipe@gmail.com	Estudiante
<i>Carol Dayanna</i>	Pinto Herrera	Caroldayanna10@gmail.com	Estudiante
<i>Jennifer</i>	Garrido Rangel	garridojennifer@hotmail.com	Estudiante
<i>Laura Alejandra</i>	Benavides Acosta	Benavideslaura40@gmail.com	Estudiante
<i>Silvia Alejandra</i>	Aparicio Galvis	Alejandrasilva148@gmail.com	Estudiante
<i>Nicolás Santiago</i>	Hernández Martínez	2016cesaraagusto@gmail.com	Estudiante
<i>Laura Daniela</i>	Saavedra Porras	Lausdav159@gmail.com	Estudiante

Nota: Autoría propia.

5.1.2. Características de trabajo de campo.

El tiempo estipulado son 2 horas, las cuales serán distribuidas en tres etapas, sin embargo, al realizar el desarrollo del grupo focal no se interrumpirá según la hora es decir será continuo, no obstante, la planificación interna se desarrollará de la siguiente forma:

Tabla 5. Planificación interna grupo focal

<i>Etapa</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Actividad</i>
<i>Etapa No. 1</i>	Una hora y quince minutos	-Bienvenida y Presentación -Consentimiento Informado -Actividad Introdutoria -Preguntas iniciales

		-Debate
<i>Etapa No.2</i>	Quince minutos	-Refrigerio
<i>Etapa No.3</i>	Una hora y quince minutos	-Segunda parte de preguntas -Debate -Conclusiones -Agradecimientos -Despedida -Obsequio

Nota: Autoría propia.

- ❖ Se tendrá un Guion establecido para mantener el hilo conductor en los debates.
- ❖ Se grabará el Grupo Focal, para posteriormente analizarlo en plataformas como Atlas Ti / MaxQDA.
- ❖ A cada persona antes de iniciar el Grupo Focal se le hará entrega de un documento denominado consentimiento informado con el cual se autoriza grabar y utilizar los datos del Grupo Focal con fines netamente académicos.

5.2. Instrumento entrevista semiestructurada.

Esta tipología de entrevista tiene como objetivo Según Sampieri (2014) “las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (p.403). Las preguntas que se le realizan al entrevistado serán preguntas de opinión y antecedentes estas serán abiertas y neutrales, el orden puede variar según surjan los temas en el dialogo, sin embargo, se debe tener en cuenta un hilo conductor para no dejar ningún dato por fuera de la investigación. Los datos que se obtengan mediante el desarrollo de las entrevistas deberán ser analizados posteriormente por el investigador, el cual colocara unas variables con las cuales se va a medir y comparar las respuestas de los entrevistados.

Estos datos se analizarán a través de un programa de investigación cualitativa llamado Atlas Ti, en él se desarrollarán una serie de nubes de palabras, codificación y análisis de cada uno de los grupos y posteriormente se realizará una triangulación de información en busca de un informe final en el cual se identifiquen las variables de, los entrevistados y se pueda dar solución a las inquietudes del investigador.

A continuación, tenemos la ilustración 5 del proceso que se va a realizar teniendo en cuenta el modelo explicado por Sampieri (2014, P.395).

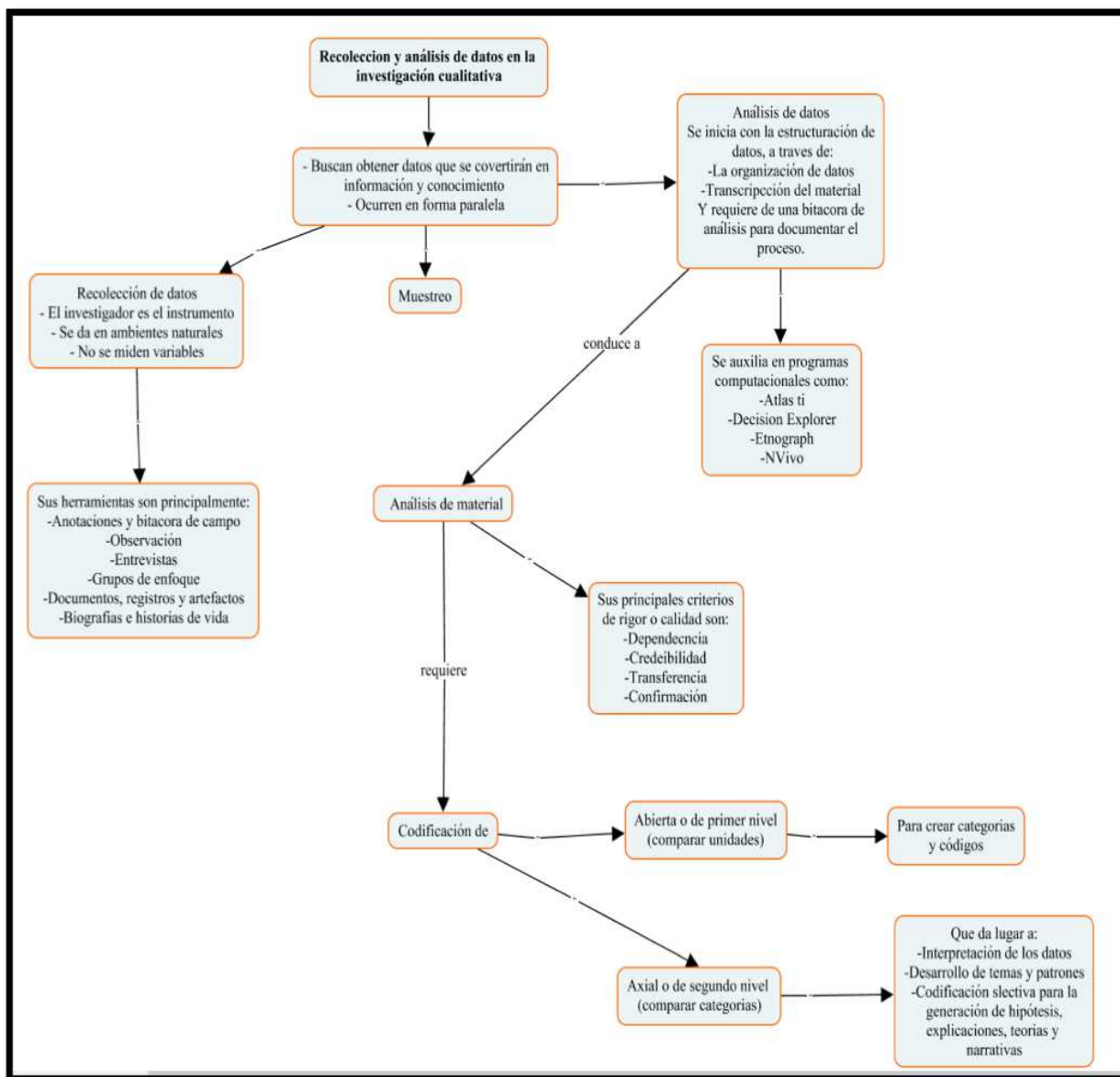


Figura 5 Modelo de Trabajo Entrevista

Fuente: Esquema Propio. Modificado de: Sampieri. (2014)

5.2.1. Trabajo de campo entrevista

Al momento de realizar las entrevistas en los diferentes espacios se tendrán en cuenta los siguientes componentes:

- ❖ Carta de presentación expedida por la Universidad

- ❖ Consentimiento informado³ por parte de los realizadores del proyecto.
- ❖ Elementos para desarrollar actividades: Esferos, colores, tajalápiz, borrador.
- ❖ Preguntas de opinión y antecedentes (6-8 preguntas).
- ❖ Cámara fotográfica.
- ❖ Videocámara.
- ❖ Logística

Las entrevistas se realizaron en diferentes entornos, según la disponibilidad de cada entrevistado de la siguiente manera:

Tabla 6. Detalles Participantes Investigación

<i>Grupo</i>	<i>Entrevistado</i>	<i>Lugar</i>
<i>Directivo</i>	Lina Salazar Remolina	Casa de la Cultura
<i>Directivo</i>	Delis Paola Gonzales Corzo	Oficinas de Fenalco
<i>Directivo</i>	Oscar Ardila	Oficinas El Puente
<i>Residente</i>	María Claudia Rojas Pontitud	Centro Comercial El Puente
<i>Residente</i>	Benjamín Reyes	San Gil Plaza
<i>Residente</i>	Silvia Juliana Becerra Contreras	Centro Comercial El Puente
<i>Comerciante</i>	Jimena Hernández	Centro Comercial El Puente
<i>Comerciante</i>	José Manuel López Manrique	Centro Comercial El Puente
<i>Comerciante</i>	Sindy Eliced Barrera Lizarazo	San Gil Plaza

Nota: Autoría propia.

³Es un proceso mediante el cual un sujeto confirma voluntariamente su deseo de participar en un estudio en particular después de haber sido informado sobre todos los aspectos de éste que sean relevantes para que tome la decisión de participar. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwj4jdbjo7HeAhUJ31MKHWHPAEQFjAAegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cba.gov.ar%2Fwp-content%2F4p96humuzp%2F2012%2F07%2Fsal_coeis_consentimiento.pdf&usq=AOvVaw219Lv-RoknSfUrW14i0bTR

Esquema de entrevistas:

En el proceso de elaboración de los diferentes cuestionamientos, se utilizó para cada persona. Una serie de preguntas enfocadas en sus conocimientos sobre el tema, con el objetivo de tener respuestas técnicas, administrativas u opiniones, sin embargo, todas las preguntas tienen características similares las cuales son:

- ❖ Se inician con temas generales para dar contexto al entrevistado, para posteriormente terminar con preguntas específicas.
- ❖ Las preguntas fueron realizadas con el objetivo de conseguir una postura, pensamiento o crítica por parte del entrevistado respecto a un tema específico.
- ❖ Las preguntas que el entrevistador considera conveniente agregar en el momento de la entrevista, se colocaran posteriormente.

A continuación, se evidencia la planeación de las entrevistas según el grupo al que pertenecen, preguntas base para su realización y los objetivos de cada una de ellas.

5.2.1.1 Entrevistas directivos.

Las entrevistas que se realizarán con este grupo, tendrán preguntas específicas según el entrevistado, con un enfoque en el cambio cultural de las ferias desde la perspectiva en la cual se desempeña cada entrevistado.

Entrevista #1: Esta entrevista se desarrollará a la señora Lina Marcela Salazar Remolina de la siguiente manera:

- ❖ Objetivo principal: Conocer el desarrollo y la planeación por parte de la alcaldía en las ferias y fiestas del municipio, además de identificar cuáles son las actividades con las cuales se atraen más turistas.
- ❖ Dirigido a: Directora del Instituto de Cultura y Turismo de San Gil.
- ❖ Tiempo aproximado de la entrevista: 1 Hora.
- ❖ Recursos: Guía de entrevista, audio o video grabadora y/o cámara de fotos.
- ❖ Fecha de entrevista: semana del 16 al 20 de septiembre.

Desarrollo Entrevista - Preguntas

1. Presentación y objetivo de la entrevista.
2. ¿Hace cuánto ejerce el cargo de directora del Instituto de Cultura y Turismo?
3. ¿Cómo se ha desarrollado el turismo en San Gil en los últimos 5 años?
4. ¿Cómo nace la Feria Agropecuaria y Ganadera en San Gil?

5. ¿Cuál es el principal objetivo de realizar las Ferias y fiestas Agropecuarias y Ganaderas en San Gil?
6. ¿La tradición de los Sangileños está representada de alguna forma en las Ferias?
7. De las actividades realizadas en las Ferias, ¿cuál es la que tiene mayor acogida del público y por qué? / ¿Cómo se eligen o proponen las actividades para realizar en las ferias?
8. ¿Este año la feria tendrá algún diferenciador de las realizadas anteriormente?
9. Considera importante que las alcaldías desarrollen este tipo de eventos.
10. Agradecimiento y Entrega de Obsequio.

Entrevista #2: Esta entrevista se realizará a la señorita Delis Paola Gonzales Corzo la cual trabaja desarrollando turismo en el municipio.

- ❖ Objetivo principal: Identificar los diferentes cambios turísticos en relación con las ferias y fiestas, además del perfil de turistas que participan de ellas.
- ❖ Dirigido a: Directora Ejecutiva Fenalco Sur de Santander.
- ❖ Tiempo aproximado de la entrevista: 1 Hora.
- ❖ Recursos: Guía de entrevista, audio o video grabadora y/o cámara de fotos.
- ❖ Fecha de entrevista: semana del 16 al 20 de septiembre.

Desarrollo Entrevista – Preguntas

1. Presentación y objetivo de la entrevista.
2. ¿Qué es tradición Sangileña?
3. ¿Cuál cree que es el nivel de participación de los comerciantes en la Feria de San Gil?
4. ¿Qué sectores son los que tienen un incremento en ventas? ¿por qué?
5. ¿Qué perfil de comprador tienen establecido en las ferias y Fiestas en San Gil? ¿por qué?
6. ¿Qué tan diferentes es dicho perfil, frente al perfil que manejan durante el resto del año?
7. ¿Cree que la llegada de turistas ha cambiado de alguna manera a la Feria? Si/No ¿Por qué?
8. ¿Considera que la planeación y la logística de este evento es eficiente?
9. Agradecimiento y Entrega de Obsequio.

Entrevista #3: Esta entrevista se realizará al señor Oscar Ardila dueño de varios hoteles en San Gil en el área urbana y rural.

❖ **Objetivo principal:** Identificar los diferentes cambios culturales y turísticos en el sector de la hotelería.

❖ **Dirigido a:** Administrador de diferentes hoteles en San Gil

❖ **Tiempo aproximado de la entrevista:** 1 Hora.

❖ **Recursos:** Guía de entrevista, audio o video grabadora y/o cámara de fotos.

❖ **Fecha de entrevista:** semana del 16 al 20 de septiembre.

Desarrollo Entrevista – Preguntas

1. Presentación y objetivo de la entrevista.
2. ¿Cuál considera usted es el objetivo principal de la feria?
3. ¿La llegada de turistas o de visitantes al municipio a razón de la feria ha impactado en el negocio, en el comercio específicamente?
4. ¿Los turistas que llegan son de diferentes zonas de Colombia?
5. ¿Y eso ha sido positivo para usted?
6. ¿Hace cuánto empezó a notar los cambios turísticos en el municipio? Como destino y como impacto de la feria.
7. ¿Y por el impacto que traen los turistas de las ferias? ¿Hace cuánto están, sintió ese cambio?
8. ¿considera que hay cambios culturales en la feria?
9. ¿Y considera que los cambios culturales son acordes a la tradición Sangileña?
10. ¿cuál es el comportamiento de las ventas en ese periodo?
11. Agradecimiento y Entrega de Obsequio.

5.2.1.2 Entrevistas locales.

Esta entrevista está destinada para realizarse a cualquier persona que viva en San Gil – Santander por más de cinco años, y que halla o no asistido a las ferias y fiestas de noviembre. El objetivo de esta encuesta es conocer principalmente diferentes puntos de vista de los habitantes del sector con respecto al desarrollo, evolución y tradición de estas fiestas y que tan importantes consideran que son para el municipio.

1. Presentación y objetivo de la entrevista.
2. ¿Qué memorias tiene sobre las ferias realizadas?
3. ¿Cuáles considera son las actividades más destacadas de la feria?
4. ¿Extraña alguna actividad o evento que se realizaba y en la actualidad no?
5. ¿Qué tradiciones que se han mantenido en la feria?
6. ¿Considera que las ferias han cambiado su propósito en la actualidad? ¿a qué se considera se de este cambio?
7. ¿Cree que ha aumentado la cantidad de asistentes a las ferias? ¿Por qué?
8. Agradecimiento y Entrega de Obsequio.

5.2.1.3 Entrevistas Comerciantes.

La entrevista a los comerciantes tiene como objetivo principal el identificar cual es el impacto de las ferias y fiestas de noviembre en este sector, ya que son actores principales que se pueden ver influenciados a la hora de desarrollar este tipo de actividades.

1. Presentación y objetivo de la entrevista.
2. ¿Cuál considera es el objetivo principal de realizar una feria agropecuaria y ganadera en San Gil?
3. Desde su punto de vista, ¿ha impactado de forma positiva?
4. ¿la llegada de turistas en época de ferias ha generado un impacto en el comercio?
5. ¿Hace cuánto empezó a notar el cambio a nivel turístico en el municipio? ¿por qué?
6. ¿considera que se han generado cambios culturales en las ferias? Si-No/ ¿Por qué?
7. ¿cree que eso hace parte de la cultura Sangileña?
8. Agradecimiento y Entrega de Obsequio.

6. Capítulo 1. Las ferias y fiestas de San Gil, Santander

En este capítulo abordaremos generalidades respecto al folclor colombiano de la zona santandereana, hablaremos un poco de su histórica y como su población se ha ido transformando de indígenas a una sociedad modernizada. Remarcaremos la etimología cultural de lo que hoy conocemos como la feria de exposición ganadera y agropecuaria, o más popularmente dicho entre los locales, las ferias de noviembre de San Gil.

Antes de la colonización española, el territorio colombiano albergaba tribus indígenas divididas por territorios. Coexistían familias indígenas como los Arawak, los Quechua y los Chibchas, son estos últimos quienes son de nuestro interés. Los chibchas no solo habitaron la mayor parte del territorio colombiano, sino también instauraron diferentes confederaciones principales e independientes entre sí. Los Guanes era una de ellas, y estaba localizada en lo que hoy conocemos como Santander.

6.1. El pueblo Guane

Para el desarrollo de la temática histórica del pueblo Guane, nos apoyaremos de los escritos del Doctor Isaías Ardila días, quien en 1978 escribió “el pueblo de los Guanes, raíz gloriosa y fecunda de Santander”.

La civilización Guane, pasa desapercibida por la mayor parte de la población moderna, dando la impresión de la poca relevancia que tenían en el territorio. Siendo una afirmación errónea, puesto que los Guanes fueron una civilización avanzada para su época, la cual dejó sorprendidos a los españoles debido a la compararon que realizaban frente a las demás tribus indígenas que existían en el continente americano.

Es Santander la cuna de la civilización indígena Guane, una tribu que tiene como madre a los chibchas. Gracias a esta interrelación entre pueblos que contamos con más conocimiento de los Guanes. Como dice el doctor Ardila (1978): “existe muy poca literatura antigua, que trate específicamente sobre este gran pueblo. Por eso muchas veces es necesario aducir datos referentes en general a toda la raza indígena y en particular a los Chibchas, los que lógicamente cobijan a los Guanes” (p.65).

Debido a ello, complementamos la información existente respecto a los Guanes, con la que está consagrada acerca de los chibchas. Gracias a sus tradiciones, ambas poblaciones contaban con festejos, costumbres y creencias similares que se describirán más adelante. Mencionaremos las

diferencias más relevantes que presentan estas culturas prehispánicas, puesto que, a pesar de contar con similitudes ideológicas, tenían generalidades diferentes.

Los Guanes se asentaron en la región andina, produciendo que, en el proceso colonizador, llegara tarde la raza española a territorio Guane, impactando con su extenso número a los nuevos visitantes. “los Guanes, con todos los cacicazgos comprendidos en su extenso territorio llegaban a 200.000” (Ardila 1978, p. 75), complementando a Ardila, actualmente se tiene conocimiento que el basto número que representaba a esta población indígena, era subjetivo, puesto que en un inicio los españoles no pudieron tener un número real de los habitantes de la zona. Realizaban una operación matemática sencilla en la cual se daba un número de 3 a 4 integrantes por familia, multiplicándolo por el número de chozas que podían contar, arrojando siempre como resultado, valores inexactos pero aproximados de población. Su organización social, diferente a el total poblacional, no fue un enigma, “Varios clanes formaban una tribu y varias tribus una confederación, como la que gobernaba el Cacique Guane” (Ardila 1978, p.100), las tribus solían ser agrupaciones de la misma familia, donde en todos los casos el cacique era la figura superior, con más autoridad en todo el territorio Guane.

El Cacique representaba la voluntad divina, impartía la justicia, gobernaba con paz y mano dura. Todo era propiedad del cacique como representación de Dios, es decir que cada tribu no era dueña de su tierra, sino que la trabajaba para el cacique, y este a su vez les daba el permiso de vivir de lo que producían. Transformando este concepto a términos políticos modernos, los Guanes practicaban un sistema comunista, donde nada es realmente propio, no existe la propiedad privada y todo lo que produce es para la sociedad en la que se encuentren, conservando como meta el desarrollo, fortalecimiento y protección de sí mismos como indígenas.

Sin embargo, con la colonización, su sistema cambio para adquirir tintes capitalistas, en los cuales se convirtieron en esclavos y el trabajo simbolizaba una posible recompensa, Ardila (1978) nos complementa diciendo:

“En el año de 1730, en los censos que había los jueces de Cobranzas Reales. En los pueblos de Guanes, ya no aparece el título de Cacique. Las parcialidades o pueblos de indios eran gobernados en lo civil por un alcalde, un teniente que probablemente reemplazaba al alcalde en sus ausencias; un capitán, tal vez una autoridad policial; en algunas parcialidades un trompetero y un cacique y en todas, el Fiscal, que era un agente del orden entre los niños y los hacia asistir a la Doctrina o a las escuelas parroquiales” (p. 99)

Dentro de sus características culturales, encontramos la realización de celebraciones, fiestas y ferias, las cuales mostraremos más adelante, en las que los Guanes celebraban su cultura y sus ideologías. Pero las fiestas no fueron su único legado registrado. Diferente a lo que se puede imaginar, los Guanes contaban con un idioma propio, siendo reconocido por los historiadores como una lengua autóctona de las Américas, a razón que en él usaban palabras polisintéticas, es decir que existían palabras que eran la síntesis de toda una oración gramatical. Además, ya que dentro de su léxico no usaban la “r” ni la “l”, muchas palabras posteriormente fueron alteradas por la lengua castellana.

Fueron una raza que practicaba la agricultura, el tejido de matas de algodón y la fabricación de utensilios de barro. “el principal cultivo de los Guanes era el maíz, “rey de las plantas espigadas”, como lo llamó don Andrés Bello y que ellos, en su idioma llamaban “aba” y era la base de su alimentación.” (Ardila 1978 p. 105), más allá de un sembradío ordinario, el maíz como se mencionó anteriormente, era la base de la alimentación y costumbres indígenas. En torno a él, las personas Guane basaban su dieta, conservando siempre un equilibrio balanceado. Para ello tenían una alta ingesta de frutas como el aguacate, las piñas, las papayas, entre otros. Puesto que carecían de leche y de abundante carne para suplir sus necesidades proteicas. A pesar de ello, los indígenas Guane fueron personas fornidas, producto del alto impacto requerido en los trabajos manuales que realizaban en las cosechas, al usar herramientas netamente de madera, puesto que no conocían el hierro, ni las formas de manipular algunos metales.

6.2. Colonización española

La llegada de los españoles, introdujo nuevas costumbres y cambios irreparables en las poblaciones indígenas de Colombia. Los Guanes no fueron la excepción a esto, al igual que en los demás territorios colombianos, en Santander se diezmo a la población indígena, reduciéndola a un octavo de la población original. Cabe mencionar el espíritu y el honor de los indígenas Santandereanos, ya que, en muchas ocasiones, no solo preferían luchar, sino también el suicidio antes de perecer en manos españolas.

Los españoles no solo erradicaron pueblos indígenas, sino también borrar los registros de sus costumbres y estilo de vida. Un ejemplo de ello nos lo menciona el fray Juan Friede, quien en la obra de Ardila menciona que: “Mas deplorable aun fue la supresión de los capítulos acerca de la vida y costumbres de los chibchas. Solamente se conserva la “tabla” o índice del libro 5º de la obra

de Aguado, con veintiocho capítulos, que trataban de la vida social, económica, familiar y religiosa de este pueblo” (p.65).

Pero a que se debió esos actos por parte de los españoles de borrar toda consigna, ¿registro, documento y diario que tuviera información de los pueblos indígenas? Una posible respuesta es “demostraban á fas claras qué no era una nación salvaje ni un grupo de irracionales, que pudiera si no justificar; arinenos excusar la conquista violenta de que fue víctima, las matanzas, robos y todos los desmanes que sufrieron. La publicación de estos abusos no hacía y jamás podrían hacer honor a España. “(Ardila 1978, p. 66).

Al proceso de colonización se le atribuye la fundación y constitución formal de municipios o como le decían en esa época, de villas. En Santander algunas de las cuales se fundaron fueron, Vélez, Barichara, Socorro, y San Gil. Esta última tuvo un proceso particular, debido a que aquel territorio era la cabecera de la región guanentina, sin ninguna delimitación o constitución formal, los españoles se asentaron y transcurridos varios años y virreyes, fue un 17 de marzo de 1689, cuando bajo cedula consignada, se le da el nombre a la región guanentina el de Santa cruz y San Gil de la nueva Baeza, actualmente conocido solo como San gil.

6.3. Santandereanidad

Después de decir lo anterior, consideramos lo crucial que es comprender la historia de una región para comprender a sus habitantes. Santander no escapa a esta afirmación, ya que es la historia la cual formo el carácter, las costumbres, las tradiciones de la región. Es decir que no hay cultura santandereana, sin santandereanos. La pregunta ahora será, como las características de una población impactan en sus tradiciones. La respuesta es sencilla, con su cultura, gracia a Ardila sabemos que aun antes de la colonización los indígenas Guanés eran considerados personas de temperamento fuerte, debido según especulaciones, a su dieta y a la topografía de su territorio.

“Si Santander, de gentes valerosas y atrevidas; tan altivas como sus empinadas montañas y tan generosos y arrolladores en sus empresas como las aguas de sus grandes e impetuosos ríos, puede ufanarse de su bravura y de su entusiasmo por toda causa noble, es porque en mucha parte lo heredó de esa sangre india, y que antes que avergonzarnos debe enorgullecernos. “(Gobernación de Santander, UIS, 2014 p.84)

Son una población llena de honor, respeto y orgullo, forjado por su recorrido histórico. Personas con semblante de acero, alto grado de justicia e intolerancia a la desigualdad. Así como el santandereano tiene sus virtudes, también tiene sus defectos. La facilidad de copiar ideas exitosas de su alrededor, la concepción que no hay nada que el santandereano no pueda hacer, la envidia al éxito ajeno y el individualismo, son los principales en nuestra lista. Son estos lo que dificultan el desarrollo regional, representado en cifras inferiores de desarrollo económico que otras partes del país.



Figura 6 Santander: Panorámica del centro de San Gil.

Fuente: Archivo Cromos 1917

No es de extrañar que, ante los ojos de los demás colombianos, el santandereano cuenta con el carácter más fuerte de todo el territorio. Siendo normal frases como “en los hombres, revólver o machete al cinto; en las mujeres, braveza en todas las formas de ser”, pero más allá de meros estereotipos, estas frases tienen su fundamento en la importancia que da esta población al honor y la nobleza, traduciéndose ante los demás, como hombres listos para confrontarse.

Los hombres y mujeres santandereanos celebran sus costumbres, pero ocultan sus sentimientos, como respuesta a la imagen que deben portar de una población fuerte. Al interior del hogar tanto

el padre como la madre son símbolos innegables de disciplina, obediencia, laboriosidad y decisión, reiterando nuevamente lo valioso que es para ellos, los principios morales como el honor y el respeto. “Es un ser profundamente humano, honesto, riguroso con el trabajo, con una alta dosis de sobriedad y templanza para enfrentarse a los obstáculos, pero ansioso por progresar.” (Gobernación de Santander, et, 2014, p. 173)

Sus personalidades se marcan por la honradez, la benevolencia, la franqueza, la exigencia a todo lo que acomete, las costumbres sencillas y austeras y la formalidad de la familia. Siendo la otra cara de conductas que no facilitan la asimilación de críticas, sin mencionar las conductas extremadamente honestas y directas que pueden no ser recibidas como cumplidos, sino como ofensas.

“Más allá de esto, el proceder de los santandereanos se cimienta en la austeridad de sus costumbres, en sus tradiciones y en la arisca defensa de sus ideales. Es cierto el denotado individualismo en sus gentes, pero también su espíritu asociativo cuando se trata de promover empresas comunes. Numerosos hombres y mujeres de esta región se reconocen por una ceñida fraternidad de sentimientos, la consagración al trabajo, las costumbres sencillas y austeras, la formalidad de las familias, la disciplina y la exigencia en todo lo que acomete y el carácter honrado benevolente y franco. “(Gobernación de Santander. Et, 2014, p. 174)

Son estas características propias del ser humano residente de Santander, las cuales explican sus tradiciones. En municipios como San Gil, la personalidad de los habitantes ha permitido que, siendo la antigua zona guanentina, aún conservan celebraciones como la feria de exposición ganadería y agropecuaria de noviembre. Sin mencionar las evidentes muestras de tradición a lo largo del municipio en días no festivos, por ejemplo, representaciones esculturales, exposiciones en la casa de cultura, y la preservación del léxico indígena en la actualidad, como es el ejemplo de la palabra chicha, del Guane que significa vino de dioses. Es ese arraigo por sus ideales y sus principios, que hacen de las muestras culturales de San Gil, un escenario vivo de sus tradiciones.

6.4. Generalidades culturales

Como hemos venido mencionando, la cultura se crea a partir del territorio, de las personas, de su historia y sus creencias. Buscamos mencionar y dar conocimiento de lo que gira al rededor del folclor santandereano, ya que son las ferias y fiestas, la sumatoria de representaciones culturales como la música, la danza y los trajes típicos propios de la región.

6.4.1 Vestimenta y trajes típicos.

A diferencia de la mayoría de pueblos indígenas, los Guanes portaban una vestimenta más elaborada, la cual no solo se limitaba a ser un cubre sexos, sino también representaba la posición social, logros y reconocimientos que tenía cada persona.

Piedrahita nos dice que "Quesada y sus soldados hallaron al llegar a los umbrales del Nuevo Reino a multitud de indios vestidos con telas de algodón y que en el aseo de los trajes daban muestras de costumbres más políticas y honestas que las que habían experimentado en el resto de las naciones que habitaban en la Costa" (Ardila, citado en Piedrahita 1978, p. 84).

Debido a la alta destreza que tenían los Guanes, trabajando el algodón, permitió que se crearan telas, similares a mantas con las cuales vestían de la cintura a los pies, también describen que usaban una manta cruzada corta, con el mismo fin de la vestimenta. Portaban bolsos de fique, andaban descalzo y portando cabelleras largas.

No faltaban los accesorios en la vestimenta Guane, tocados de plumas de colores para la cabeza, brazaletes de oro o hueso, nariguera y percheros para ocasiones especiales. "En las fiestas y cuando salían a la guerra usaban vistosas coronas de plumajes de varios colores, que con el movimiento de la marcha brillaban hermosamente y daban a todo el grupo un aspecto excepcionalmente llamativo y agradable." (Ardila 1987 p.85), en las fiestas también se acostumbraba usar mascararas de piel de animal, pintura corporal y gorros de pelaje, esto para adoptar la similitud con los animales, y algunos dioses, haciéndoles alabanzas para tener prosperidad y la fortuna divina.

Con la llegada de los españoles, la población comenzó a usar el calzado, popularizándose las ahora tradicionales alpargatas, siendo zapatos de suela de fique y cintas de tela. El historiador cultural Octavio Marulanda nos describe la vestimenta específica para las mujeres y hombres en el municipio de San Gil, Santander:

"Las mujeres portan falda amplia, con tafetán grabado, de color negro, va adornada con grupos de alforzas, respuntadas, con hilo de color, en cenefas paralelas al dobladillo de la falda; blusa en raso de colores suaves, con pechera alforzada y manga larga. Sombrero jipa, cotizas con capellada de coleta burda, con bordados de colores. El traje del campesino santandereano consta de las siguientes prendas: camisa de coleta indiana, amplia, muy propia para los trabajos agrícolas y mineros. Carece de cuello y como característica especial tiene almilla que se prolonga hasta abajo del hombro, de donde arranca una amplia manga que termina estrecha en la muñeca y con pequeño

puño. Pantalón, del clásico lienzo de Samacá, listado en azul y blanco. Alpargates o cotizas. Y en la cabeza, sombrero de amplia ala.” (Marulanda, s.f, p. 231 - 232).

Es decir que la vestimenta de la región es un reflejo de la cultura campesina, modificando indígenas agricultores, a campesinos de oficio.



Figura 7 Traje regional de Santander- Mochuelana San Gil.

Fuente: Museo de trajes regionales de Colombia-(2005)



Figura 8 Traje regional de Santander – Campesino

Fuente: Museo de trajes regionales de Colombia-(2005)

6.4.2 Gastronomía.

La gastronomía santandereana, se reconoce por los sabores fuertes, la cocción lenta, y ser una actividad en torno a la cual se reúne la familia. De los antepasados conservamos platillos como la mazamorra, los bollos de maíz y sobre todo la inolvidable chicha. No podemos hablar de gastronomía santandereana sin mencionar las famosas hormigas culonas, “Fueron los Guanes quienes nos enseñaron a saborear las deliciosas hormigas, culonas o reinas, que también para ellos era comida exquisita y parece que era un manjar nupcial” (Ardila 1987, p. 106), incluso en la actualidad, este alimento como es de peculiar, es de exquisito. La gastronomía ha sido el medio para salvaguardar la mayor cantidad de tradiciones indígenas, debido a que se transmiten los conocimientos de generación en generación, levantando con el paso de los años un perfil gastronómico perfectamente diferenciado a los demás sectores de Colombia. Consecuencia de esto aún se siguen consumiendo los platos indígenas anteriormente mencionados, gracias a la colonización, el indígena conoció la carne de res y la leche de vaca, permitiendo ampliar el recetario del territorio con platos como carne oreada y pepitoria.

6.4.3 Orfebrería.

El pueblo santandereano utilizó la orfebrería para celebraciones religiosas, en las cuales, los Guanes portaban pequeñas piezas de oro o diferentes metales. Curiosamente los indígenas no contaban con suministros de este metal precioso, sin embargo, no tenían el conocimiento para manipularlo. “Por esto se veían obligados a comprar el oro, en el mercado de Sorocotá, a cambio de algodón, hayo y de sus manufacturas; así aun cuando no tenían grandes cantidades de oro, sí poseían joyería a la medida de lo necesario.” (Ardila 1987, p. 169). Dentro de la tradición cultural, no se conservan registros del uso de pedrería y joyería posterior a la colonización. Trayendo como resultado el hábito de conservar su ser, con apariencia austera y no ostentosa.

6.4.4 Música.

Ciñéndonos de las clasificaciones que muestra Marulanda, la música se puede encontrar por su tipo u objetivo de realización, entonces encontramos música para la literatura, para la danza, para la mitología, para los actos religiosos, para la magia, para los juegos, para las ferias y fiestas, para el trabajo y para las artesanías. Dentro de la tradición santandereana, se tiene música para la mayoría de actividades que se realizan, los indígenas acostumbraban cantar cuando trabajaban en la cosecha, cuando nacía un niño y cuando alguien fallecía. Solían ser un pueblo muy festivo, que disfrutaba de la mayor cantidad de actividades posibles, acompañándolo con música.

“Los instrumentos musicales eran: la flauta de caña, una serie de flautines de caña de diverso grosor y longitud, unidos en forma ascendente, con cuerdas de hilo, para formar una escala de sonidos; instrumento que hoy llaman "capador"; las trompetas de caracol, los fotutos hechos de guadua, los pitos, las maracas y los tambores” (Ardila 1987, p. 190).

Gracias a los españoles, en el territorio se crearon variantes de la guitarra, siendo parte del folclor santandereano, el requinto, un instrumento que es una versión más pequeña de un tiple, el rondador, o capador, ya mencionado de origen indígena, solo con modificaciones estéticas, y el tiple, siendo el instrumento principal para bailes como bambucos, torbellinos y guabinas. El acompañamiento musical nunca faltó en las festividades, “Su música y sus cantos eran acompasados, pero con movimientos lentos y tonalidades melancólicas; y en ellos expresaban el recuerdo de sus prohombres, de sus hazañas memorables o celebraban la alegría de sus acontecimientos familiares.”

(Ardila 1987, p. 190), ya es tradición el ambientar las celebraciones con melodiosas tonadas, marcados compases o cantos sombríos según la ocasión. Sus ferias y fiestas reflejan la tradición campesina, exaltando géneros de la música y costumbres de los mismos.

6.4.5 Danzas.

Existe una gran variedad de danzas en el folclor colombiano conforme a su objetivo. Para Santander se identifican danzas festivas, de laboreo, ceremoniales o conmemorativas, pantomímicas, funerarias o funeblicas, de carnaval, nupciales y de cosecha. Quiere decir que, a razón de momentos específicos, en algún momento se realizó un baile, el cual con el paso del tiempo se adoptó y clasificó para recordar y escenificar situaciones que integran la cultura. Santander se reconoce por:

❖ El bambuco

Danza tradicional de la región andina, compuesta por las siguientes etapas, las cuales describe Marulanda en su libro *el folclor de Colombia práctica de identidad y cultura*. La invitación, en la cual se interpreta la iniciativa del caballero por bailar con la mujer, los ochos, donde como su nombre lo dicen se mueven por el espacio de baile dibujando el número 8, los codos, momento en el que se tocan levemente codos con codos los bailarines, los coqueteos, a modo de conquista los bailarines simulan estar enamorándose, realizando pequeños saltos en un pie, la perseguida, la mujer huye del hombre quien intenta atraparla, el pañuelo, los papeles se invierten y ahora es la mujer quien persigue al hombre, la arrodillada, el hombre se arrodilla y la mujer usando como eje el pañuelo, gira alrededor de él, y el abrazo, momento en el cual la pareja bailan abrazados por el escenario con pasos más tranquilos y románticos. Son esos los momentos representativos de este tradicional baile, mostrando un juego de coqueteo entre una pareja campesina.



Figura 9 Foto cortesía agrupación Chocatiando por Santander

Fuente: Radio Nacional de Colombia (2017)

❖ La guabina

Al igual que el bambuco, la guabina debe constar de una serie de momentos en la ejecución de la danza: La salida, punto inicial de partida del baile, los careos, los bailarines bailan frente a frente dando la impresión de un especie de enfrentamiento, el caminito, los bailarines intercambian puestos realizando un zigzag, los aguacateros, la pareja en escena se acerca mutuamente haciendo saltos pequeños, los arrumacos, colocándose espalda con espalda los bailarines intercambian un aparente coqueteo, los escobillaos, estando frente a frente, la pareja simula estar barriendo, el pañuelo, el hombre toma la punta del pañuelo para que la mujer tomando el otro extremo gire al rededor del hombre, el abrazo y la vuelta, los bailarines se abrazan suavemente al ritmo de la música para concluir realizan un giro, realizando simultáneamente un movimiento del pañuelo en actitud triunfal.

❖ El torbellino

Esta reconocida danza, se practica en gran parte del territorio colombiano. En Santander el baile, hace alusión a su nombre debido a los pasos simulan circunferencias simulando un vórtice. Debe practicarse con pasos pausados y marcados donde las mujeres simulan recatada modestia frente a su contra partes masculinas. Quienes, en respuesta a sus parejas, simulan orgullo y desinterés por ellas.

❖ El pasillo

Esta representación artística, es una adaptación del vals europeo. Una de los bailes más antiguos, mayormente practicados por la raza mestiza para simular ser españoles. Es un baile de salón, donde las parejas durante el baile, realizan un saludo, una salida, giros amplios, movimientos cogidos de las manos, intercambios en la espacialidad del escenario, y desfiles en círculos. La versión campesina recibe por nombre “zapateo” o “taconeo”, siendo como insinúa su nombre, un baile donde los bailarines, hacen ruido al moverse.



Figura 10 Laura Melissa Vergel y Luis Miguel Blanco, ganadores en la modalidad de parejas del XXV Festival Nacional del Pasillo Colombiano

Fuente: Revista Gente de Cabecera 2016

❖ La manta jilada o hilada

Es una variante del torbellino, donde simula el trabajo de los artesanos de estar tejiendo una manta. Por lo cual en escena es necesario el uso de un objeto que simule este proceso. En las zonas santandereanas se marca unos compas más animado, intercediendo el papel masculino en el baile, quien deja caer la madeja con la cual la mujer está tejiendo, para tener el pretexto de tocar su falda al disponerse a recogerla.

❖ La cinta, trenza o “la crizneja”

“En esta danza, que se conoce a todo lo largo y ancho de América se reúnen dos aspectos esenciales de la tradición folclórica: el culto al árbol, que se funde con los mitos cosmogónicos y el laboreo de las fibras vegetales, asociados a celebraciones festivas.” (Marulanda, s.f. p. 212).

Este baile se basa en trenzar entre todos los bailarines, las citas que cada uno porta en escena, después de trenzada se desatan las cintas sin soltarlas, volviendo cada participante sobre sus pasos al lograrlo bandean sus respectivas cintas en sinónimo de victoria.

Como se explicaron a rasgos generales, las danzas más representativas de la región, podemos percibir que el baile es una representación de la historia y las costumbres más representativas en tradición de un pueblo, es decir que la danza cuenta historias, de una región, siendo para el caso de Santander, un espacio para recordar las costumbres de labor campesina, y el constante coqueteo con sus contrapartes.

6.4.6 Tradición oral.

La cultura también se refleja en nuestro modo de comunicarnos, siendo un componente integrado por expresiones como rimas, coplas, cantos, e históricas, esta última clasificada en mitos y leyendas. Todas estas expresiones se han pasado de generación en generación mediante tradición, generalmente familiar. Se diferencia de la tradición escrita ya que en el contenido de la tradición

oral se crea in situ, mientras que la tradición escrita requiere obligatoriamente ser plasmado en el papel. En torno a las ferias y fiestas, muchos contenidos que alberga la oralidad, se han creado y utilizado a lo largo del tiempo, siendo la razón por la cual contemplemos y demos un vistazo general de las más usuales

❖ Coplas y rimas

Muestra oral, en la que se hacen frases cortas consecutivas, tratando de hacer coincidir las últimas sílabas de cada frase de por medio. Las rimas pueden usarse en la cotidianidad campesina, mientras que las coplas usualmente se acompañan de la musicalización de tiples o guitarras.

“Una mujer con su llanto
me quiso comprometer,
que así como ella lloraba,
que llorara yo también.” (Marulanda citado en Autor anónimo, s.f., p. 77)



Figura 11 Campesina trovadora

Fuente: Gobernación de Santander (2017)

La tradición campesina se ha manifestado en diferentes ocasiones mediante festivales populares de grupos de trovadores, y actividades de instituciones educativas en formación primaria y bachillerato académico en municipios como San Gil. Gracias a que es un componente tan importante de las costumbres colombianas, Marulanda nos señala textos que han recopilado las mejores coplas del país.

“Se han hecho en nuestro país excelentes recopilaciones de esta primorosa especie literaria, entre las cuales hay que destacar “Las Cantas del Valle de Tenza”, del R.P. Joaquín R. Medina; “El Cancionero de Antioquia”, de Antonio José Restrepo; “El Espíritu de mi Oriente”, de José Antonio León Rey; “Cantares de Boyacá”, de Octavio Quiñones Pardo; “Coplero Colombiano”, editado por Colcultura; “Corridos y Coplas”, del P. Ricardo Sabio; “Folklore de Santander”, de Juan de Dios Arias, etc.” (Marulanda, s.f, p. 77).

❖ Los mitos

Un mito es aquello que se cuenta y se trasmite, explicando algún suceso de la creación humana, natural o tradicional de una civilización indígena. Estas historias se usan como herramienta de aprendizaje y enseñanza, donde las generaciones más ancianas instruyen a los más jóvenes. Es Marulanda quien nos da una explicación más profunda acerca de los mitos.

“Los mitos son presencias abstractas humanas o semihumanas o personificaciones de seres de la naturaleza circundante o del cosmos, que tienen un significado especial o un contenido histórico, a manera de dictado de una ley, de una norma de vida en las relaciones con la naturaleza, de una experiencia social o de una lección practica” (s.f, p. 99)

Santander y la región andina comparten uno de los mitos más importantes de la historia colombiana. Bachue, un hombre de cabello y barba blanca, que llegó a las tribus indígenas para instruirlos en el tejido, la agricultura y la relación del hombre con la naturaleza. Existe una diversidad de versiones según los antecedentes demográficos del autor o narrador de la historia.

❖ Las leyendas

Estas historias se clasifican también como mitología, sin embargo, son de carácter popular, las cuales no buscan explicar sucesos naturales o inertes del hombre, sino por el contrario representan conductas exageradas de las personas. Es decir que personifican sentimientos en personas, para que funcione de herramienta correctiva para algunas conductas en una población.

“Son comunes los mitos folclóricos de la Mancarita, la mujer manca que distrae a las gentes inventando cuentos, la Madremonte que es una deidad tutelar de las selvas y los montes, rige los vientos, las lluvias y todo el mundo vegetal. Esta mujer musgosa y putrefacta, enraizada en los pantanos, con ojos brotados como de candela, colmillos grandes como los saínos, con manos largas y mucha furia, es la causante de las inundaciones y borrascas de los ríos. La Patasola, la deidad de la maraña espesa de la selva virgen y en las cumbres de las cordilleras, se manifiesta como una mujer con una sola pata que termina en pezuña de bovino; es metamórfica, pues cambia según las circunstancias. Son comunes los mitos de personajes populares que se manifiestan como espantos de los pueblos y los campos; entre ellos, la Llorona, que se distingue por sus lloriqueos angustiosos y profundos, y por sus gritos en busca del niño perdido. El Patetarro, mito de las regiones mineras; María la larga, que se alarga hacia el infinito con gran espanto; la Rodillona, la bruja atormentada por sus enormes rodillas, a quien le gusta asustar a los amantes en las campiñas. La vieja Colmillona, que se aparece en las zonas de alimentación de los peones. La Mechuda, caracterizada por su larga cabellera y uñas muy largas; camina muy rápido y asusta solamente a las mujeres” (Sistema Nacional de Información Cultural Colombiano, s.f.)

Adicional a las composiciones ya mencionadas, cabe mencionar la existencia y uso de rondas infantiles, canciones de cuna, villancicos y adivinanzas. En contraste con las demás, estas muestras tienen un carácter más informal y desorganizado, complicando conocer verdaderamente la identidad del autor o el origen geográfico de las mismas. Puede tenerse una idea de ello, según el contenido de cada uno, sin dar evidencia confiable de nacimiento de cada una.

6.5. Ferias y fiestas

6.5.1. Retomando las raíces.

Los Guanes tenían una variedad de fiestas tradicionales, las cuales variaban según el objetivo de las mismas. Tenían fiestas para la celebración del hombre, el matrimonio, los nacimientos de la tribu, la llegada de la pubertad de las niñas, las ceremonias fúnebres, el inicio de la siembra y la alegría de las cosechas, la inauguración de las casas, la coronación de un cacique, y el inicio del año lunar.

Esta civilización, fueron los primeros en celebrar algún tipo de fiesta, en nombre a la agricultura o sus animales. Gracias a historiadores como Ardila, se tiene la información que describe el montaje de un gran mercado, actualmente el camino San Gil- Socorro, congregando en un solo

sitio la población agricultora indígena Guane. Este mercado se realizaba cada semana, y permitía el intercambio mutuo de bienes necesarios para la vida diaria. Hasta ese punto, el concepto de mercado que manejaban los indígenas, no está lejos de la concepción actual de la palabra. La naturaleza festiva innata de los Guanes, lleno de celebraciones a la vida cotidiana indígena, usaban el canto para darse ánimos en momentos especiales, como cuando tenían que mover grandes piedras para las casas o para romper la tierra para los cultivos, permitiendo que poco a poco, una actividad ordinaria adoptara se transformara y adquiriera más significado. Su entusiasmo contagio las expresiones religiosas, Bachue: padre de los hombres y de la agricultura fue uno de los protagonistas en los festejos. Aquellos eran espacios de que se crearon para hacer alabanza por alegría y por temor a Dios. “Nuestros indios cultivaron como virtud propia de su sangre y de su raza, la música, el canto y la danza, al calor de la euforia producida por el consumo de su autóctono vino, la chibcha” (Ardila 1987, p. 190), en época festiva todo el espacio cotidiano se transformaba, la chicha tomaba protagonismo, la música se disfrutaba en todo momento permitiendo que las personas bailaran al compás, contagiando la cara festiva a toda la población.

Se vestían de gala, pasando del color blanco diario, a la pluri opcionalidad de colores disponibles, acompañaban su vestimenta de turbantes y tocados, joyas como aretes, narigueras, y brazales. Para los más osados la pintura corporal era indispensable en su imagen, las mujeres para las celebraciones recreaban cabezas de animales para ser usadas como máscaras, las cuales se usarían para bailar al rededor del fuego.

Todos los integrantes de la tribu participaban del goce, aquellos que no hacían las actividades ya mencionadas, se movían al ritmo de la música, cantando simultáneamente que golpeaban el piso con largos bastones adornados, para marcar el compás al unísono.

“Dice D. Miguel Triana que en las fiestas agrícolas tenían también otros · deportes y el Cacique daba también premios de mantas a los "luchadores", que triunfaban en las competencias atléticas” (Ardila citado con Triana, 1987, p. 192). Gracias a que las ferias se transformaban en un espacio de esparcimiento cultural, también se usaba de escenario para premiar y disfrutar de actividades físicas o deportivas. Una de ellas es la carrera municipal, tradicional por el número de convocados que asistían, y el honor del cual era merecedor el ganador de la misma.

En otras palabras, la feria agrícola que alababa a Bachue, desbordaba de bailes, música, actividades de ocio y gastronomía autóctona, mostrando un espacio cultural en el que se reflejaba

la identidad indígena. Con la llegada de los españoles y la modernidad, la feria agrícola dejó a un lado el protagonismo de Bachue, por la identidad campesina, bailes como el torbellino, instrumentos como el tiple, y bebida como la chicha, son algunos de los puntos icónicos de la Santandereanidad trabajadora campesina.

6.5.2. Antropología de la tradición.

En este punto nos cuestionamos, pensando en si la feria y fiesta de exposición ganadera y agropecuaria de San Gil, Santander conserva las generalidades de la tradición inmaterial aun intactos, a pesar del paso del tiempo. El uso del internet, y la preferencia juvenil al adoptar culturas opuestas a las de su territorio, hacen que este cuestionamiento impacte en el consiente. El Antropólogo e historiador Álvaro Andrés Santoyo, hace una comparación de cuestionamientos similares en su investigación.

Santoyo (Citado en Tolosa, 1993). " ...[estos] son eventos que tienen como principal objetivo la difusión de hechos y entes folclóricos, en cualquiera de las diversas manifestaciones que presentan. Aquella se hace mediante las presentaciones públicas de música, canto, copla, danza, al igual que la muestra de los artículos que ejecuta el hombre con su capacidad de creación manual, pero sin que en ellos intervenga el aspecto mecánico. De la clasificación de lo folclórico tampoco se pueden separar las comidas típicas, la vivienda, los festejos religiosos y profanos, los mitos, las supersticiones y los agüeros..." (p.11)

Las ferias y fiestas abren las puertas al disfrute de la identidad, para los locales de San Gil, como para los turistas nacionales e internacionales, como mencionaba Santoyo, celebraciones culturales como esta hacen parte del ser, la personalidad, y el desarrollo humano, por el alto nivel de identidad que contiene. El hacer parte de un grupo social, contempla el desarrollo personal desde las actividades que fomenten la interacción del individuo en sociedad. Nada mejor de las ferias y fiestas, para fomentar el sentido de pertenencia santandereana al sangileño.

Pero a pesar de esto, seguimos sin responder al cuestionamiento inicial, ¿el propósito de la feria como muestra cultural tradicional ha cambiado? Es arriesgado responder ciegamente a esto, pero no es un secreto que actualmente el mundo está más conectado, y sin hacer un análisis profundo, no será certero que se haya producido algún cambio en las ferias y fiestas.

“Es más, el tipo ideal de pueblo construido y promovido por las elites parte precisamente de la negación de los procesos de transformación social que viven las sociedades de tipo nacional, que generan el ambiguo sentimiento de nostalgia por el pasado, pues al mismo tiempo se desean los beneficios del mundo en proceso de industrialización. “(Santoyo, 2006, p. 12)

Con ello en mente, vemos que se ha hecho usual el abandonar las tradiciones folclóricas por adoptar procesos o costumbres más internacionales, que ante los ojos de quien las adopta, serán mejores y más atractivas frente a su círculo social. Factores capitalistas atacan la cultura, diversos municipios en Colombia han experimentado esto y San Gil presenta la dualidad de concepto de desarrollo y empoderamiento sectorial, contra el abandono y pérdida de identidad local.

Santoyo (Citado en Tolosa, 1993). "En Colombia son cuantiosas las manifestaciones folclóricas... aunque es bueno advertir que muchos de los festivales que se definen como folclóricos cambian esa naturaleza volviéndose populares, y en el peor de los casos populacheros⁴. Ese es uno de los más graves problemas por los que atraviesa el folclor colombiano, ya que se mezclan muchas manifestaciones que no son folclóricas y se difunden como si así lo fueran. Entonces, el espectador adquiere este conocimiento deformado y lleva consigo la imagen de un país que no es verdaderamente autóctono... se hace necesario seleccionar, en forma adecuada, las representaciones folclóricas que a nombre de Colombia visiten países extranjeros, para que respondan a patrones correctos de autenticidad. No quiere decirse con esto que grupos que no copen las expresiones folclóricas, cuyo trabajo sea de índole popular, no puedan presentarse en escenarios extranjeros. Simplemente, se hace indispensable clasificar los grupos en el género que les corresponde, definiendo su clase y naturaleza. Esto facilita su presentación y define, en forma clara, su hoja de vida y su objetivo primordial" (p. 14)

⁴ Multitud en revuelta o desorden. (*Bibliotodo Diccionario online* (s.f) recuperado de: <https://www.bibliatodo.com/Diccionario-biblico/populacho>)

En síntesis, abordaremos las ferias y fiestas de San Gil como el móvil de la tradición cultural que representa, viéndolo con pensamiento crítico debido a los procesos que ha adoptado desde el desarrollo turístico que ha tenido la región.

6.5.3. Escenario actual.

Vivir la feria y fiesta de exposición ganadera y agropecuaria de San Gil, Santander, supone un imaginario inmediato de disfrute cultura campesina. Pero la actualización de la misma se ha visto mutada. Aunque el escenario campesino sigue teniendo un alto nivel de importancia en el evento, no es la actividad protagónica. Inclusión de géneros musicales como el merengue, la salsa y la bachata supone cambios innegables ante los ojos del turista recurrente.

A pesar que es una gran oportunidad de desarrollo, en el cual los comerciantes incrementan su volumen de ventas, los residentes resienten el alto volumen de turistas que congrega el evento. Al asistir a este evento como turista, se ve como las vías de acceso a los escenarios principales se congestionan. En la programación del evento se puede disfrutar de mercados campesinos, teatro al aire libre y conciertos, la música es del agrado a de las diferentes generaciones, para el disfrute de actividades deportivas y recreativas. También en el marco de la feria, se puede tener la oportunidad de asistir a eventos simultáneos gracias a los diferentes espacios en los que se despliega la feria, entre ellos está el festival de muestra de motocicletas y car audio.

6.5.3.1 Variedad de actividades.

El marco de actividades que se lleva a cabo en la feria y fiesta de San Gil, cada vez le apunta a recibir mayor número de personas de diferentes tipos y generaciones. Según el histórico comparativo (2013-2107) en los itinerarios de la feria de San Gil, se recuperó la siguiente información, la cual es el resultado del análisis de la recopilación de información de las actividades realizadas en los años anteriores, véase en la sección anexos al final del documento.

Conocemos la recurrencia de eventos como:

- ❖ Muestra de artesanías
- ❖ Mercado campesino
- ❖ Muestra ovino caprino
- ❖ Muestra equina grado b
- ❖ Gran cabalgata
- ❖ Cabalgata infantil
- ❖ Presentación festival de danza
- ❖ Serenata a San Gil
- ❖ Concursos y actividades por el día del campesino

Se han hecho algunas actividades específicas en el ámbito del ocio y el deporte dentro de la feria, sin embargo, no se han desarrollado en los últimos periodos, como son los casos de:

- ❖ La exposición canina
- ❖ El desfile de autos antiguos
- ❖ Jornada de aeróbicos
- ❖ Muestra teatral
- ❖ Exposición de pintura



Figura 12 Pieza Publicitaria Feria 2017

Fuente: Revista doccer- (2017)

Los principales escenarios en los que se ubica la feria son el parque principal, la plaza de ferias, el centro comercial el puente y el centro comercial san gil plaza.

El parque principal aun en días no festivos, es un punto imperdible para los turistas y viajeros, en el pueden conocer la catedral primada de San Gil, sentarse y admirar las ceibas que caracterizan al lugar. Está ubicado en el corazón de San Gil, a su alrededor por el norte esta la iglesia, por el este está la alcaldía municipal, por el oeste y por el sur se puede disfrutar del comercio. A unas cuabras a pie se llega a la casa de mercado municipal y al centro comercial el puente.



Figura 13 Plaza Principal San Gil

Fuente: Rcn Radio-(2018)

Plaza de ferias, es otro de las ubicaciones protagónicas donde se lleva a cabo la gran parte de eventos que se desarrollan, como lo es la exposición ganadera y ovina, y los conciertos que se programan. Está localizada a 20 min del centro del municipio, en transporte público.

También podemos disfrutar de la feria de San Gil en sus los centros comerciales, los cuales son El Puente, ubicado a 15 min a pie desde el parque principal, o el centro comercial San Gil Plaza, el cual se puede divisar al entrar al municipio por la carretera variante a Barichara. Este último es próximo a la ya mencionada Plaza de Ferias.

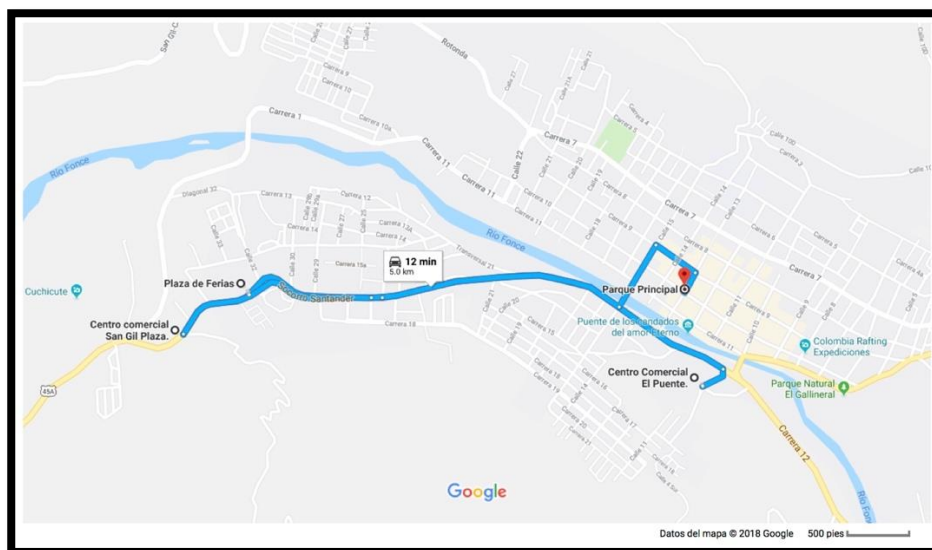


Figura 14 Ruta del Centro Comercial El Puente. a Parque Principal

Fuente: Google Maps 2018

Estos espacios característicos del municipio, permiten percibir la alta afluencia de personas que asisten a las ferias y fiestas de San Gil. A modo de ejemplo traemos a colación la actividad de La Gran Cabalgata, la cual atraviesa San Gil por las calles principales y termina en Plaza de Ferias, como su nombre lo dice, consiste en un desfile de jinetes con sus propios equinos. Esta muestra en escena el hacinamiento de silleteros residentes del municipio y de poblaciones cercanas como Pinchote, Curití y Socorro



Figura 15 Actividad La Gran Cabalgata San Gil

Fuente: Propia- (2017)

En conclusión, la feria de San Gil manifiesta diferentes expresiones culturales tradicionales, y no tradicionales del territorio, pudiendo ser consecuencia de los cambios en las preferencias de la población local; También es probable que el desarrollo económico prime en comparación a la preservación cultural.

7. Capítulo 2. La percepción del residente

La cultura santandereana ha tenido un cambio cultural inminente a través del tiempo, no solo en el casco urbano sino también en los municipios aledaños. Uno de los medios con los cuales la cultura regional se incentiva y busca desarrollar un sentido de pertenencia es a través de las ferias y fiestas desarrolladas a lo largo del año propuestas por la alcaldía municipal. Sin embargo como se ha mencionado, en los últimos años se han generado una serie de cambios culturales que se ven reflejados en estas actividades, teniendo en cuenta el crecimiento que se ha generado en el municipio con el incentivo del turismo y la venta de estas ferias, en San Gil se encuentran nuevos prestadores de servicios turísticos, una mayor oferta de prestadores de deportes extremos y un crecimiento continuo en la demanda de los mismos, convirtiendo al turismo en una de las actividades principales de la región.

Los cambios culturales en tradiciones y formas de desarrollar turismo en San Gil, son una serie de procesos en los cuales es de vital importancia identificar los antecedentes de dichas actividades y como se encuentran estas en la actualidad. Se debe tener en cuenta que para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial según La Unesco (Citado en Ministerio de Cultura, 2007)

«Reconociendo que los procesos de mundialización y de transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades, pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo». Y «Considerando que la comunidad internacional debería contribuir, junto con los Estados partes en la presente Convención, a salvaguardar ese patrimonio, con voluntad de cooperación y ayuda mutua».

En busca de un análisis sobre los riesgos y deterioros que pueden causarse en un patrimonio inmaterial, se busca identificar cuáles son las acciones determinantes que a través del tiempo generaron un cambio en las ferias de la región e identificar cual es el impacto en la comunidad residente; con este objetivo y por medio de dos instrumentos principales los cuales se encuentran en la metodología propuesta anteriormente en el presente documento se analizan los datos que se obtuvieron al realizar el trabajo de campo en San Gil. Para tener mayor claridad sobre la presentación y análisis de los diferentes grupos se desarrollará en el capítulo de la siguiente manera:

Tabla 7. Síntesis Metodología de Investigación

<i>Nombre Del Grupo</i>	<i>Metodología</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Método</i>	<i>Proceso</i>
<i>Residentes</i>	Entrevista Semiestructurada	3 Entrevistas	Atlas Ti	Triangulación de Información.
<i>Comerciantes</i>	Entrevista Semiestructurada	3 Entrevistas	Atlas Ti	Triangulación de Información.
<i>Directivos</i>	Entrevista Semiestructurada	3 Entrevistas	Atlas Ti	Triangulación de Información.
<i>Academia</i>	Grupo Focal	1 Grupo Focal (10 Participantes)	Atlas Ti	Análisis Información

Nota: Autoría propia.

Posteriormente con los resultados de cada grupo se iniciará un nuevo proceso de triangulación con los otros grupos, para generar un informe final en el cual se tendrán en cuenta todos los puntos de vista y las variables que se analizaron. Fundamentalmente la metodología nos brindara un análisis de información específico por grupo para posteriormente triangular información de grupos y obtener una visión más macro sobre las ferias y fiestas en San Gil.

7.1. Grupo residentes

Inicialmente se compilo la información de las entrevistas de audios a guiones, los cuales fueron analizados en un programa de investigación cualitativa llamado Atlas Ti. En él se inició con un explorador de co-ocurrencia de palabras el cual su objetivo principal es identificar las palabras más usadas en el texto y la cantidad de veces las cuales fueron utilizadas, para colocarlas de forma gráfica en una nube de palabras.

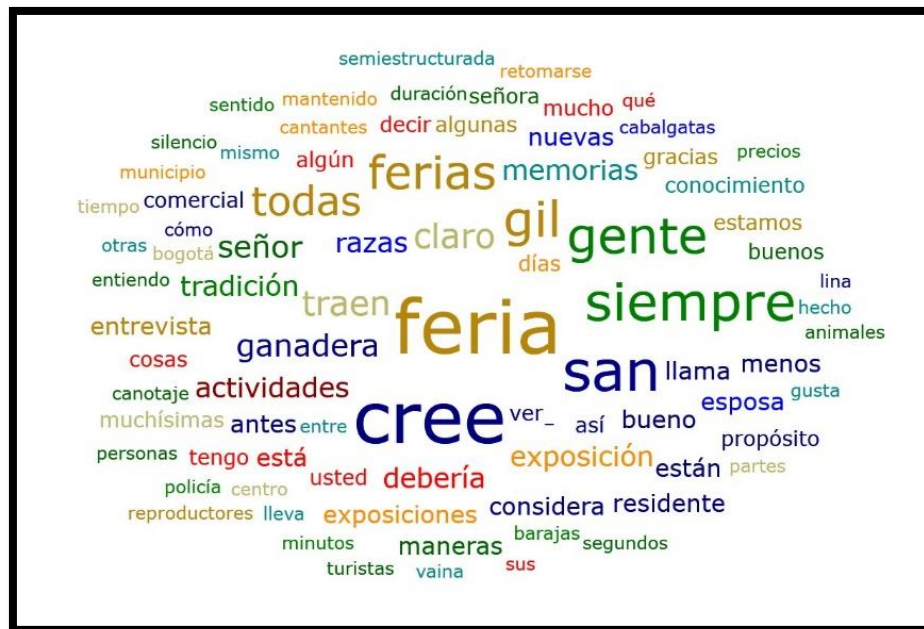


Figura 16 Nube de palabras residentes

Fuente: Propia – (2018)

En la nube de palabras se puede observar de manera gráfica que palabras son las más usadas, entre mayor número de repeticiones tenga más grande será la palabra en la nube y estará más en el centro de la nube, mientras que a menores repeticiones estará más alejada y más pequeña. Como primera instancia podemos identificar que la palabra más utilizada fue Feria con 21 repeticiones, este gráfico nos ayuda a inicialmente observar cuales son los temas más hablados por los entrevistados e identifica cuales podrían ser los códigos utilizados para el análisis de la información de este grupo, a continuación, se representa en la tabla 7 las palabras con mayor repetición de este grupo

Tabla 8. Incidencia de palabras Residentes

<i>Palabra</i>	<i>Largo</i>	<i>Guion</i>	<i>Total</i>
<i>Residentes</i>			
<i>Feria</i>	5	21	21
<i>Cree</i>	4	15	19

<i>San</i>	3	9	15
<i>Siempre</i>	7	13	14
<i>Gente</i>	5	13	13
<i>Gil</i>	3	7	13
<i>ferias</i>	6	12	12
<i>todas</i>	5	10	10
<i>claro</i>	5	5	8
<i>traen</i>	5	8	8
<i>ganadera</i>	8	7	7
<i>señor</i>	5	7	7
<i>actividades</i>	11	6	6
<i>debería</i>	7	6	6
<i>exposición</i>	10	6	6
<i>memorias</i>	8	5	6
<i>tradición</i>	9	6	6
<i>antes</i>	5	5	5
<i>bueno</i>	5	3	5

Nota: Autoría propia.

Estas repeticiones ayudan a guiar cuales códigos se pueden utilizar en el análisis de este grupo, al iniciar la codificación se utilizaron 17 códigos según la información suministrada por las personas, los códigos utilizados fueron:

- ❖ Feria
- ❖ Ganadería
- ❖ Asistentes
- ❖ Cabalgata
- ❖ Canotaje
- ❖ Concierto
- ❖ Cultura
- ❖ Día del campesino
- ❖ Impacto Negativo
- ❖ Impacto Positivo
- ❖ Incremento Asistentes
- ❖ Objetivo Feria
- ❖ Percepción
- ❖ Reinado
- ❖ Seguridad
- ❖ Tradición
- ❖ Ventas Ganado

Con la creación de estos códigos se realizaron una serie de relaciones creando una red, en esta se tiene toda la información relevante codificada y segmentada de todos los documentos del grupo los cuales fueron tres guiones de entrevista. La siguiente imagen es una ilustración de la red simple de residentes.

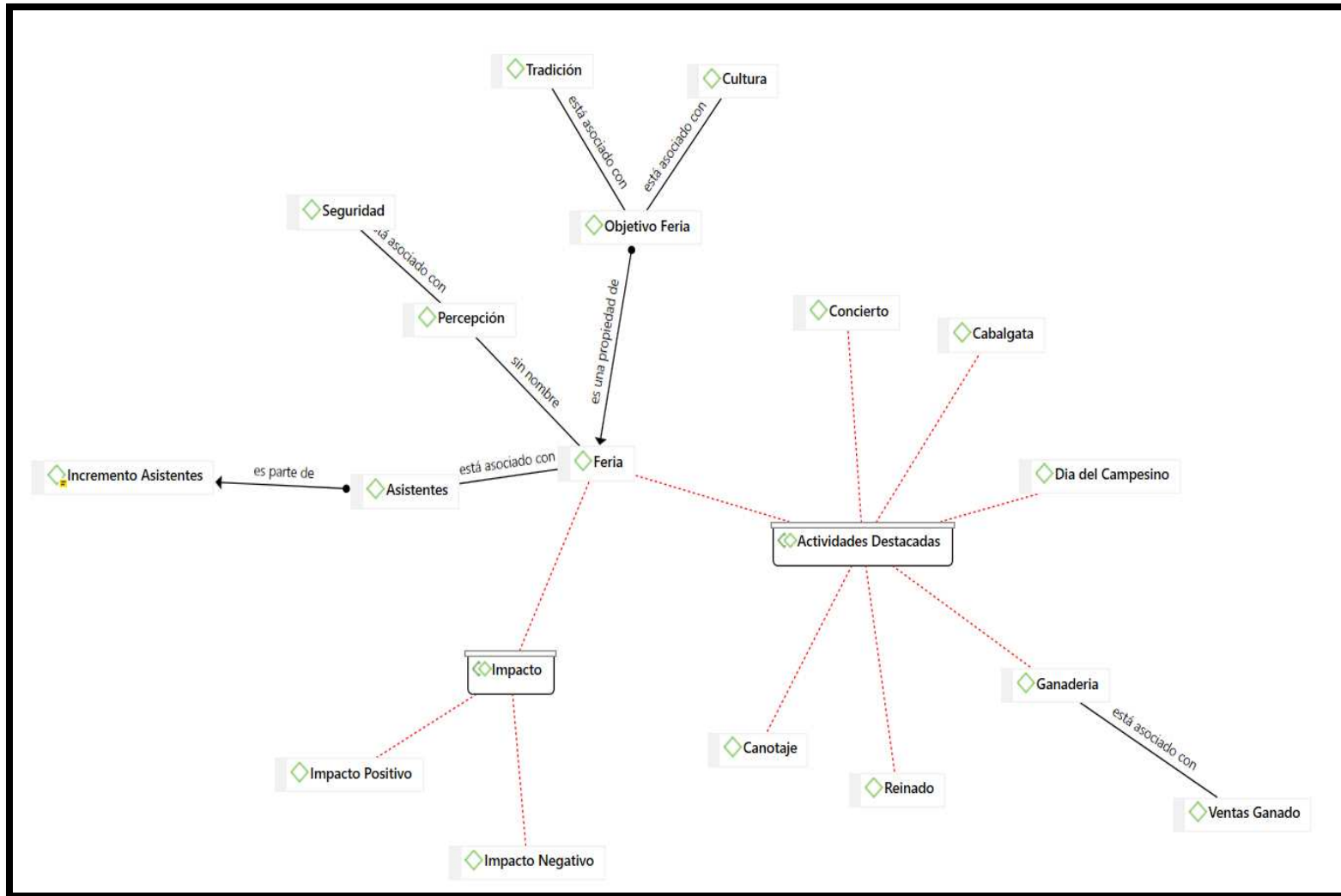


Figura 17 Red de conexiones Residentes

Fuente: Propia - (2018)

7.1.1. Análisis.

El análisis de este grupo se efectuará a través de las redes creadas en Atlas Ti, estas se van a seccionar y explicar de manera específica para obtener un análisis más completo de todas las variables, para los residentes las ferias tenían cinco pilares fundamentales con los cuales se relacionaba directamente y son considerados de vital importancia en la misma, así pues, iniciaremos con:

➤ *Objetivo feria*

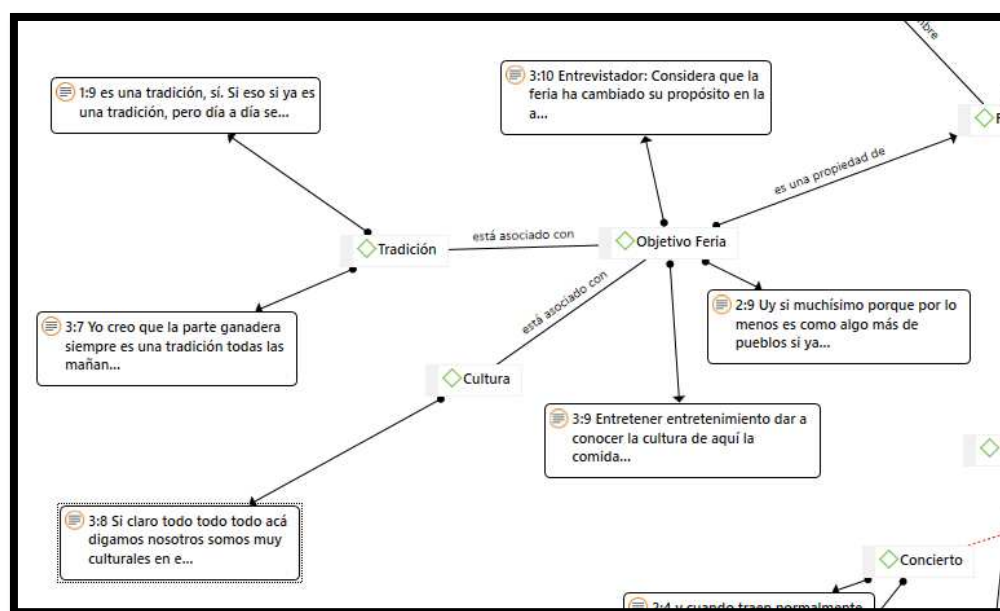


Figura 18 Red Objetivo de la Feria

Fuente: Propia – (2018)

Las personas coincidieron en que el principal objetivo de la feria es entretener a los asistentes a través de la cultura y la comida que se encuentra únicamente en la región, en cuanto a si el objetivo ha cambiado con el tiempo se obtuvo un 50% que decía que las ferias se realizaban de la misma manera y un 50% que comentaba que si ha cambiado debido a que la atracción principal serían los artistas. Dentro de este ítem encontramos dos factores con alta influencia el primero de ellos es la tradición donde todos los entrevistados manifestaron que este pilar se mantenía en la feria y se podía ver reflejado en la cabalgata y la exposición ganadera la cual cada año trae nuevas razas de animales a exposición y mantiene informados a los visitantes sobre las mismas. Y el segundo es la cultura que consideran se evidencia en la cabalgata anual siempre en el mismo día y con nuevos participantes.

➤ *Percepción*

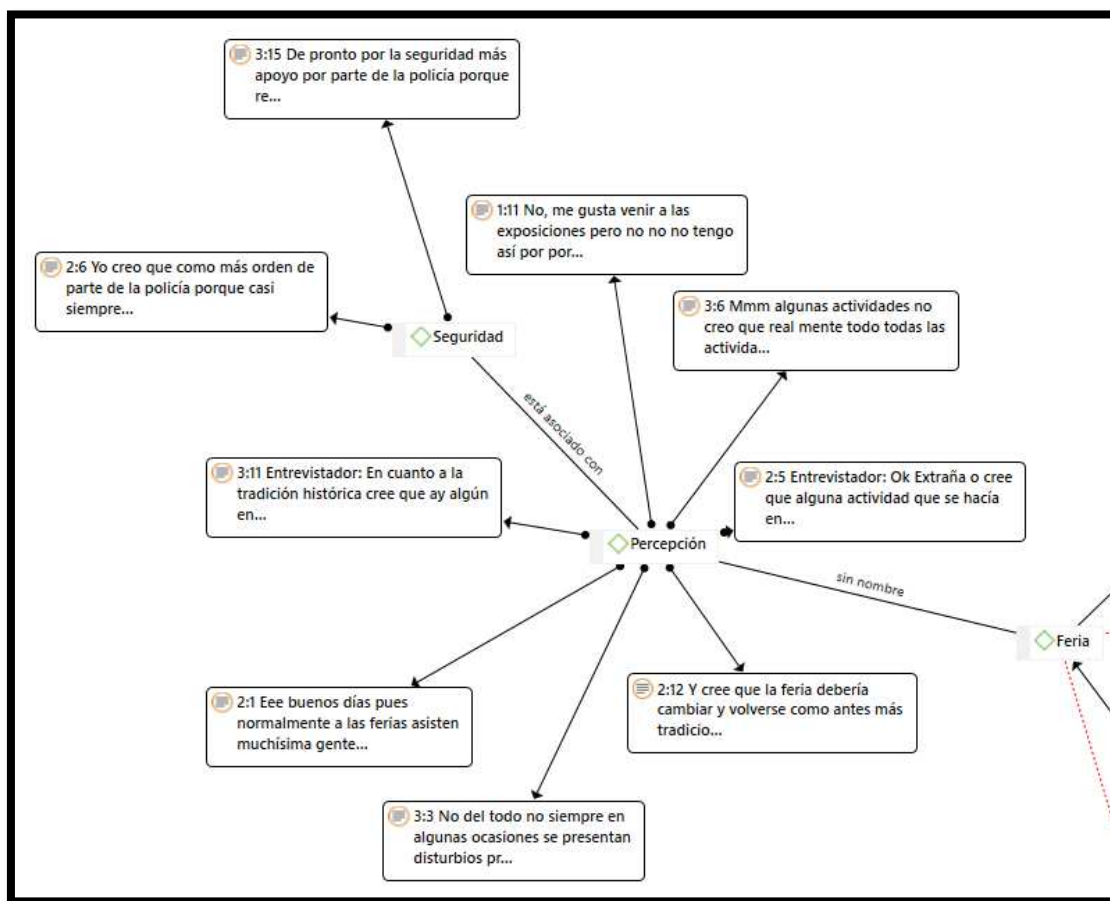


Figura 19 Red Percepción de la Feria

Fuente: Propia – (2018)

Las percepciones de las participantes estuvieron divididas en dos grupos: los primeros (minoría) estaban de acuerdo con cómo se desarrolla la feria ya que en la parte ganadera siempre hay nuevas razas y es bastante comercial y de buena calidad el ganado. El segundo grupo (mayoría) tenía una perspectiva más negativa sobre la feria ya que en ella no había algún factor diferenciador (Siempre lo mismo), se generaba mucho desorden, inseguridad y conflictos debido a la multitud de personas en los diferentes puntos, se generaban inconvenientes con los caballistas debido a maltrato con sus equinos u exceso de trabajo, la feria ya no es tradicional y por tal motivo no asistían a la misma. Por tal motivo uno de los puntos clave era la seguridad, los residentes estaban inconformes debido a la falta de policías en la feria, con el objetivo de evitar agresiones, robos y otros problemas de orden público que generan una percepción negativa sobre la feria y consideran debe mejorarse.

➤ *Asistentes*

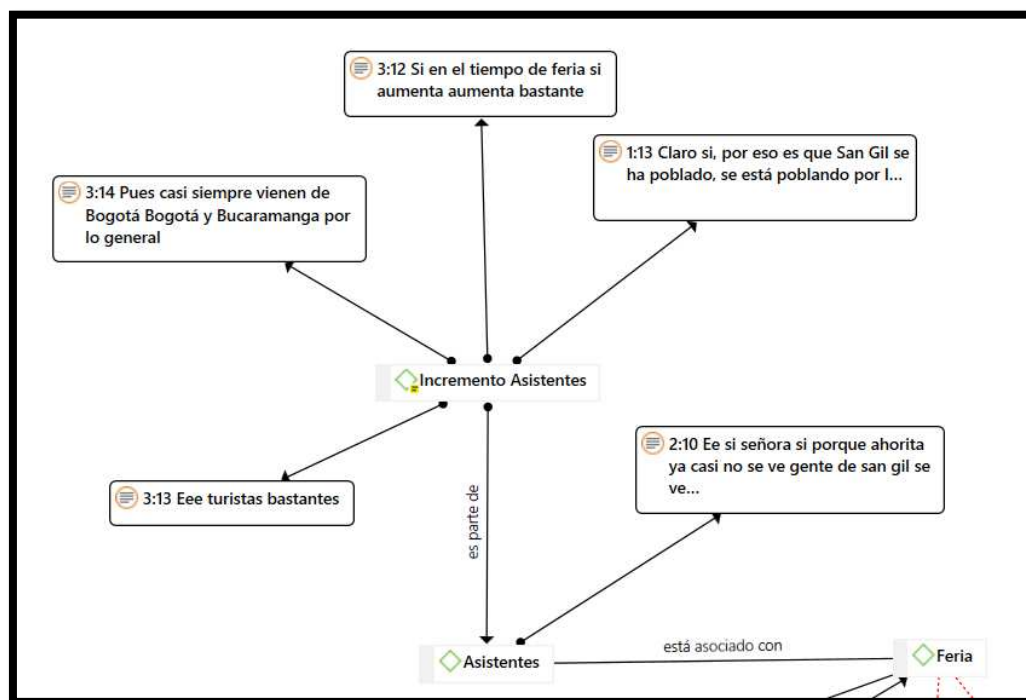


Figura 20 Red Asistentes a la feria

Fuente: Propia – (2018)

Los encuestados concordaron en que, si se ha generado un incremento de turistas en las ferias, los asistentes en su mayoría son turistas, no sangileños. Estos turistas en su mayoría son de Bucaramanga y Bogotá ya que se ven atraídos a las ferias por los artistas con reconocimiento internacional, sin embargo, también encontramos grupos poblacionales de Venezuela a causa de la migración.

➤ *Actividades destacadas*

Las actividades más destacadas según los residentes son seis:

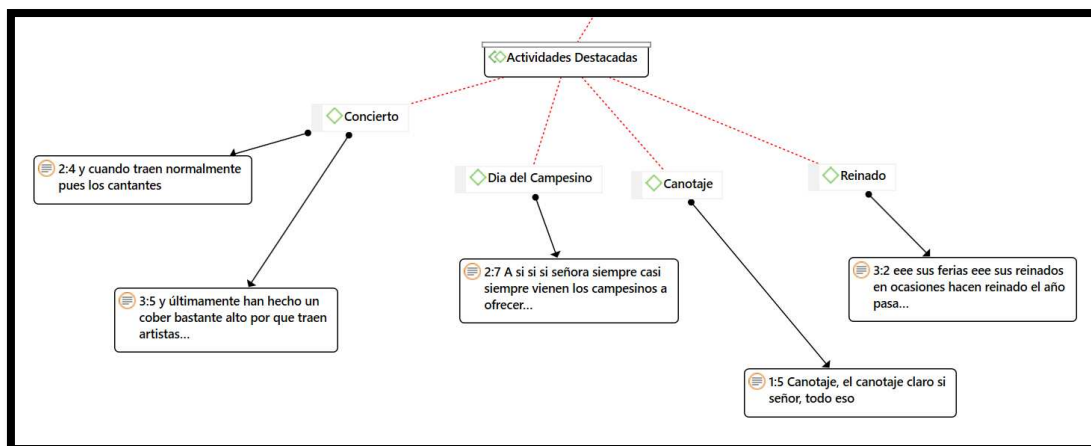


Figura 21 Red Actividades destacadas de la feria

Fuente: Propia – (2018)

1. Reinado: Un entrevistado comentó que ocasionalmente se realizan un reinado en la feria y esta actividad atrae bastante público regional.
2. Canotaje: No es una actividad que se desarrolle en la feria, esta se desarrolla en todo el año, pero a causa de la feria podría incrementar su venta.
3. Día del Campesino: Es una tradición que se ha mantenido y consiste en designar todo un día al campesino, motivo por el cual ellos se desplazan desde las diferentes zonas rurales y venden sus productos en la plaza central de San Gil.
4. Concierto: Al invitar a la feria a cantantes reconocidos se empezó a cobrar una entrada más costosa, motivo por el cual la gente regional podría no asistir ya que antes toda la feria era gratuita y ahora no es tan accesible.

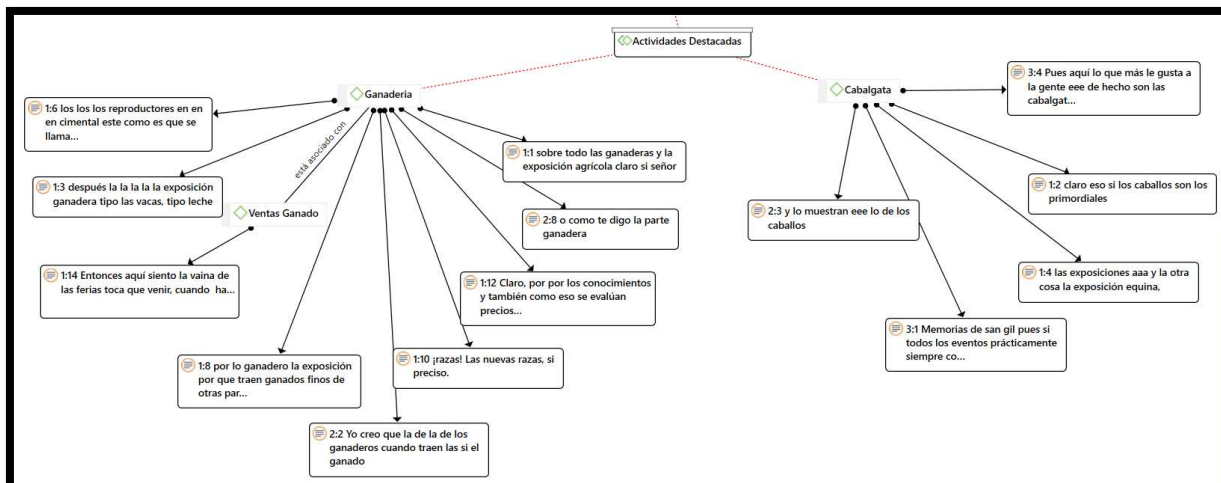


Figura 22 Red Actividades Destacadas

Fuente: Propia – (2018)

5. Cabalgata: Es uno de los principales atractivos de la feria, este lo nombraron todos los participantes al preguntarles sobre eventos tradicionales de la feria.

6. Ganadería: Todos los entrevistados concuerdan en que la exposición ganadera es otra de las actividades tradicionales en la feria, en ella se pueden encontrar especies lecheras de la región, diferentes cernales como el Angus, cebú entre otros. un finquero entrevistado comentaba que el asiste a este evento para mantenerse informado sobre las nuevas razas, precios y elementos de ganadería. Y comenta sobre la comercialización de estos animales con clientes nuevos o potenciales de otras regiones.

➤ *Impacto*

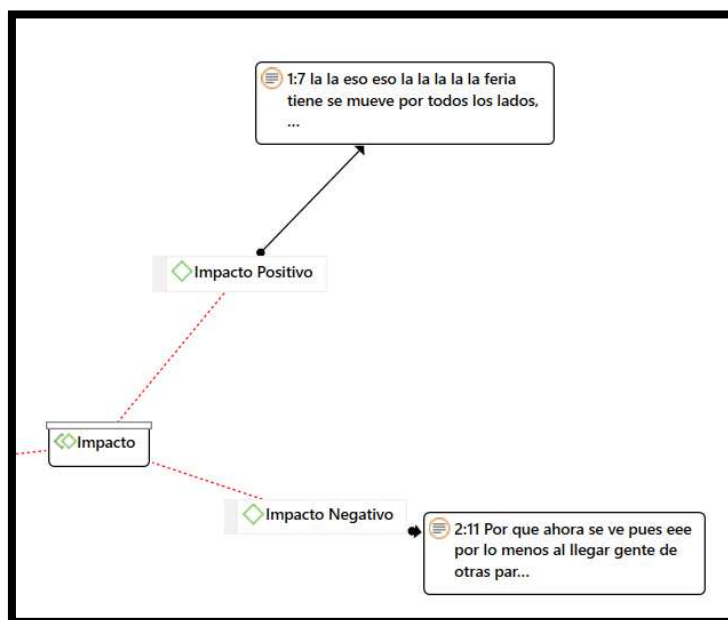


Figura 23 Red Impacto

Fuente: Propia – (2018)

En cuanto a los impactos que genera la feria se dividieron en dos grupos los positivos en los cuales nos habla que la feria permite el movimiento de toda la parte turística, la parte ganadera y la agricultura de la región. Mientras que el segundo grupo discrepo argumentando que a las ferias acuden todo tipo de personas que vienen con intenciones de hurto o expendio de sustancias alucinógenas, motivo por el cual afecta la seguridad de todas las personas no solo asistentes a la feria sino residentes de la zona en la cual se desarrollan estos eventos.

7.2. Grupo comerciantes

Inicialmente se compilo la información de las entrevistas de audios a guiones, los cuales fueron analizados en un programa de investigación cualitativa llamado Atlas Ti. En él se inició con un explorador de co-ocurrencia de palabras el cual su objetivo principal es identificar las palabras más usadas en el texto y la cantidad de veces las cuales fueron utilizadas, para colocarlas de forma gráfica en una nube de palabras.



Figura 24 Nube de Palabras Comerciantes

Fuente: Propia – (2018)

En la nube de palabras se puede observar de manera gráfica que palabras son las más usadas, entre mayor número de repeticiones tenga más grande será la palabra en la nube y estará más en el centro de la nube, mientras que a menores repeticiones estará más alejada y más pequeña. Como primera instancia podemos identificar que la palabra más utilizada fue San Gil el programa dividió el nombre del municipio motivo por el cual san tiene 30 repeticiones y gil tiene 28 repeticiones, seguido de la palabra gente con 23 repeticiones, este grafico nos ayuda a inicialmente observar cuales son los temas más hablados por los entrevistados e identifica cuales podrían ser los códigos utilizados para el análisis de la información de este grupo, a continuación se representa en la tabla 8 las palabras con mayor repetición de este grupo:

Tabla 9. Recurrencia de Palabras Comerciantes

<i>Palabra</i>	<i>Largo</i>	<i>Comerciantes</i>	<i>Total</i>
<i>San</i>	3	2	30
<i>Gil</i>	3	1	28
<i>gente</i>	5	23	23
<i>feria</i>	5	21	21
<i>mucho</i>	5	12	13
<i>cree</i>	4	9	12
<i>ferias</i>	6	11	11
<i>siempre</i>	7	11	11
<i>comercial</i>	9	10	10
<i>usted</i>	5	8	10
<i>bueno</i>	5	4	9
<i>artistas</i>	8	8	8
<i>muchas</i>	6	7	8
<i>cosas</i>	5	7	7
<i>esta</i>	4	7	7
<i>ganadera</i>	8	7	7
<i>mucha</i>	5	7	7
<i>muestra</i>	7	7	7
<i>ósea</i>	4	7	7
<i>silencio</i>	8	7	7

Nota: Autoría propia.

Estas repeticiones ayudan a guiar cuales códigos se pueden utilizar en el análisis de este grupo, al iniciar la codificación se utilizaron 17 códigos según la información suministrada por las personas, los códigos utilizados fueron:

- ❖ Artesanías
- ❖ Cabalgata
- ❖ Comerciantes
- ❖ Concierto
- ❖ Cueva del indio
- ❖ Cultura
- ❖ Decremento Asistentes
- ❖ Día del Campesino

- ❖ Expo. Ganadera
- ❖ Impacto Negativo
- ❖ Impacto Positivo
- ❖ Incremento Comercio
- ❖ Logística del Evento
- ❖ Feria
- ❖ Percepción
- ❖ Tradición
- ❖ Ventas

Con la creación de estos códigos se realizaron una serie de relaciones creando una red, en esta se tiene toda la información relevante codificada y segmentada de todos los documentos de los grupos los cuales fueron tres guiones de entrevista. La siguiente imagen es una ilustración de la red simple de comerciantes:

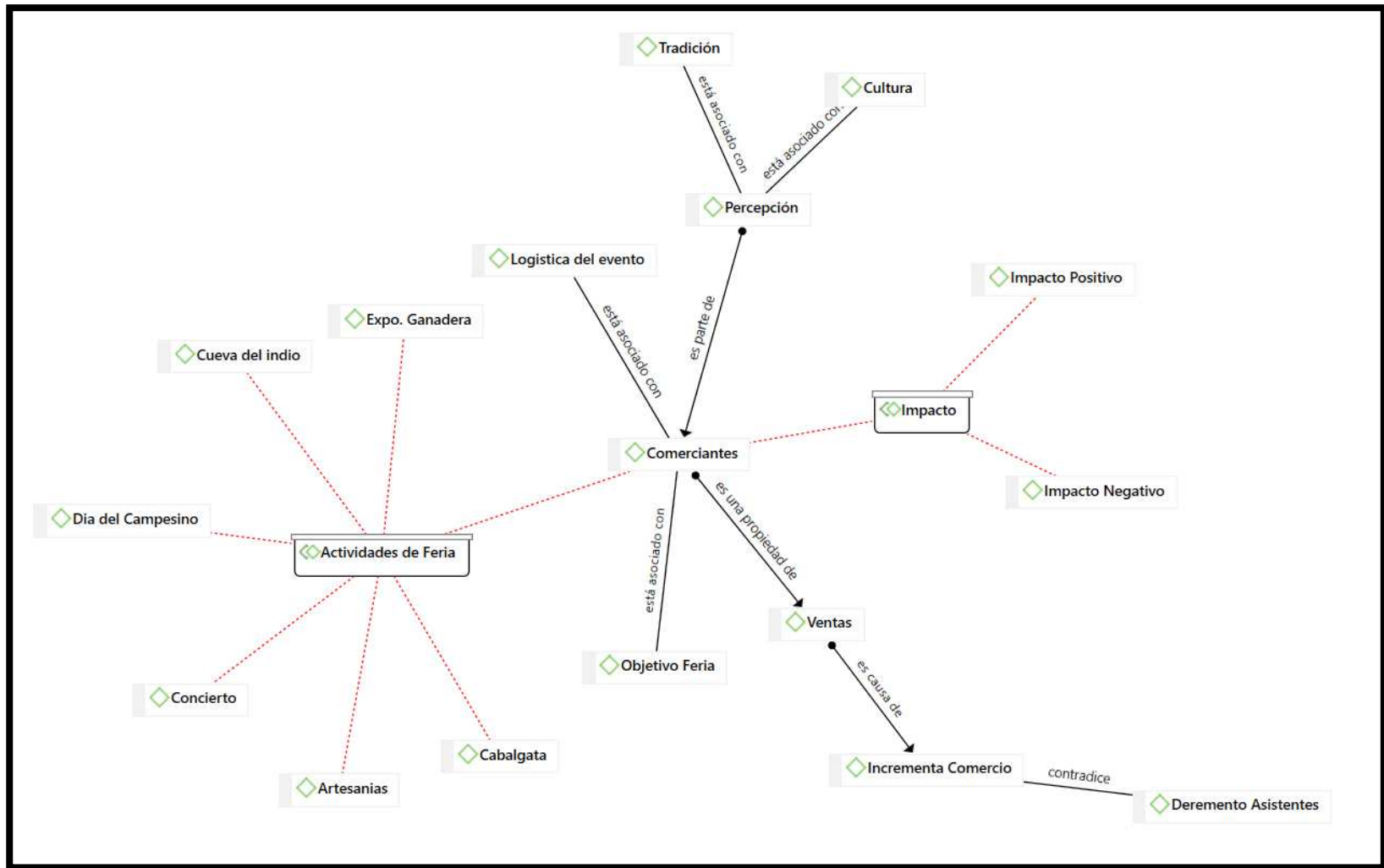


Figura 25 Red Comerciantes

Fuente: Propia – (2018)

7.2.1. Análisis.

El análisis de este grupo se efectuará a través de las redes creadas en Atlas Ti, estas se van a seccionar y explicar de manera específica para obtener un análisis más completo de todas las variables, para los comerciantes existen seis pilares fundamentales con los cuales se relacionaba directamente con la feria, así pues, iniciaremos con:

➤ *Objetivo feria*

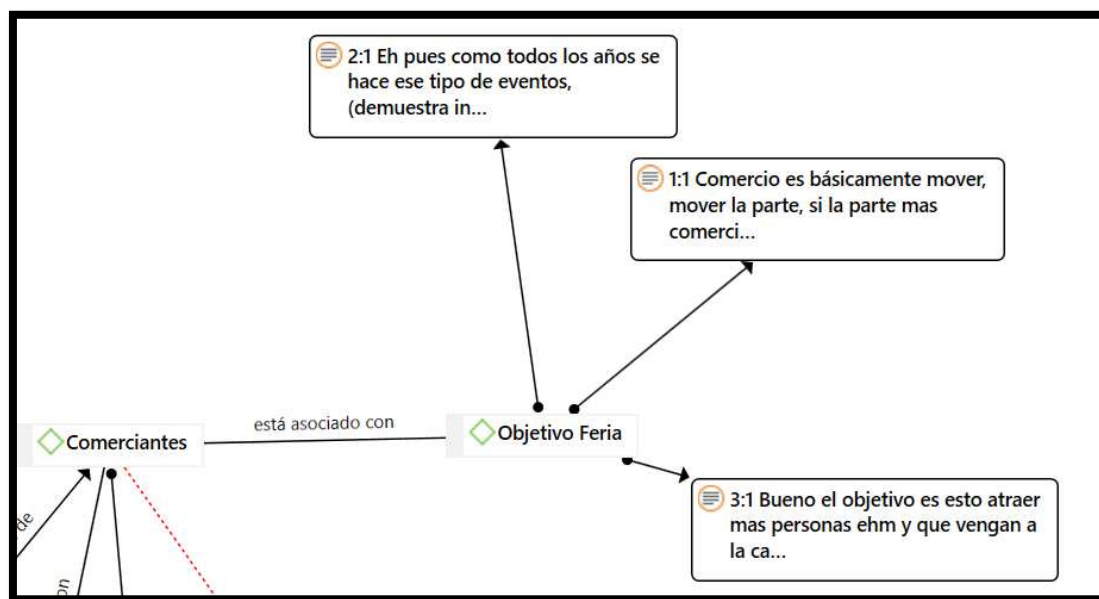


Figura 26 Red Objetivo de la feria Comerciantes

Fuente: Propia – (2018)

Los comerciantes estuvieron de acuerdo en que el objetivo principal de la feria es traer más público a la misma, esto ya que favorecería la economía de la región esto se realiza a través de actividades como el concierto con artistas nuevos, la exposición ganadera con nuevas razas y que las personas disfruten de las actividades ofertadas en la feria en familia.

➤ *Logística del evento*

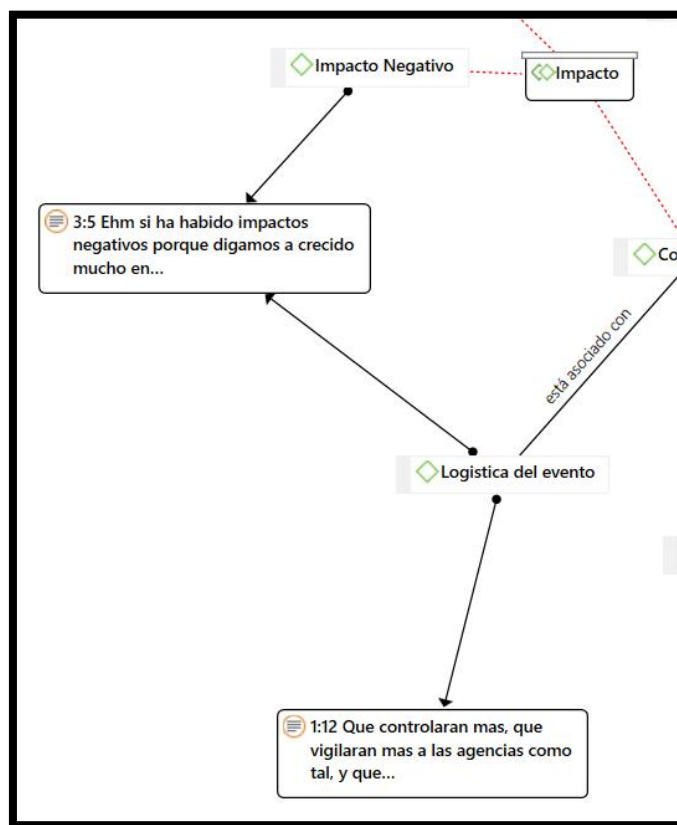


Figura 27 Red Logística del Evento

Fuente: Propia – (2018)

Los comerciantes concuerdan en que no hay un buen manejo de la logística en el evento, por un lado, los ingresos a los diferentes coliseos son imposibles, el exceso de boleterías para vender más y recaudar más dinero hace que se genere una multitud y un ambiente muy pesado sobre todo en los conciertos, la infraestructura en la cual se desarrolla el evento posteriormente queda en condiciones deplorables. Por otra parte, el matadero en la exposición ganadera, no tiene un manejo adecuado, motivo por el cual genera malos olores y afecta a la comunidad en general.

➤ *Impacto*

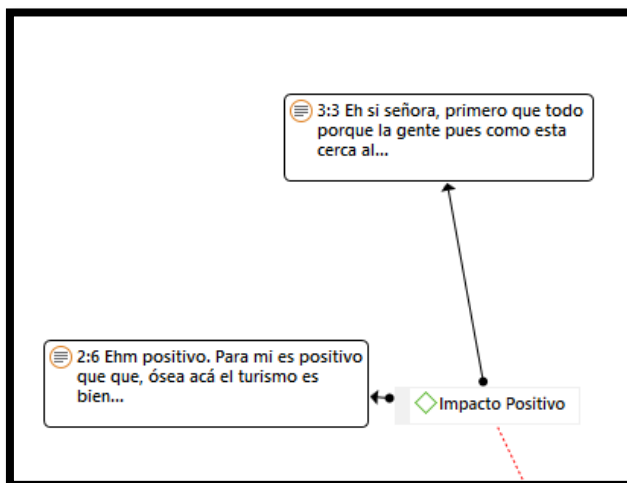


Figura 28 Red Impacto Positivo

Fuente: Propia – (2018)

Los impactos que creen los comerciantes se generan debido a las ferias se dividen en dos: los impactos positivos en los cuales encontramos que los turistas visitan los diferentes centros comerciales e invierten en diferentes servicios o productos lo cual genera un aumento en ventas significativo.

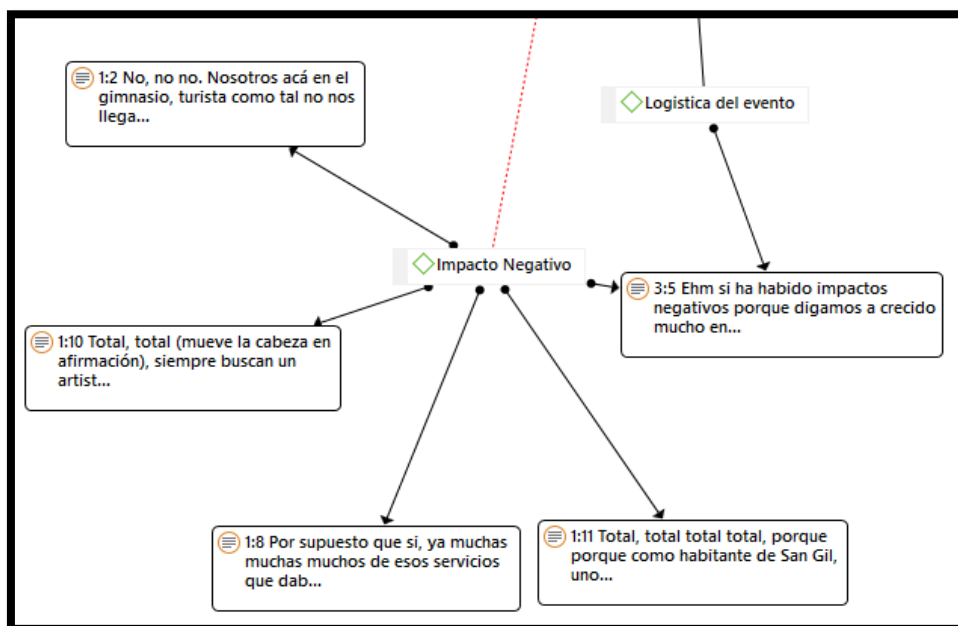


Figura 29 Red Impacto Negativo

Fuente: Propia – (2018)

Los impactos negativos fueron explicados por el 70% de los entrevistados en este segmento identificaban y algunos habían sido testigos de actos de hurto, asalto, expendio de sustancias alucinógenas y alcohol en las ferias, motivo por el cual se generaban riñas y pelean entre los asistentes. Además de que ciertos prestadores turísticos no cuidan los recursos naturales con los cuales están promocionando el municipio motivo por el cual se cierran los atractivos como es el caso de la cueva del indio. Este ítem también se relaciona directamente con la logística del evento ya que los olores del mal manejo del matadero generan problemas sanitarios en la comunidad.

➤ *Percepción*

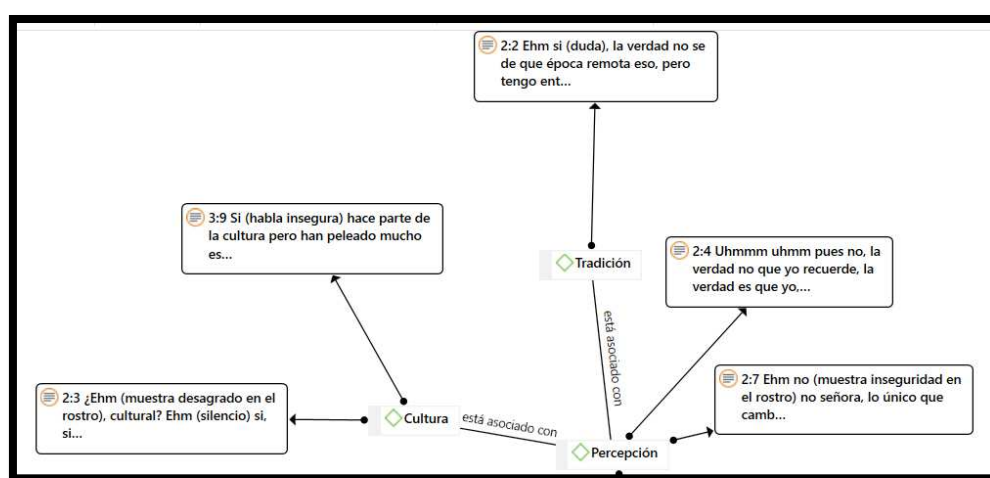


Figura 30 Red Percepción

Fuente: Propia – (2018)

La mayoría de los comerciantes tiene una percepción de la feria negativa, debido a que se encuentran muchas personas con excesos de alcohol y alteran el orden de la feria este es un motivo por el cual no asiste una de las comerciantes entrevistadas. Sin embargo, otro porcentaje nos habla que las ferias son buenas ya que son para la recreación y el disfrute de las personas de la región.

Dentro de este código encontramos la cultura esta se relaciona con la feria directamente y se tiene la percepción de que aún se mantiene, con la realización de actividades como la cabalgata, aunque se resalta que se han tenido varios inconvenientes con los jinetes por motivos de maltrato animal. Mientras que el código de tradición no se identifica el origen de las ferias, pero se reconoce que se debe mantener y que está presente en actividades como la anteriormente descrita.

➤ Ventas

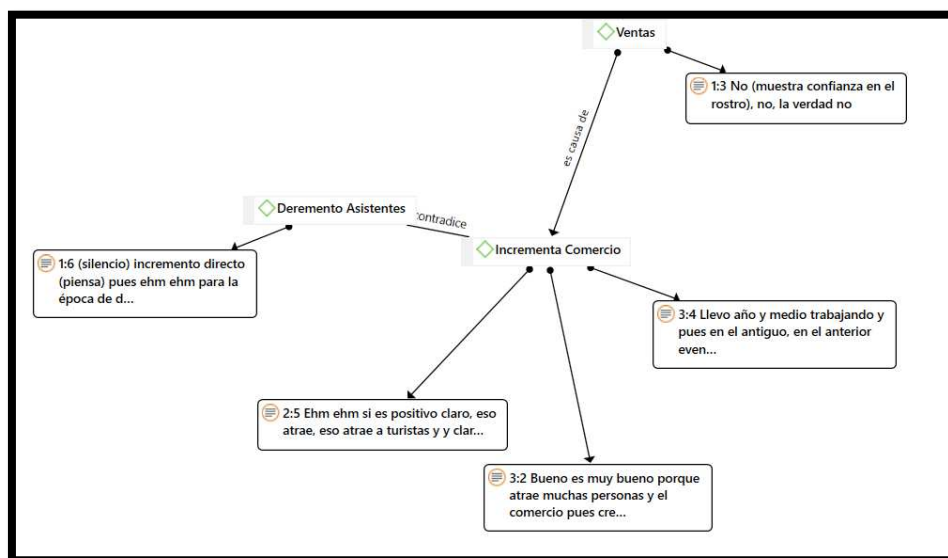


Figura 31 Red Incremento Comercio

Fuente: Propia – (2018)

El 30% de los entrevistados comentó que no notaba un incremento en las ventas, por el contrario, considera que se está generando un decremento de asistentes y servicios turísticos debido a que los atractivos no son cuidados debidamente.

Mientras que el 70% obtuvo un incremento en las ventas ya que atrae muchas personas que compran tanto servicios como productos artesanales en las ferias y ayudan al crecimiento de la economía de los locales. Los centros comerciales son un lugar clave para visitar y en esta época de ferias obtienen buenos resultados.

➤ *Actividades de la feria*

Los comerciantes identificaron seis actividades principales que se desarrollan en las ferias de noviembre las cuales son:

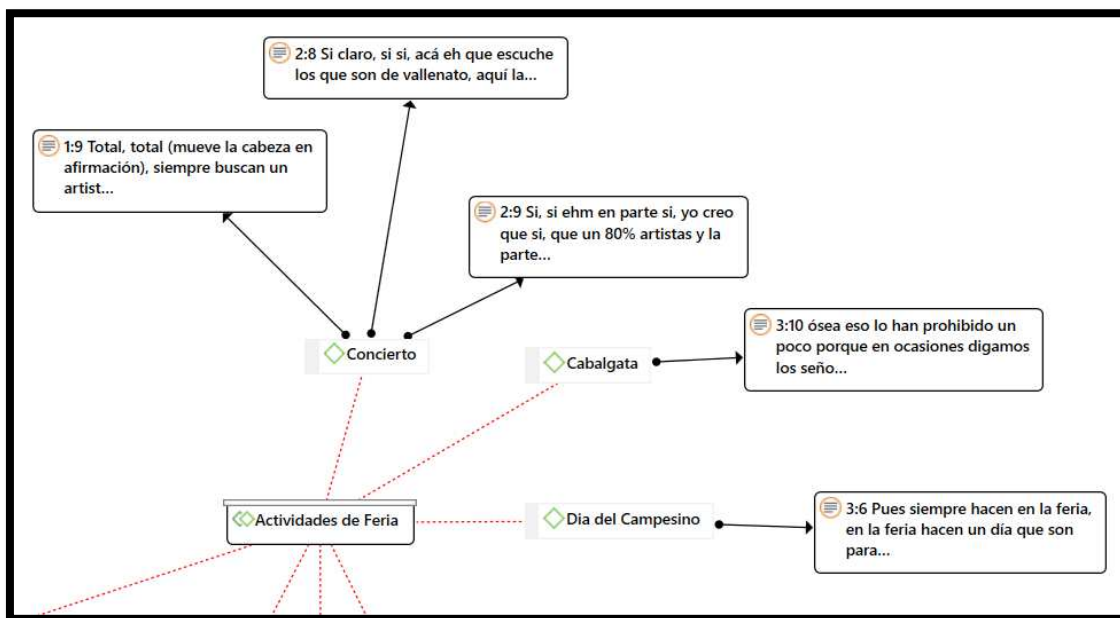


Figura 32 Red Actividades de la Feria 1

Fuente: Propia – (2018)

1. **Concierto:** Los comerciantes concuerdan en que el concierto es la actividad que más trae asistentes y a la cual se le obtiene mucha ganancia por las ventas de la boletería. Uno de los entrevistadores comento que la feria se basa en un 80% artista invitado y 20% la parte ganadera.
2. **Cabalgata:** Las cabalgatas son insignia de la feria, pero un 30% está en desacuerdo con que se hagan de mala forma debido a que sus jinetes estaban ebrios y no tenían control del animal, en las ferias pasadas se encontraron varios accidentes de caballos por alcantarillas destapadas, generando
3. **Día del Campesino:** Esta actividad siempre se realiza el último día de la feria y ayuda a que los campesinos vendan sus productos en las zonas urbanas y se den a conocer con otros campesinos.

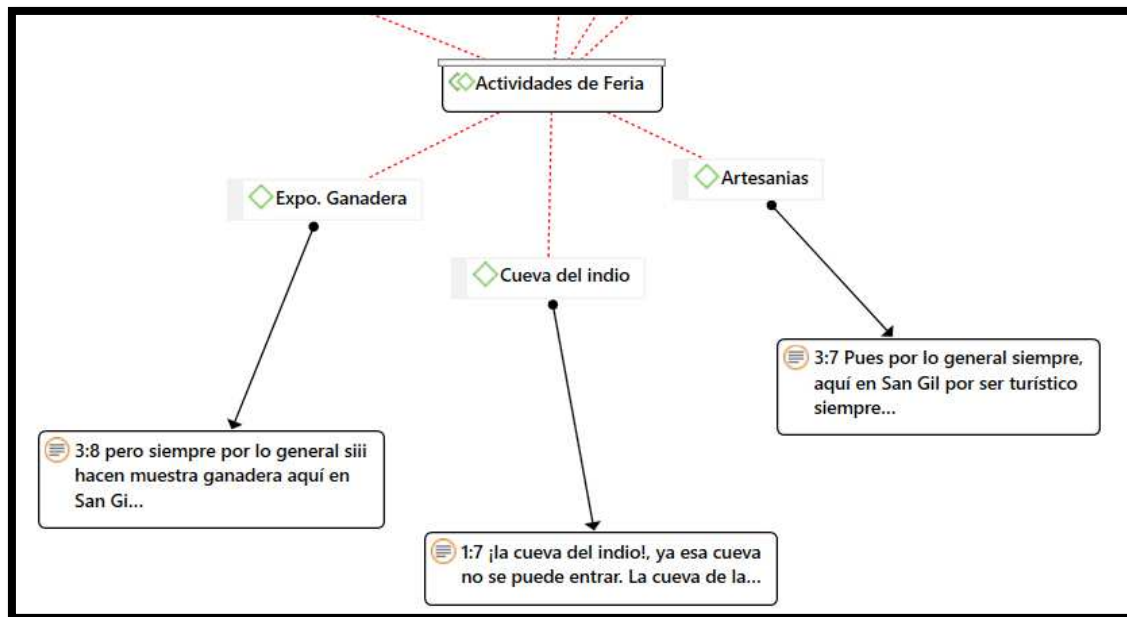


Figura 33 Red Actividades de la Feria 2

Fuente: Propia – (2018)

4. Exposición Ganadera: un 30% de los encuestados reconoce que esta actividad es principal en la feria.
5. Cueva del Indio: un 30% de los comerciantes hablan sobre la mala implementación de servicios turísticos en atractivos naturales, ya que las han reformado y han tenido que cerrarlas varias veces para detener su deterioro.
6. Artesanías: La venta de artesanías como muestra cultural es importante en el desarrollo de la feria por este motivo se habilitan espacios en la casa de la cultura, el parque central y ciertas cabañas para motivar a los visitantes a invertir en la región.

7.3. Grupo Directivos

Inicialmente se compilo la información de las entrevistas de audios a guiones, los cuales fueron analizados en un programa de investigación cualitativa llamado Atlas Ti. En él se inició con un explorador de co-ocurrencia de palabras el cual su objetivo principal es identificar las palabras más usadas en el texto y la cantidad de veces las cuales fueron utilizadas, para colocarlas de forma gráfica en una nube de palabras.



Figura 34 Nube de palabras Directivos

Fuente: Propia – (2018)

En la nube de palabras se puede observar de manera gráfica que palabras son las más usadas, entre mayor número de repeticiones tenga más grande será la palabra en la nube y estará más en el centro de la nube, mientras que a menores repeticiones estará más alejada y más pequeña. Como primera instancia podemos identificar que la palabra más utilizada fue San Gil el programa dividió el nombre del municipio motivo por el cual san tiene 64 repeticiones y gil tiene 58 repeticiones, seguido de la palabra ferias 45 repeticiones, este grafico nos ayuda a inicialmente observar cuales son los temas más hablados por los entrevistados e identifica cuales podrían ser los códigos utilizados para el análisis de la información de este grupo, a continuación se representa en la tabla 9 las palabras con mayor repetición de este grupo:

Tabla 10. Incidencia de Palabras Directivos

<i>Palabra</i>	<i>Largo</i>	<i>Total</i>
<i>san</i>	3	64
<i>gil</i>	3	58
<i>ferias</i>	6	45
<i>feria</i>	5	40
<i>municipio</i>	9	31
<i>gente</i>	5	30
<i>bueno</i>	5	27
<i>evento</i>	6	26
<i>año</i>	3	23
<i>cultural</i>	8	23
<i>personas</i>	8	19
<i>diferentes</i>	10	18
<i>cambios</i>	7	17
<i>actividades</i>	11	15
<i>años</i>	4	15
<i>grupo</i>	5	14
<i>sector</i>	6	13
<i>Turismo</i>	7	13
<i>Desarrollo</i>	10	12

Nota: Autoría propia.

Estas repeticiones ayudan a guiar cuales códigos se pueden utilizar en el análisis de este grupo, al iniciar la codificación se utilizaron 34 códigos según la información suministrada por las personas, los códigos utilizados fueron:

- ❖ Cambios Culturales
- ❖ Cambios Turísticos
- ❖ Campañas de Prevención
- ❖ Cifras de turistas
- ❖ Concierto
- ❖ Corporación de Ferias
- ❖ Cultura
- ❖ Día del Campesino

- ❖ Entes Difusión Cultural
- ❖ Evolución Perfil
- ❖ Festival Música Colombiana
- ❖ Gastronomía
- ❖ Grupo de Teatro
- ❖ Identidad Cultural
- ❖ Incremento Comercio
- ❖ Incremento Turistas
- ❖ Marca Región
- ❖ Movilidad
- ❖ Municipios Aledaños
- ❖ Normas Técnicas
- ❖ Objetivo Feria
- ❖ Verbenas
- ❖ Extranjeros
- ❖ Feria
- ❖ Oportunidad de Desarrollo
- ❖ Participación Comerciantes
- ❖ Percepción
- ❖ Perfil Asistente Ferias
- ❖ Pintores
- ❖ Planeación Feria
- ❖ Sector Hotelero
- ❖ Seguridad
- ❖ Tradición Sangileña
- ❖ Ventas

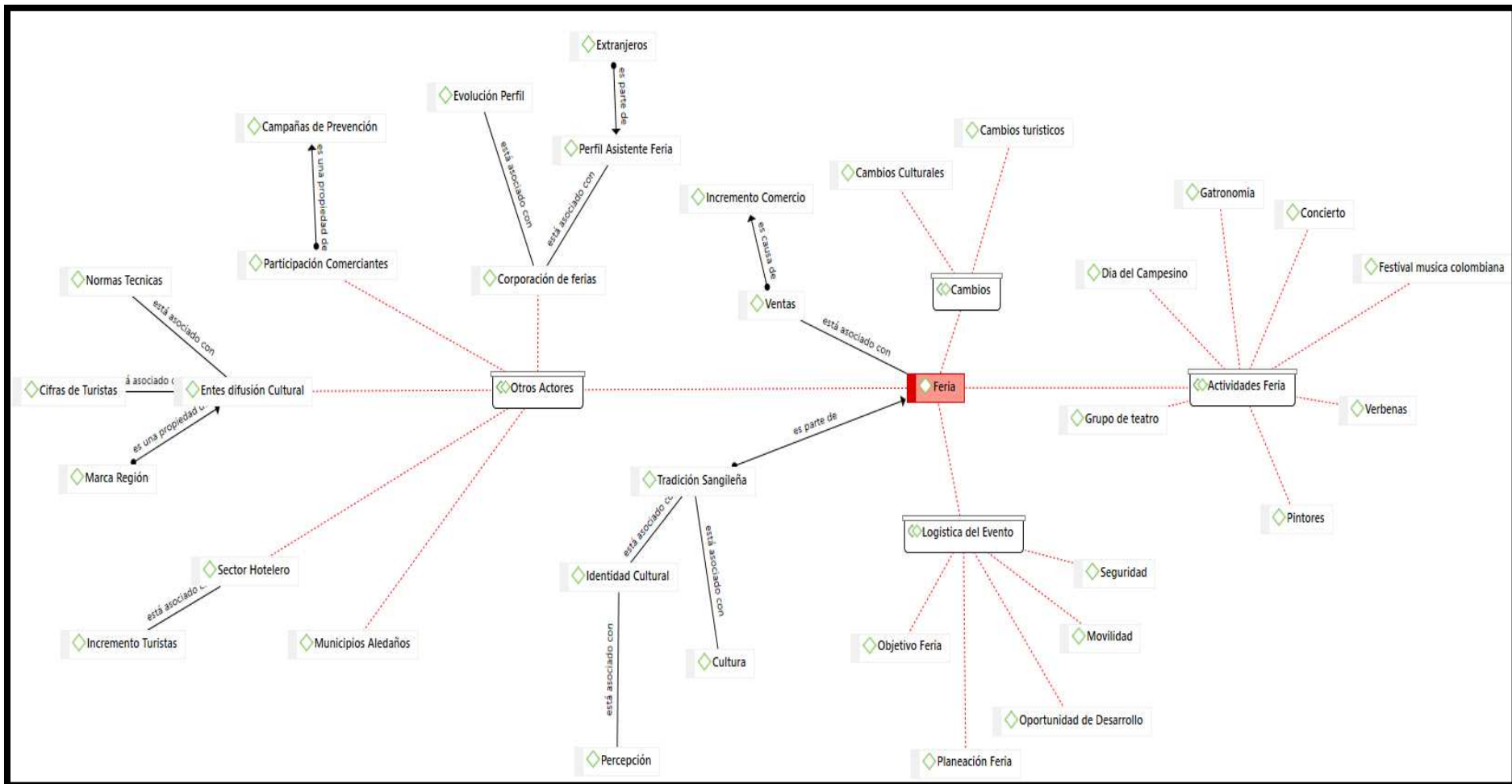


Figura 35 Red Directivos

Fuente: Propia – (2018)

7.3.1. Analisis.

Al realizar las entrevistas con los directivos de diferentes sectores, la información que se obtuvo fue bastante, este es uno de los principales motivos por el cual tienen tantos códigos y la red es tan amplia, es importante destacar que existen más conexiones entre códigos de las que se presentan en la siguiente ilustración, pero por motivos de claridad, estas conexiones se tendrán en cuenta al realizar el análisis detallado. El valor central de la red es la palabra Feria de esta se desprenden seis ramas principales las cuales son:

➤ *Tradición sangileña*

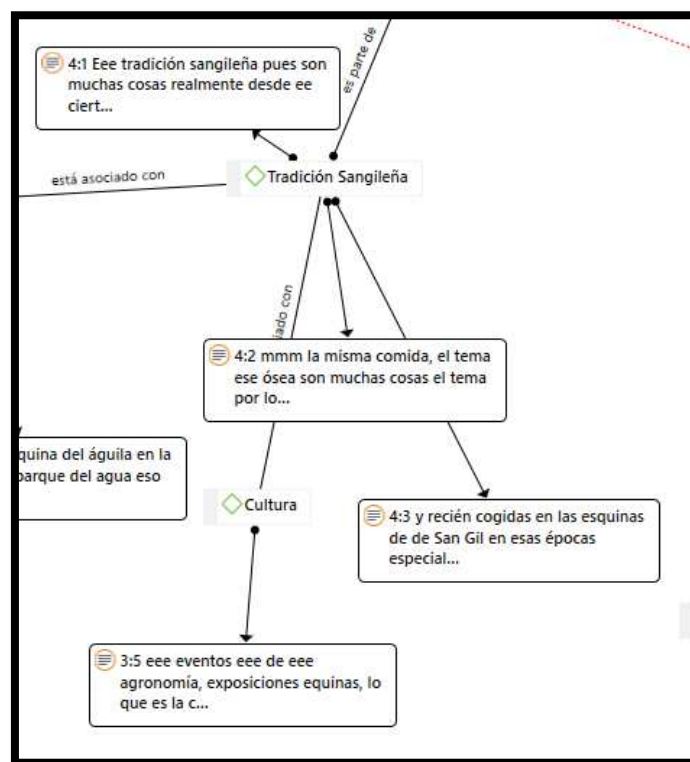


Figura 36 Red Tradición Sangileña

Fuente: Propia – (2018)

Un 70% de los entrevistados entiende por tradición Sangileña lugares turísticos que tiene San Gil como el parque Gallineral, pozo azul, los centros comerciales, la cueva del indio, las iglesias. La parte gastronómica hace parte con las hormigas culones, el coger café en las fincas. Y ciertos eventos que se realizan como el día de las cometas en agosto, la cabalgata, el día del campesino, la exposición ganadera, las muestras de teatro, exposiciones de pintura, banda sinfónica que no solo hacen parte de la tradición, sino que mantienen la cultura y la promueven.

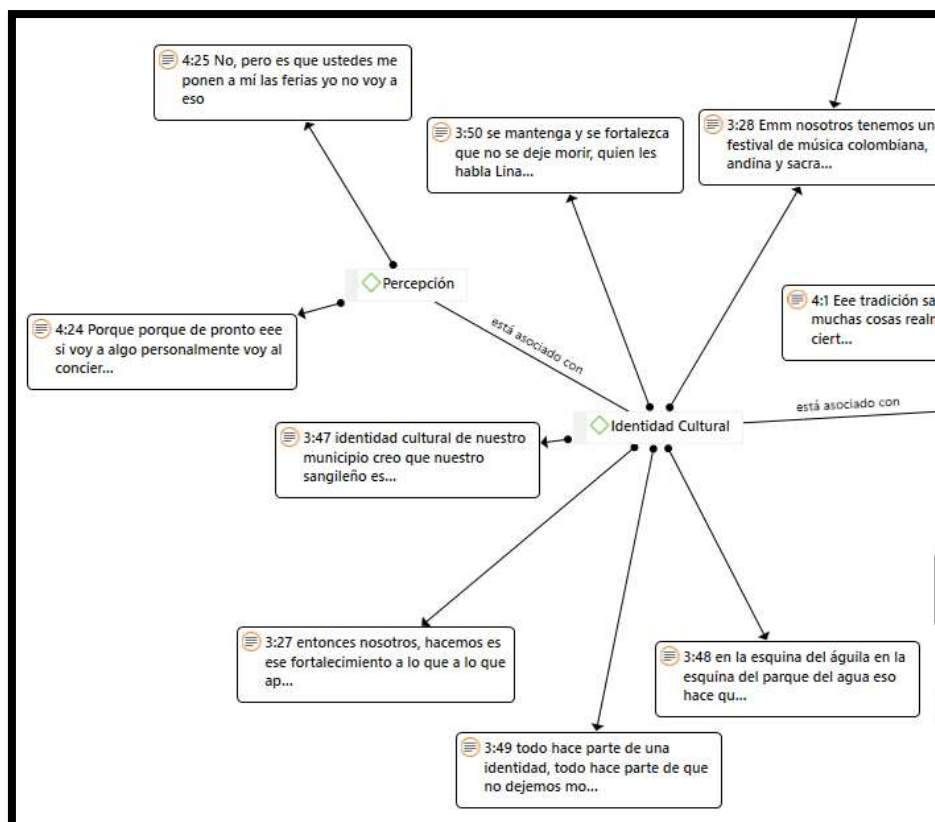


Figura 37 Red Identidad Cultural

Fuente: Propia – (2018)

Relacionado con la tradición Sangileña está la identidad cultural en ella los directivos concuerdan en que el sangileño es muy enamorado de su territorio y de lo que su municipio puede ofrecer, se fortalece con ayuda de entes educativos que promueven el sentido de pertenencia y la historia de san gil, se han asistido a eventos como el festival mono Núñez en categoría de cuerdas y voces. Se honra a personas que aportaron al municipio como en la casa de la cultura llamada Luis Roncancio – pintor de primitivismo originario de la región, recordado por iniciar la primera escuela de pintores. Uno de los entrevistados realizó una comparación con un municipio aledaño llamado Barichara allí se tiene un desarraigo bastante alto a causa de la salida de los mismos residentes y que ahora está habitado en su mayoría por personas de otros lugares con alto poder adquisitivo que no saben cuál es la identidad cultural del territorio, esto se relaciona de manera directa con la percepción de si este pilar se mantiene en la feria, un 30% de los entrevistados dijo que si se relacionaba debido a la variedad de actividades que se ofertaban en la misma, y que se podría asistir

solamente a las actividades de interés y a las demás no, según el gusto de cada persona, pero que al tener una feria para toda la familia se estaba abarcando un segmento de mercado bastante amplio.

➤ *Cambios*

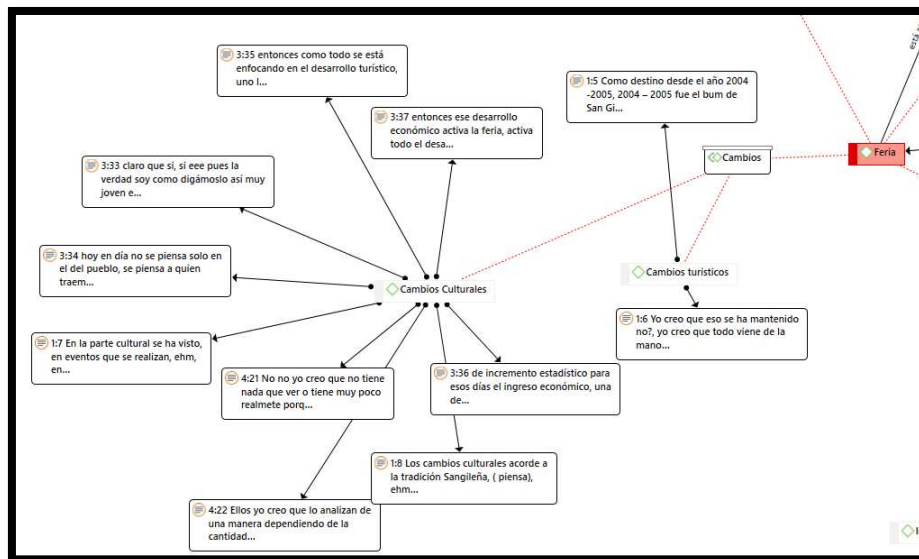


Figura 38. Red Cambios Culturales. Autoría propia.

Los cambios turísticos iniciales fueron en los años 2004-2005 en toda la región guanentina, debido a la incursión de prestadores de servicio turístico (inicialmente se centraban en los deportes de aventura). Y posteriormente a estas fechas se ha incrementado el turismo en la región contantemente y ha atraído a más turistas a las ferias.

Los Cambios culturales en la feria han generado un debate entre los puntos de vista de los entrevistados, motivo por el cual las principales ideas son los siguientes:

- ❖ En un principio el evento era para el pueblo, ya no solo se piensa en el regional sino en atraer al turista para desarrollar actividades enfocadas a su perfil con el objetivo de que invierta en las ferias
- ❖ Se piensa en que artista traer para que disfrute con la familia, ya no se ve tanto como evento para la ciudadanía sino como atractivo para los turistas.
- ❖ Existen Grupos folclóricos de la región y de música que ayudan a que la cultura no se pierda, más sin embargo si se dejan de realizar cierto tipo de actividades las personas se muestran inconformes y ahí si empiezan a indignarse porque ya no se invierte en las ferias que es tradición Sangileña.

- ❖ No tiene nada que ver la feria se sigue realizando para los regionales, lo único es que en la actualidad hay más personas interesadas en asistir a la feria
- ❖ Incremento estadístico, las ferias ayudan a incrementar las ventas de prestadores de servicios, tiendas de barrio, artesanías entre otros lo que genera una liquidez en el municipio.

➤ Ventas

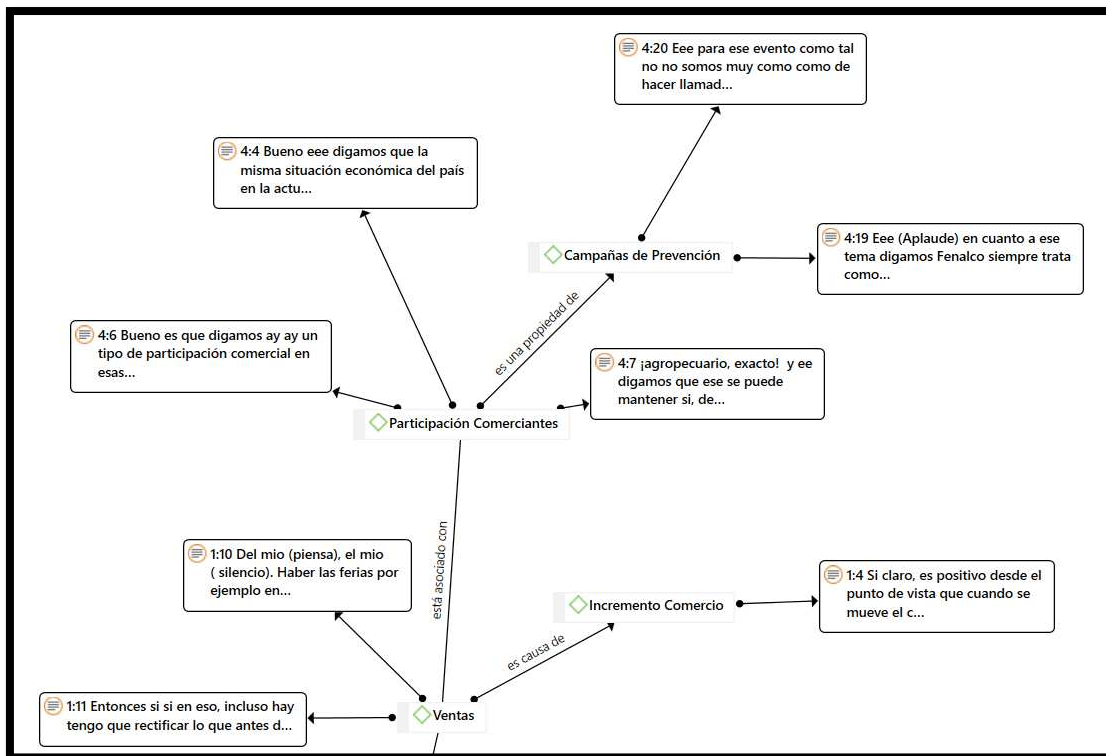


Figura 39 Red Ventas

Fuente: Propia – (2018)

Las ventas para el sector hotelero en ese puente son muy bajas a nivel nacional y en la feria no es la excepción, debido a que ese puente es el primero de noviembre y la mayoría de personas están trabajando, los universitarios en parciales, motivo por el cual en ese puente se hace la feria para traer gente, en cuanto al sector hotelero la mayoría de personas que asiste a las ferias no necesita de alojamiento, sino solo va a la actividad y se regresa. Sin embargo, se trata de incentivar la feria en Bucaramanga de forma que las personas que quieran asistir deban utilizar un alojamiento y se active la economía de nuevo.

El incremento de comercio no solo se da en la parte de alojamiento, también se vende la gastronomía, los vendedores de ponchos, artesanías, sombreros, los eventos (concierto) es dinero que le entra al municipio y que lo favorece.

En cuanto a la participación de comerciantes el presupuesto con el cual se realiza la feria está dado por diferentes sectores como lo es el comité de ferias, comerciantes asociados a Fenalco y la alcaldía, pero a través del tiempo ciertos comerciantes ya no quieren formar parte de las agremiaciones debido a que casi el presupuesto es muy reducido, obviamente la participación de los comerciantes no es la misma que hace 20 años eso ha cambiado. Actualmente se está incentivando esta participación con ciertas marcas que han ingresado a san gil y aunque hacen un aporte pequeño, apoyan el sector.

Las campañas de prevención son realizadas por la alcaldía y tienen colaboración de Fenalco con los comerciantes en las temporadas de semana santa, mitad de año y época decembrina. El objetivo de estas es generar una buena imagen como destino para que turista quiera quedarse.

➤ *Otros actores*

En esta categoría encontramos cuatro actores que son fundamentales en el desarrollo de la fiesta y que de una u otra forma intervienen en ella los cuales son:

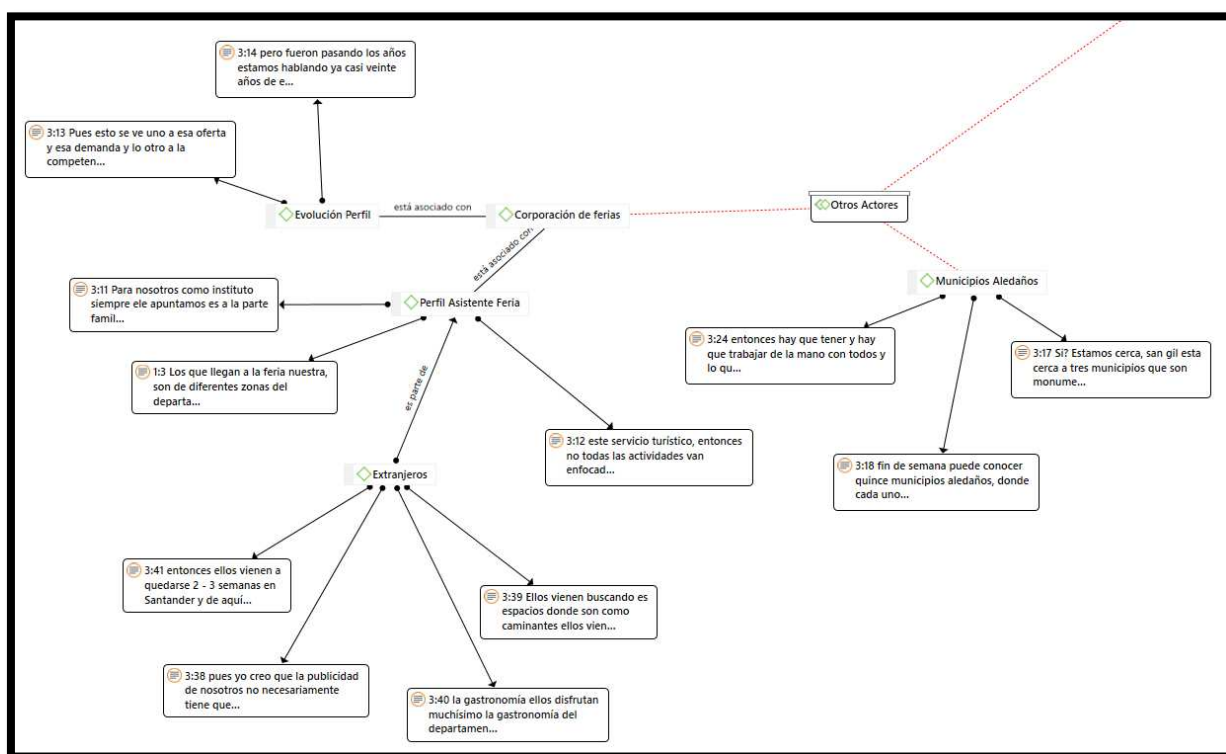


Figura 40 Red Otros Actores I

Fuente: Propia – (2018)

❖ **Municipios Aledaños:** San Gil se encuentra ubicado muy cerca de 3 municipios nombrados patrimonio cultura (Socorro, Barichara, Jirón), además de estar rodeado de más de 15 municipios con ofertas turísticas diferentes, motivo por el cual la unión de toda esta región genera una diversificación de servicios y productos muy amplia para el turista, la mayoría de personas escogen a San Gil por ser un punto central con muy buena accesibilidad e infraestructura, para el fin de semana salir y conocer los municipios aledaños.

❖ **Corporación de Ferias:** Este actor colabora económica y administrativamente al desarrollo de las ferias del municipio, encargándose de integrar a los sangileños, las instalaciones y los predios en los que se realizan las actividades pertenecen a este ente.

El perfil que se maneja concordó con el 100% de los entrevistados al ser un perfil para personas de la región, el Instituto de Turismo informo que el perfil es familiar, ya que se realizan actividades para todas las personas, gustos y edades buscando una integración en un evento cultural regional. Aunque asistan extranjeros a las ferias estos no están dentro del perfil ya que para ellos están otro tipo de actividades que se realizan durante todo el año.

La evolución del perfil de turista se cambió a partir de la oferta y la demanda, este cambio se inició hace unos 20 años aproximadamente con lo cual otros municipios aledaños iniciaron también un proceso de desarrollo turístico; esto llevo a que San Gil a pesar de ser reconocido por el deporte de aventura, expandiera los servicios que ofertaba y cambiara de perfil universitarios que quieren sentir adrenalina en los diferentes deportes a un enfoque más familiar.

❖ **Sector Hotelero:** Uno de los entrevistados es dueño de varios hoteles tanto en la zona rural como urbana en San Gil, motivo por el cual asegura que ese fin de semana es muy flojo, debido a que la mayoría de los asistentes a la feria solo vienen al concierto y se van, no pernoctan en el municipio.

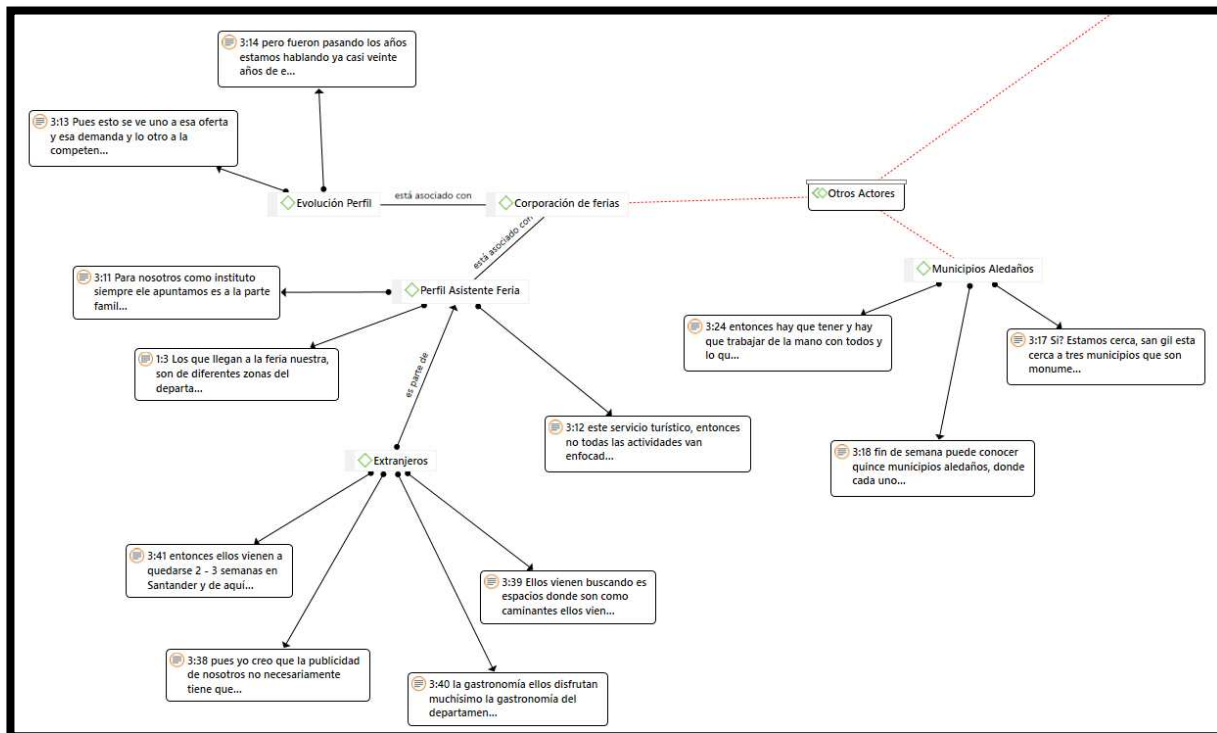


Figura 41 Red Otros Actores 2

Fuente: Propia – (2018)

❖ **Entes de difusión cultural:** Personas que por su amor al arte desarrollan actividades culturales en sus tiempos de ocio como pintura, tocar algún instrumento, canto entre otros. Este tipo de actividades empírica fortalece las tradiciones y tiene que ver con el desarrollo de una marca región en San Gil, este es abanderado y reconocido por el turismo de aventura, sin embargo, se pretende vender justamente ese tipo de tradiciones a las personas que no tienen conocimientos sobre ellas y que viajan hasta esos territorios para prender sobre cultura.

Para poder desarrollar turismo San Gil inicio un proceso de certificación con la norma técnica con los prestadores de servicio turístico, esto genera mayor confianza para los turistas en el destino, genera una buena imagen y un desarrollo. Este tipo de desarrollo se complementa con las cifras de turistas que llegan a San Gil, uno de los puntos de referencia es el parque Gallineral con el cual se miden la cantidad de personas que ingresan a este atractivo, evidenciando un incremento positivo, sin embargo según la directora del instituto de cultura: se ha hablado con aeropuerto las cifras siempre crecen y son positivas durante el año pero los turistas no se saben a dónde van, porque no se ve ese impacto en el municipio en el sector hotelero.

➤ Logística del evento

En este segmento los entrevistados tuvieron bastantes aportes, estos se dividieron en cinco:

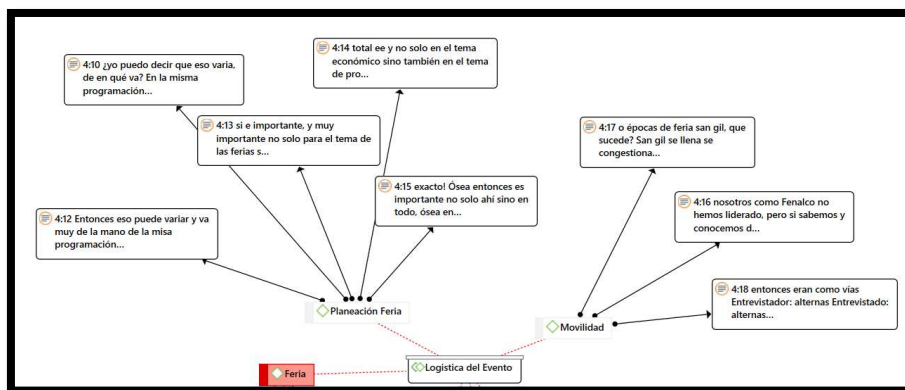


Figura 42 Red Logística del Evento 1

Fuente: Propia – (2018)

❖ **Planeación Feria:** Que la feria se desarrolle de una forma ordenada varía según la planeación y organización, si logran crear actividades interesantes y que llamen bastante público pues puede que funcione, pero si por el contrario no, traerá pérdidas al municipio motivo por el cual es importante se realice esta planeación y que todos los realizadores y colaboradores tengan conocimiento de ello ya que en alguna contingencia ellos deben estar preparados.

❖ **Movilidad:** Este punto es uno de los más afectados al realizar las ferias según los entrevistados, debido a la congestión que se genera en el centro de San Gil (que son únicamente cuatro cuadras) pueden durar hasta una hora en ese paso, motivo por el cual ciertos comerciantes desarrollaron una serie de vías alternas en las ferias pasadas que dependiendo del destino seguían una ruta demarcada por cierto color para que no se generaran tantos problemas vehiculares.

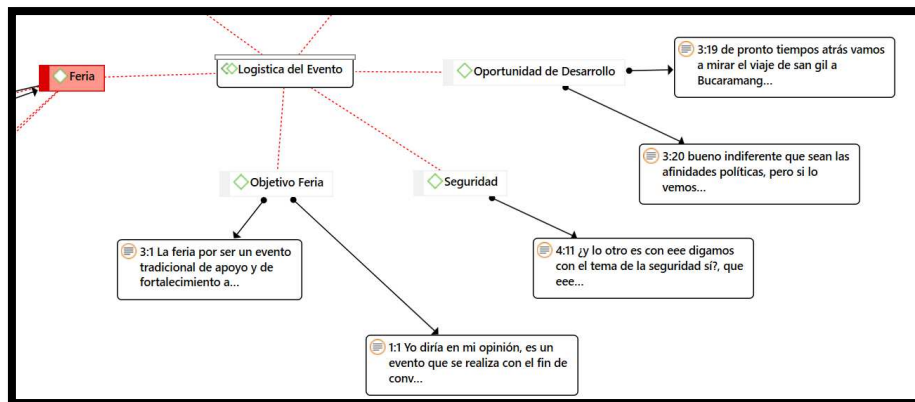


Figura 43 Red Logística del Evento 2

Fuente: Propia - (2018)

❖ **Objetivo Feria:** El 70% de los entrevistados concluyó que las ferias tienen como objetivo convocar a una población y a sus áreas vecina son un evento tradicional de San Gil, donde su pueden encontrar diferentes actividades gastronómicas, culturales y agrícolas. Estos espacios ayudan al fortalecimiento de la cultura Sangileña y puede ser demostrada a otras culturas.

❖ **Oportunidad de Desarrollo:** En cuanto al desarrollo turístico el Cañón del Chicamocha fue uno de los principales elementos que se vendían, pero para llegar a este lugar las carreteras estaban en unas condiciones terrible y alrededor de este atractivo había mucha pobreza. Es allí donde una gobernación vio potencial y empezó a invertir fondos en acueductos, servicios públicos, capacitación de locales entre otros. así los turistas ya no se centran en la pobreza del sector sino disfrutan del parapente, el teleférico y otros servicios prestados en el atractivo.

❖ **Seguridad:** Los entrevistados hablan sobre la falta de seguridad en el desarrollo de las fiestas, se necesita más policía que este vigilando y apoyando las diferentes actividades, copara evitar hurtos, expendido de sustancias alucinógenas entre otros.

➤ Actividades feria

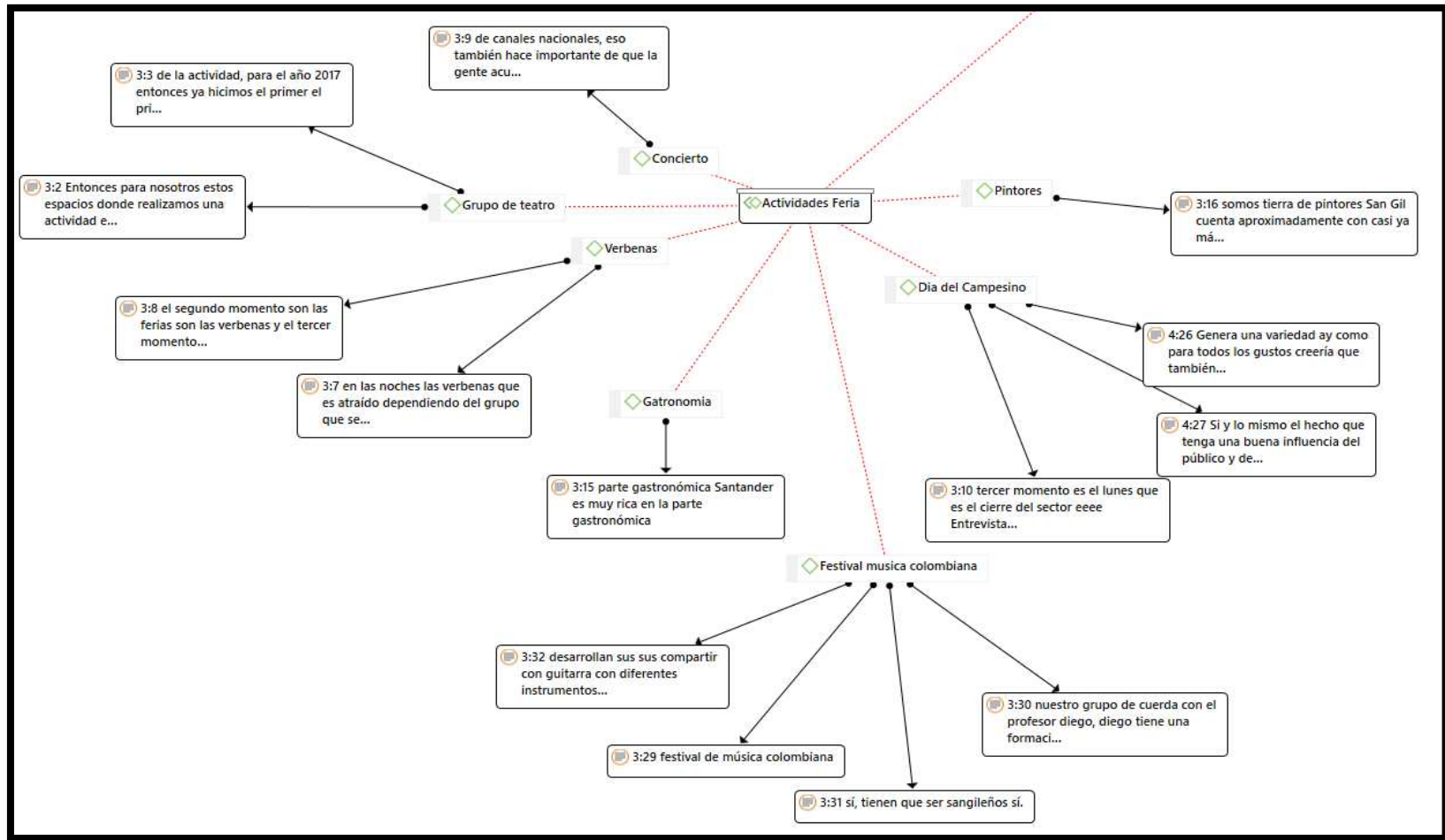


Figura 44 Red Actividades de la Feria

Fuente: Propia - (2018)

Los directivos resaltaron siete actividades en las cuales se representa la esencia de la feria de San Gil, estas actividades son:

➤ Grupo de Teatro: En el 2017 se realizó una prueba piloto con el festival de teatro con la colaboración de un grupo de teatro llamado monte brujas estos jóvenes desarrollan teatro cirquero y con ayuda de la alcaldía se realizaron diferentes presentaciones para el disfrute de toda la familia, en el 2018 se pretende realizar una segunda versión del festival de teatro y de banda sinfónica.

➤ Verbenas: Este tipo de encuentros se hacen en la noche en la plaza central de San Gil y se traen cuenteros o se realizan presentaciones de teatro o danza con el objetivo de entretener.

➤ Gastronomía: Durante todo el desarrollo de la feria se tienen casetas con vendedores de postres y dulces tradicionales, además de los comerciantes de carne oreada y otros platos típicos de la región.

➤ Festival de Música Colombiana: Este festival consideran es tradicional y se ha mantenido debido a las escuelas y los profesores que son residentes de la región que incentivan esta tradición en las nuevas generaciones, en festivales a nivel nacional en los cuales han participado chicos formados en San Gil en la categoría de cuerdas cuatro de ellos han participado en el Festival Mono Núñez obteniendo el primer lugar.

➤ Día del Campesino: Es un evento tradicional que lo realizan el último día de la feria allí se hace una venta de productos agrícolas cosechados por los mismos campesinos de la región, allí también se hacen una serie de concursos y se trae un grupo de música carranguera, como obsequio se regalan semillas de diferentes cultivos y se almuerza en la plaza central.

➤ Pintores: San Gil es también llamado “tierra de pintores” motivo por el cual se realizan exposiciones de diferentes técnicas como pintura al óleo, espátula, acrílico entre otras. Estas se pueden visitar en la casa de la cultura.

➤ Concierto: Esta actividad se realiza como el cierre de la feria y cada año traen un artista invitado a la feria de talla internacional y grupos regionales o nacionales para que desarrollen el cierre.

Tabla 11. Incidencia de Palabras Grupo Focal

<i>Palabra</i>	<i>Largo</i>	<i>Academia</i>	<i>Total</i>
<i>feria</i>	5	133	133
<i>gente</i>	5	81	81
<i>cosas</i>	5	43	43
<i>esta</i>	4	40	41
<i>San</i>	3	24	41
<i>Gil</i>	3	23	39
<i>risas</i>	5	36	36
<i>bueno</i>	5	26	32
<i>ustedes</i>	7	25	30
<i>cultura</i>	7	27	27
<i>tradición</i>	9	26	26
<i>ferias</i>	6	25	25
<i>bien</i>	4	20	20
<i>persona</i>	7	18	18
<i>silencio</i>	8	18	18
<i>turismo</i>	7	17	17
<i>ejemplo</i>	7	16	16
<i>Están</i>	5	16	16
<i>Ver</i>	3	16	16
<i>atención</i>	8	15	15

Nota: Autoría propia.

Estas repeticiones ayudan a guiar cuales códigos se pueden utilizar en el análisis de este grupo, al iniciar la codificación se utilizaron 42 códigos según la información suministrada por las personas, los códigos utilizados fueron:

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| ❖ Administración | ❖ Logística |
| ❖ Artistas | ❖ Negativo Comerciantes |
| ❖ Cabalgata | ❖ No Asiste Feria |
| ❖ Cambio de tradiciones | ❖ No Transcultural |
| ❖ Comercio Informal | ❖ Objetivo |
| ❖ Concientización | ❖ Opinión |
| ❖ Costo | ❖ Organización de la feria |
| ❖ Cultura Sangileña | ❖ Perfil Asistente Feria |
| ❖ Educación | ❖ Positivo Comerciantes |
| ❖ Espacio | ❖ Pre-Turismo |
| ❖ Exposición Canina | ❖ Reinado |
| ❖ Exposición Agropecuaria | ❖ Seguridad |
| ❖ Falta de Interés | ❖ Si. Transcultural |
| ❖ Feria | ❖ Tradición |
| ❖ Festival de Carranga | ❖ Transculturación que es |
| ❖ Innovación | ❖ Ventas |

En el desarrollo de la recolección de información se realizaron dos actividades de integración grupal, las cuales se realizaron y a continuación se presentan los respectivos resultados:

➤ Actividad de caracterización

Esta actividad se realizó al inicio como primera medida antes de iniciar con el grupo focal, el objetivo principal es identificar los aspectos con los cuales se relaciona directamente y como lo representan a través de la caracterización de la feria como una persona. Al iniciar la actividad se encontraban presentes siete estudiantes, posteriormente llegaron tres estudiantes más los cuales desarrollaron la misma actividad, sin embargo en las grabaciones del grupo focal no está la socialización de estos tres dibujos por tal motivo se realizó una tabla en la que se especifican las características de estos dibujos para complementarlos posteriormente con la red que se realizó en Atlas Ti con la cual posteriormente se realizara un análisis de las variables que se encontraron en los participantes mediante una serie de tablas.

Tabla 11. Actividad Caracterización

Actividades Caracterización No socializadas

<i>Participante</i>	<i>Descripción Dibujo</i>
<i>Participante</i> 8	Ganadera con chaleco verde a cuadros, sombrero, cinturón y botas cafés. Acompañada de dos vacas en su corral con pasto alrededor de los troncos de la barandilla
<i>Participante</i> 10	Señor con camiseta azul y pantalón negro, zapatos cafés. Acompañado de una vaca con pasto a su alrededor
<i>Participante</i> 4	De fondo tenemos un sol amarillo y nubes azules. Un Finquero vestido de camisa blanca con pantalón azul, cinturón negro y sombrero café. Acompañado de cuatro vacas en su corral con pasto alrededor, además de un palo de madera del que cuelga carne oreada.

Nota: Autoría propia.

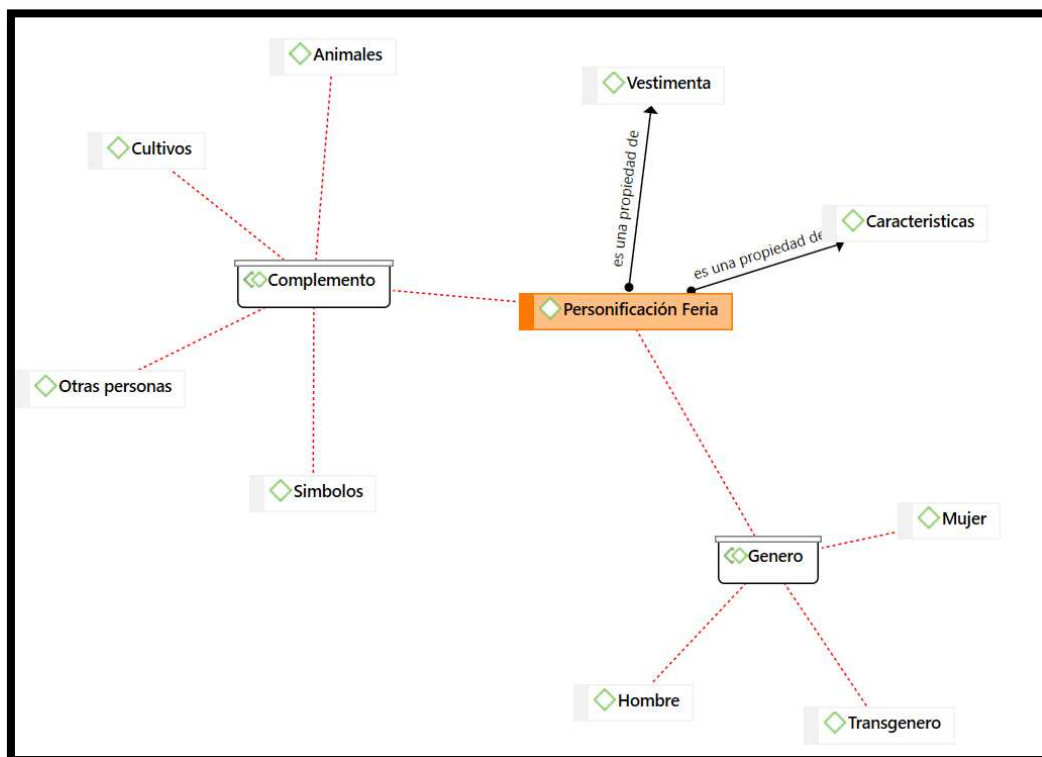


Figura 46 Red Actividad Personalización

Fuente: Propia – (2018)

Las siguientes son la tabulación de los dos gráficos anteriores según los 10 participantes y sus opiniones respecto a las 4 categorías que se analizaron, las cuales fueron: Genero, Vestimenta, características y Complementos.

Tabla 12. Clasificación por Genero

<i>Genero</i>		
	<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>
<i>Femenino</i>	3	1 mujer de cabello rizado negro, 2 mujeres de cabello negro liso.
<i>Masculino</i>	6	5 hombres calvos y 1 con cabello café.
<i>Transgenero</i>	1	Cabello negro largo hasta el hombro.

Nota: Autoría propia.

Tabla 13. Clasificación por Vestimenta

<i>Vestimenta</i>	
<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
<i>1</i>	Vestido de muchos colores
<i>2</i>	Botas Extravagantes de vaquero con correa de vaquero con el símbolo de la ganadería
<i>3</i>	Sombrero con flores y bandera de Colombia como falda.
<i>4</i>	Un Finquero vestido de camisa blanca con pantalón azul, cinturón negro y sombrero café.
<i>5</i>	Campeño de la región, pantalón café, poncho naranja y sombrero café. Tiene bigote.
<i>6</i>	Persona Transgenero con camiseta naranja, pantalón verde, zapatos color naranja y sombrero café. Tiene bigote
<i>7</i>	Vestido de vaca, gorro de cachos
<i>8</i>	Ganadera con chaleco verde a cuadros, sombrero, cinturón y botas cafés
<i>9</i>	Camisa a cuadros con el logo de la feria ganadera, poncho, botas
<i>10</i>	Señor con camiseta azul y pantalón negro, zapatos cafés

Nota: Autoría propia.

Tabla 14. Clasificación por Características

<i>Características</i>	
<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
1	La hice con muchos colores porque siento que eso le da alegría, entusiasmo.
3	Está feliz
6	No me baño hace cinco años, porque siento que la feria huele muy feo.

Nota: Autoría propia.

Tabla 15. Clasificación por Complemento

<i>Complemento</i>		
<i>Característica</i>	<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
<i>Símbolos</i>	9	Dibujo de una cabeza de toro o vaca que representa a los ganaderos
<i>Cultivos</i>	5	Plantas como un cultivo
<i>Otras Personas</i>	6	Dibuja dos niños, que quieren entrar a la feria, pero no pueden porque tienen tarea, pero igual terminan entrando a la feria.
	3	Dibuja una niña que está feliz de presenciar la feria
<i>Animales</i>	6	Dibujo de varias vacas con onomatopeyas de "Muuu"
	5	Hizo una vaquita

1	Dibujos varias vacas y pollitos que están en la feria
3	Dibujo una vaca como acompañante
8	acompañada de dos vacas en su corral con pasto alrededor de los troncos de la barandilla
10	Acompañado de una vaca con pasto a su alrededor
4	Acompañado de cuatro vacas en su corral. Un palo de madera del que cuelga carne oreada.

Nota: Autoría propia.

➤ Actividad con Afiches

Esta actividad se realizó después de realizar las primeras preguntas sobre percepción y actividades de la feria el objetivo, era que los participantes pudieran comparar y mostrar su opinión sobre cómo se estaba vendiendo la feria agropecuaria y ganadera en los últimos cinco años, esto se realizó a través de la impresión de cinco afiches publicitarios de cada feria.

Inicialmente se realizó en Atlas Ti una codificación de la cual se obtuvo la siguiente red de información, con la cual posteriormente se realizará un análisis de las variables que se encontraron en los participantes:

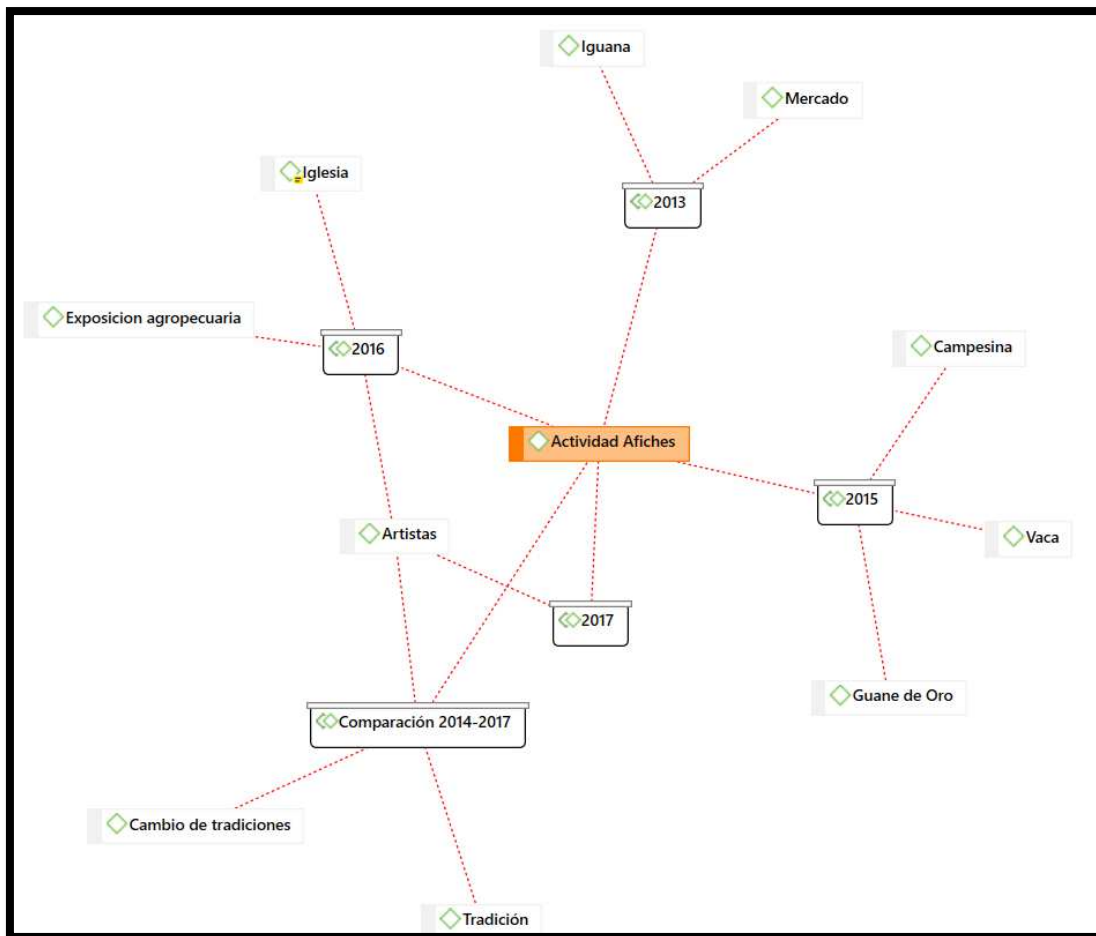


Figura 47 Red Actividad Afiches

Fuente: Propia – (2018)

Los resultados que se obtuvieron acerca de esta actividad se evidencian en el siguiente cuadro:

Tabla 16. Resultados Actividad Afiches Grupo Focal

<i>Grupo Focal</i>			
<i>Actividad Afiches</i>			
2013	2015	2016	2017
<p>Este afiche dio opiniones o del mercado que aparecía o de una ilustración de iguana presente en el nombre del evento. En el primer caso sintieron que fue una imagen muy general que puede ser de cualquier sitio además de San Gil, por otro lado, la iguana, daba la impresión de que el evento tuviera patrocinio de una petrolera, confundiendo a los miembros del grupo focal ya que solo un participante explicaba que tenía sentido el encontrar ese animal, por la abundancia de</p>	<p>La pieza de este año, hizo que los participantes dudaran respecto a si se trataba de otra feria llamada El Guane de Oro, dando la impresión que la publicidad promocionada puede confundirse por similitudes del diseño. Más allá de ello la opinión de los participantes es no sentir identidad con la publicidad de ese año, por la vestimenta errónea de la campesina tradicional que aparece, y el pequeño tamaño de las reses que representan a la exposición.</p>	<p>Parte de los participantes sintieron desagrado al ver que en la publicidad del evento 2016, se omitió la imagen de La iglesia principal, cuando en la mayoría de los demás afiches, hace parte del esquema central de la pieza publicitaria. El dialogo también se abrió a que además del nombre de la feria, no se hace ninguna otra alusión a la ganadería o a lo agropecuario.</p>	<p>Dio como temas de discusión, la desproporción e la publicidad de los atractivos principales de San Gil como La Iglesia Principal, contra las imágenes de los artistas para el concierto final, que asistirían ese año. La mayoría de los participantes concuerdo en que el afiche da la prioridad a la venta del concierto y no a los diferentes atractivos innatos de la tradición en la feria.</p>

las iguanas en la región.			
---------------------------	--	--	--

Comparación 2014- 2017

Los participantes comparan la tradición que han venido mencionando, frente a los cambios que pueden evidenciarse en ellas. Algunos de los motivos mencionados en la actividad, se pueden agrupar por la falta de interés en seguir las tradiciones, la calidad promedio inexistente en la diferencia de los conciertos de artistas invitados, la diferencia de las tipología y estilos musicales más comerciales contra los autóctonos de la región, y en mayor medida el sentimiento de un cambio generalizado en las ferias santandereanas, donde cada vez más se parecen unas con otras a pesar de ser de municipios diferentes

Nota: Autoría propia.

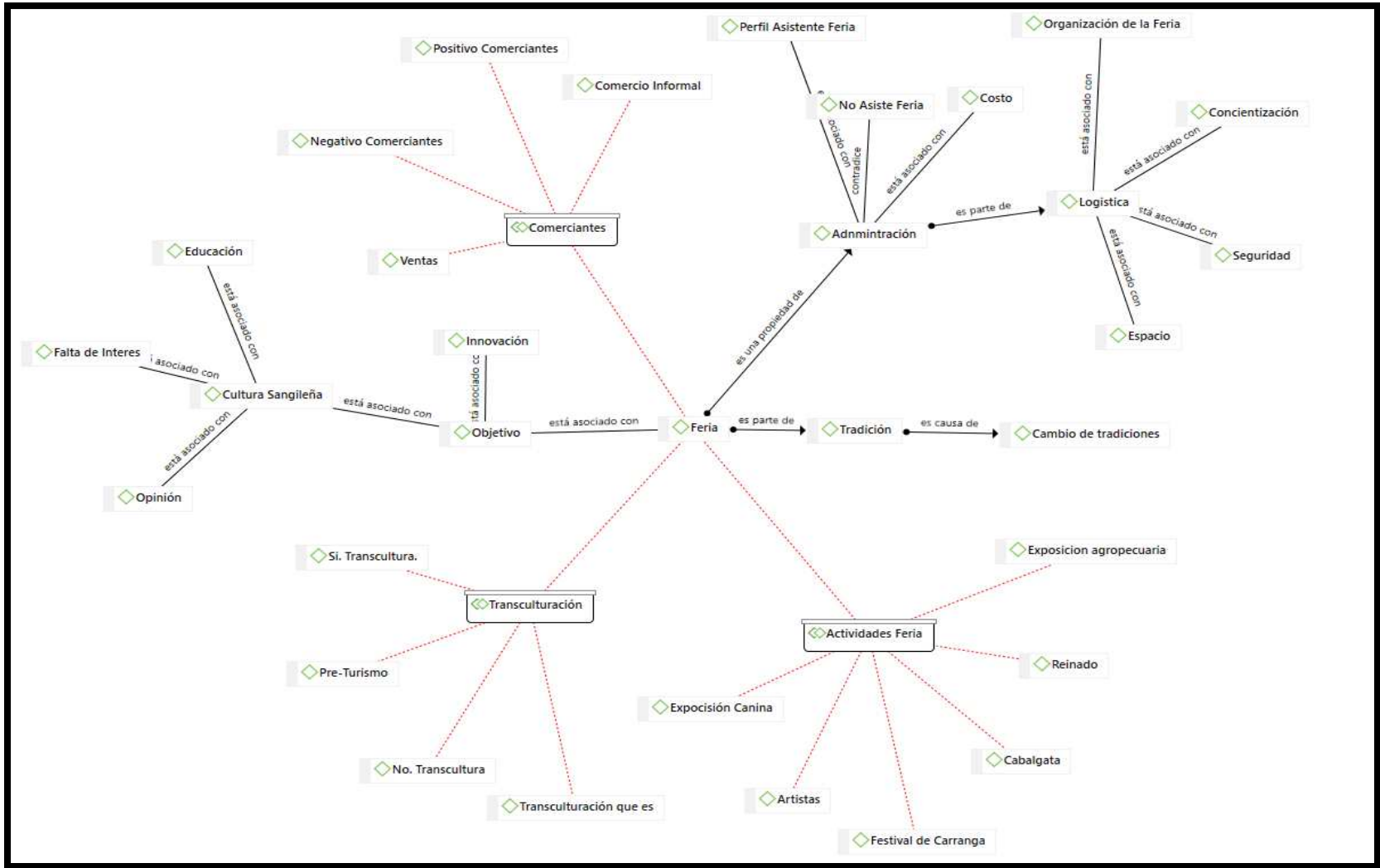


Figura 48 Red Feria Grupo Focal

Fuente: Propia – (2018)

7.4.1. Analisis.

El desarrollo del grupo focal nos dio como resultado una red, en la cual a partir del análisis de la feria de exposición ganadería y agropecuaria se parte de la clasificación de información, según la percepción y opiniones por la incidencia y similitud de las mismas de los participantes. El grupo de academia se divide en seis ramas fundamentales las cuales son:

- Asociado a su objetivo



Figura 49 Red Objetivo de la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia – (2018)

Se asocia a la feria como el resultado de un objetivo determinado, dicho objetivo menciona tener relación con la innovación y con la cultura Sangileña. En el primer caso se rescata una pequeña opinión en la cual se resalta la necesidad de innovar en la planeación y desarrollo de las actividades de la feria, siendo una opinión que fue apoyada por opiniones de la mayoría de participantes proponiendo la implementación de más concursos campesinos y de adoptar costumbres como una cata de hormigas culonas.

Por otro lado, la mayoría de los participantes asimilan la feria como una muestra de la cultura Sangileña, mostrando opiniones divididas en este tópico debido:

- ❖ Las opiniones frente a la cultura del municipio proponen iniciativas para adoptar cambios, aunque apoyan el desarrollo de la feria de noviembre, aquellos con mayor conciliación grupal fueron el conservar en mente el aumento de la población joven en San Gil y el realizar un estudio de mercado para seguir siendo atractivos a diferentes tipos de público diversificando la oferta turística del destino.

❖ Ya que a pesar de sentir que la feria es una expresión de su cultura, todos los participantes sintieron que la educación tiene la responsabilidad de conservar las tradiciones desde la historia, algo que en su opinión no se ha realizado y piensan que es la razón por la cual se ha perdido parte del sentido de la feria.

❖ La feria de San Gil sufre una alta falta de interés. Según opiniones de la mitad de los participantes, la feria se ha desarrollado por una obligación con el pueblo y no como un proceso planeado de conservación de tradiciones. Es decir que, aunque la feria no sea del agrado de las personas, prefieren seguir contando con ella de la manera en la que esta, a suspender su realización. Siguiendo por esta línea las personas mencionaron recuerdos en los cuales parece que los residentes de San Gil expresan más su sentido de pertenencia con la feria cuando se ha hablado de contemplar la posibilidad de no realizarse en vez de los años en los cuales el evento estaba confirmado.

➤ Tradición

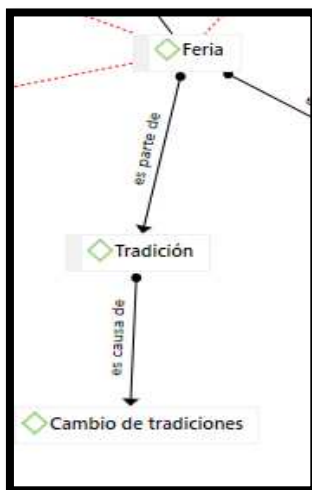


Figura 50 Red Tradición de la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia – (2018)

Fue necesario comprender que significaba la tradición Sangileña para los participantes y si la asociaban a la feria. En el primer caso todos hablaron de tradición como la gastronomía santandereana y los atractivos turísticos como el parque El Gallineral y El Cañón del Chicamocha. Sus expresiones culturales tradicionales son enfocadas a los bailes y prácticas deportivas, pero no se traducen a eventos como la feria de exposición ganadera y agropecuaria del municipio.

Consideraron que se han creado tradiciones específicas del pueblo, las cuales están acostumbradas a verse en las ferias, “como que haya música popular y mucha comida” (participante 3 grupo focal, San Gil 2018), de esta manera cada feria no tiene algo netamente propio y diferenciador de las demás ferias que se realizan en el municipio, dando origen a un conformismo local por las actividades que se esperan ver en las ferias.

La búsqueda del enriquecimiento y el fortalecimiento del comercio, para los participantes ha sido una causa de que se den origen a cambios de cualquier índole, razón por la cual la feria se ha convertido en sinónimo de parranda, asemejándose a la mayoría de ferias de la región, que como ya hemos dicho anteriormente, es gracias a la búsqueda del mayor incremento posible en las ventas. También cabe mencionar que esto ha hecho que la feria no solo sea parecida a las ferias de los alrededores, sino también se adopten tendencias musicales del momento permitiendo que géneros diferentes a los autóctonos, sean preferidos por la mayoría de personas.

En adicional la mayoría de los participantes están de acuerdo que los artistas han tomado el protagonismo de la feria, y es sobre ellos a los cuales se hacen juicios del éxito o fracaso de la feria como evento, ya que como mencionaron “no todos los artistas dan la talla..., casi nunca es como ay lo que se hizo en el rio tal día, o ay lo del festival de carranga” (participante 1 grupo focal, San Gil, 2018)

Los participantes alegan que el enriquecimiento no solo es comercial, sino también estatal, donde han utilizado la feria como modo de obtención de recursos disponibles, de esta manera el comité organizador esta segado respecto a la importancia de la tradición municipal. Reinando en ella, practicas comunes y usuales, pudiendo ser la razón que explique su criterio para la planeación y selección de actividades para la feria de San Gil.

➤ **Responsabilidad de la administración de la feria**

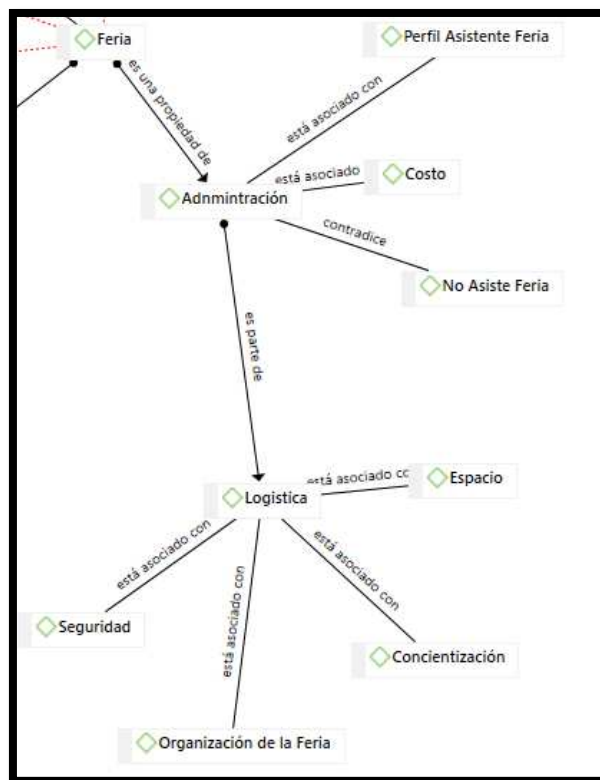


Figura 51 Red Responsabilidad Adm. de la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia – (2018)

La planeación de la feria se hace por medio de un grupo privado, esta institución lidera las decisiones de todos los temas del evento apoyándose indirectamente de la secretaria de turismo de la alcaldía municipal. Fueron una pequeña parte del participante, quienes preferirían que el liderazgo de la planeación y desarrollo de la feria, fuera de alguien que tomara la iniciativa, que tenga voz para realizar cambios y/o reestructuraciones, que cuente con una visión y la determinación de adoptar un evento tradicional como el punto central de la feria.

La administración hasta el momento ha logrado que la mayoría de participantes prefieran no asistir a la feria por la alta concentración de personas en puntos como Plaza de Ferias. El desorden en los espacios para el desarrollo de la feria, sumado a las grandes concentraciones de personas, trajo como consecuencia otras actividades que no son del agrado de todos los participantes del grupo focal.

Viendo la feria como un producto para venderse, todos los participantes coincidieron al decir que el público al que parece querer llegar es toda la familia, aunque se sabe que no pueden asistir en familia a gran parte de los eventos nocturnos. Gracias a la fecha de realización, el perfil del usuario que consume la feria de San Gil es aquel que vive en el municipio o en los alrededores del mismo.

Las características de las actividades pueden darle la calidad de paga o gratuita a los eventos de la feria, siendo decisión de la administración realizar una apropiada gestión para poder llegar a la mayor cantidad de personas. Aquellos generalmente culturales, parten de la alcaldía municipal y son de desarrollo gratuito. Sin embargo, aquellas actividades pagas, serán un costo en la búsqueda por recolectar dinero, haciendo que cobren las entradas, confirmando indirectamente que el objetivo de la administración de la feria es vender, a raíz de lo mismo otros puntos como la conservación de la tradición o la calidad del evento se verán olvidados.

➤ Logística

Uno de los principales inconvenientes del desarrollo de la feria, es carencia de logística en la planeación fomentando la falta de orden y el aparente diseño de la feria para las personas de la población rural de San Gil

Los participantes afiliaron la logística a los siguientes temas:

❖ El espacio: la mayoría manifiesta la necesidad de mejor coordinación del espacio y manejo del orden dentro de los mismos, así como la posibilidad de desarrollar no todos los eventos principales en Plaza de Ferias.

❖ Sensibilización: la logística debe tomar partido para fomentar sensibilizaciones en la población residente respecto a la tradición, así como fomento de la cultura ciudadana, haciendo posible que, a pesar de grandes concentraciones de gente, no se presentaran inconvenientes negativos en las ferias

❖ Seguridad: los participantes expresan que se requiere mayor dialogo con las autoridades para conciliar la organización alrededor de los eventos, dándole prioridad a algunos escenarios si existe escases de recurso humano de seguridad pública. La mayoría de los participantes saben por vivencia propia o por la experiencia de algún conocido cercano, acerca de malos altercados que se han presentado en la historia de las ferias en San Gil, dándole aún más importancia a realizar esta tarea de manera diligente

El que los engloba a todos es la organización que lleva a cabo la administración de las ferias en el municipio, pudiendo mejorar el aspecto de la logística según los participantes, si se contrala los puntos ya mencionados, y se estructura la mejor manera para darle un punto diferenciados a la feria de San Gil, controlando también la promoción correcta de la cultura y la tradición de la feria.

➤ Las actividades de la feria

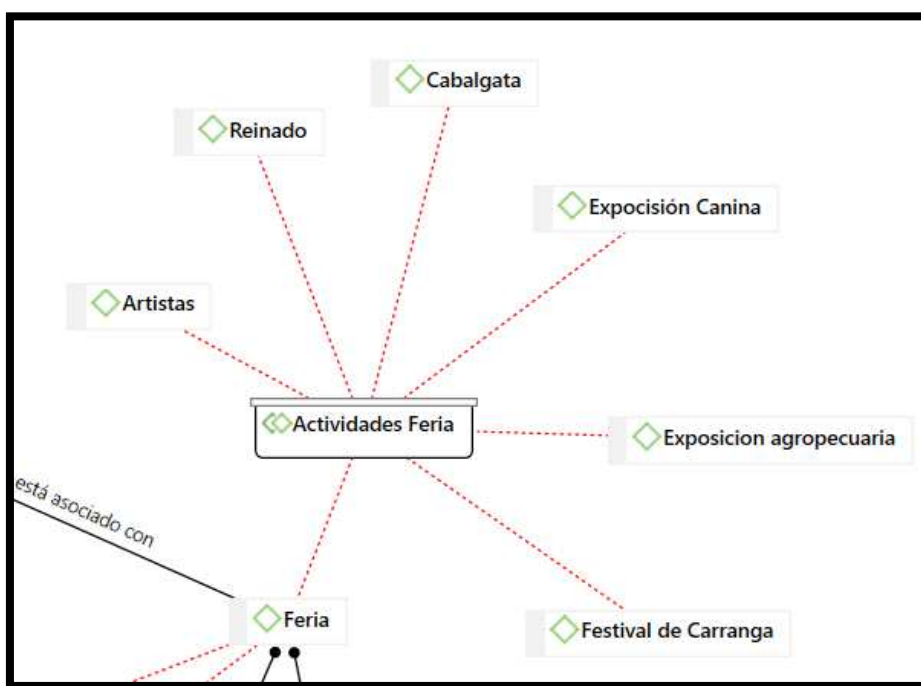


Figura 52 Red Actividades de la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia- (2018)

La mayoría de los participantes traducen la feria, identificándola como una serie de actividades, a continuación, mencionaremos aquellas que fueron más veces mencionadas en diferentes partes del grupo focal.

❖ La Gran Cabalgata

El conjunto de participantes cree que esta es una actividad representativa de la feria, debido a que es fácil de disfrutar por que no se concentra en un solo punto, sino que recorre San Gil. También mencionan que no es necesario saber de la programación de la feria para ir a ver la cabalgata, convirtiéndose en una actividad que puede disfrutar gran parte de los residentes y/o visitantes, sin problema.

❖ Festival de Carranga

Los participantes nos explicaron que esta es una actividad, desarrollada exclusivamente el día conmemorativo al campesino, siendo algo tradicional dentro de las costumbres de la planeación. Sin embargo, aunque saben a grandes rasgos de las características de la actividad, ninguno de los integrantes del grupo, expresaron haber asistido en algún momento, dando la impresión que es una actividad sesgada para el disfrute netamente de la población rural y que los residentes del municipio no sienten interés como para participar de la misma.

❖ Exposición y reinado canino

En el momento en que solicitamos nos dijeran algunas de las actividades que les gustaría retomar para que nuevamente se integren en el marco de actividades de la feria, se encuentra la exposición canina. La mayoría de los participantes se animaron al hablar del tema, mostrando un interés genuino por pequeñas actividades como esta, de ello pudimos identificar que como los canes son animales más populares, en términos generales, más cantidad de personas puede gozar de esta actividad sin tener que contar con conocimiento específico en aspectos técnicos en zootecnia u veterinaria.

❖ Artistas invitados

100% de los participantes que comentaron frente a la variedad de artistas invitados a la feria, mostraron inconformismo por el nivel de protagonismo que reciben. Confesaron que incluso para ellos el artista es la razón por la que en un comienzo consultan la programación de la feria, lo cual permitió que ellos concluyan que el protagonismo de todas las actividades que se realizan, son opacados por la sección de conciertos. Sin embargo, después de haberse comparado la feria en los últimos 5 años, los participantes parecían no tener soluciones frente a la situación, lo cual se demostró al considerar que el interés de incrementar las ventas, hace que se prefiera invitar artistas populares de cualquier tipo de música a los artistas que podrían considerarse tradicionales de la región. Además, son los primeros los que han capturado el interés de la población en general, permitiendo que atractivos físicos, muebles, inmuebles y tradiciones inmateriales sean desmeritados en comparación.

❖ La exposición ganadera

Por todo lo anterior la feria de exposición ganadera, que es el tópico central de la feria, es considerada en la actualidad como una actividad más de los programas, y no como el eje central en

el cual debería girar todo. Es una señal de alarma que el nombre de la festividad halla pasado a segundo nivel y este acto sea comparado con las actividades que menos interés e importancia tienen en la feria, limitando la exclusividad del evento a un sector con conocimientos específicos de los diferentes animales de granja.

- El comercio en la feria

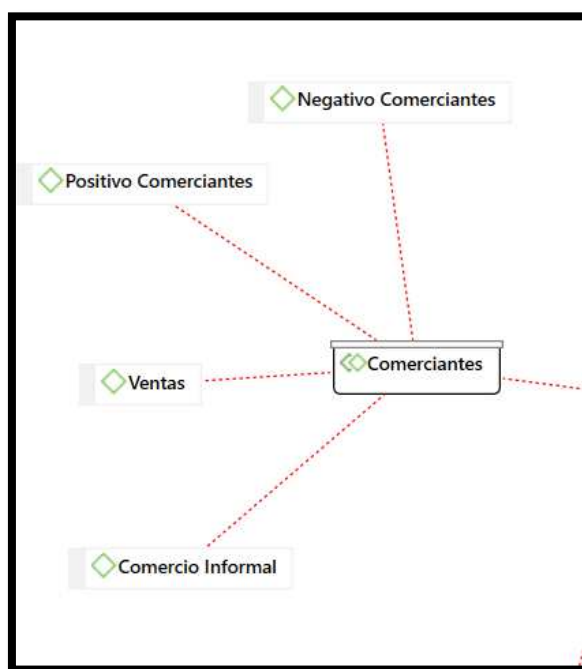


Figura 53 Red Comercio en la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia- (2018)

La mayoría de los participantes estuvo de acuerdo al expresar el evidente incremento de comercio informal debido a la casi nula organización, lo cual ha traído que vendedores de otros sitios migren a San Gil a los espacios y en los días de las actividades más relevantes, robando una porción del mercado a los comerciantes sangileños tanto ambulantes como los que cuentan con puesto físico. Aquellos que sienten de manera positiva el comercio en opinión de los participantes del grupo focal, son aquellos que han sabido sacarle ventaja a la ubicación de sus establecimientos o puestos comerciales, y aquellos que tienen productos de alimentos y bebidas. Es decir que estar en el corazón de las actividades de la feria, probablemente signifique un incremento en las ventas. Pero se recae nuevamente en que la buena ubicación no es exclusiva para el comerciante de San Gil.

Un par de participantes expresaron considerar que el comercio sufre consecuencias negativas, debido a que la alta llegada de personas viene para asistir a los conciertos, sin parecer interesados en gastar. De la mano de ello, se puede relacionar a la poca buena publicidad que tiene la feria, haciendo que no sea una feria destacada, y entonces no abundan los asistentes nuevos, y aquellos asistentes que son recurrentes, tal vez no tengan altos ingresos económicos para ser traducidos en compras de bienes y/o servicios que no son de primera necesidad.

➤ La transculturación en la feria

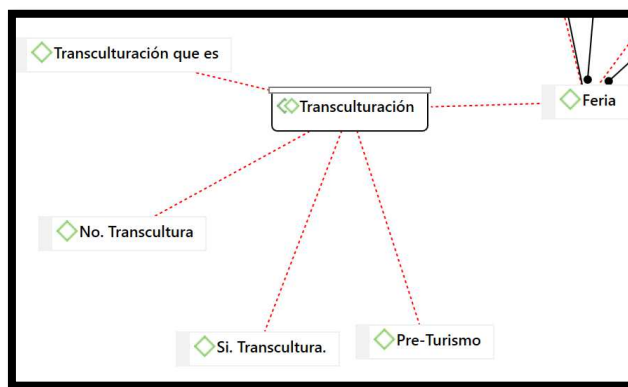


Figura 54 Red Transculturación en la Feria Grupo Focal

Fuente: Propia- (2018)

En un principio los participantes a modo generalizado, tenían desconocimiento del término transculturación, esta ignorancia los llevo a asociar la palabra con la preservación de la cultura de generación en generación. Siendo el polo opuesto del significado original. Esto obligo a el equipo de investigación a esclarecer las dudas, a lo que se tuvo una partición del grupo entre los que consideraban existe transculturación en San Gil, y aquellos que no.

Los que mostraron una respuesta afirmativa, sienten que es debido a la música popular mexicana, que tiende a ser en eventos populares, según las experiencias que nos comentaron. Adicionalmente hacen mención a que antes de que el turismo en San Gil tomara fuerza, el municipio era comparable con Barichara, donde no había centros comerciales y se solía llevar una vida más tranquila.

Por otro lado, quienes negaron la existencia de transculturación, argumentaron que este proceso es natural, considerando normal que la cultura cambie y se adopten mejores cosas, como preferir escuchar otros géneros musicales. Viendo sus opiniones analizamos que debido al crecimiento demográfico que manifiestan los participantes, que ha tenido San Gil, se ha convertido en un

municipio de gran tamaño, sacrificando la calma de las pequeñas urbes, así como una identidad regional.

Consideramos importante la opinión negativa de la existencia de la transculturación, debido a que naturaliza la pérdida de identidad, en otras palabras, da por sentado que los cambios culturales fueran para satisfacer a la población joven, traduciéndose como si la identidad por la cultura tradicional del municipio ya no integrara a ese tipo de población.

7.5. Matriz Comparativa

Posteriormente de desarrollar la triangulación y su respectivo análisis por grupo de estudio, a través de una matriz se compararán los resultados mediante tres variables las cuales son:

❖ **Percepción Feria:** Con esta variable se busca conocer la opinión de los grupos respecto a este evento en cuanto a su objetivo, historia y arraigo con la feria ganadera y agropecuaria realizada en el mes de noviembre.

❖ **Cambios Dinámicas Culturales:** Esta variable es necesaria para identificar los cambios en la feria, sin embargo, una dinámica cultural según significados.com (2018) es: “La cultura debe de adecuarse a los procesos históricos y variaciones sucedidas en su entorno, por lo tanto, la dinámica cultural son los cambios permanentes de una sociedad en cuenta a conocimiento, actividades, intereses, costumbres y avances de todo tipo.” Con este indicador se busca relacionar la feria y los cambios que ha desarrollado en los últimos años.

❖ **Cambios Desarrollo y Actividades:** Esta variable busca identificar cuáles son las actividades específicas que se han agregado o retirado a la feria y como ha repercutido en la feria.

Tabla 17. Matriz Comparativa Residentes (Percepción Feria)

Nota: Autoría propia

Matriz Comparativa - Feria Ganadera y Agropecuaria
Variable: Percepción Feria
<i>Grupo Residentes</i>
<p>Objetivo</p> <p>Las personas coincidieron en que el principal objetivo de la feria es entretener a los asistentes a través de la cultura y la comida que se encuentra únicamente en la región, en cuanto a si el objetivo ha cambiado con el tiempo se obtuvo un 50% que decía que las ferias se realizaban de la misma manera y un 50% que comentaba que si ha cambiado debido a que la atracción principal serían los artistas. Dentro de este ítem encontramos dos factores con alta influencia el primero de ellos es la tradición donde todos los entrevistados manifestaron que este pilar se mantenía en la feria y se podía ver reflejado en la cabalgata y la exposición ganadera la cual cada año trae nuevas razas de animales a exposición y mantiene informados a los visitantes sobre las mismas. Y el segundo es la cultura que consideran se evidencia en la cabalgata anual siempre en el mismo día y con nuevos participantes</p>
<p>Percepción</p> <p>Las percepciones de las participantes estuvieron divididas en dos grupos: los primeros (minoría) estaban de acuerdo con cómo se desarrolla la feria ya que en la parte ganadera siempre hay nuevas razas y es bastante comercial y de buena calidad el ganado. El segundo grupo (mayoría) tenía una perspectiva más negativa sobre la feria ya que en ella no había algún factor diferenciador (Siempre lo mismo), se generaba mucho desorden, inseguridad y conflictos debido a la multitud de personas en los diferentes puntos, se generaban inconvenientes con los caballistas debido a maltrato con sus equinos u exceso de trabajo, la feria ya no es tradicional y por tal motivo no asistían a la misma. Por tal motivo uno de los puntos clave era la seguridad, los residentes estaban inconformes debido a la falta de policías</p>

Tabla 18. Matriz Comparativa Comerciantes-Directivos- Academia (Percepción Feria)

<i>Grupo Comerciantes</i>	
Objetivo	
	Los comerciantes estuvieron de acuerdo en que el objetivo principal de la feria es traer más público a la misma, esto ya que favorecería la economía de la región esto se realiza a través de actividades como el concierto con artistas nuevos, la exposición ganadera con nuevas razas y que las personas disfruten de las actividades ofertadas en la feria en familia.
Percepción	
	La mayoría de los comerciantes tiene una percepción de la feria negativa, debido a que se encuentran muchas personas con excesos de alcohol y alteran el orden de la feria este es un motivo por el cual no asiste una de las comerciantes entrevistadas. Sin embargo, otro porcentaje nos habla que las ferias son buenas ya que son para la recreación y el disfrute de las personas de la región. Dentro de este código encontramos la cultura esta se relaciona con la feria directamente y se tiene la percepción de que aún se mantiene, con la realización de actividades como la cabalgata, aunque se resalta que se han tenido varios inconvenientes con los jinetes, por motivos de maltrato animal. Mientras que el código de tradición no se identifica el origen de las ferias, pero se reconoce que se debe mantener y que está presente en actividades como la anteriormente descrita
<i>Grupo Directivos</i>	
Objetivo	
	El 70% de los entrevistados concluyo que las ferias tienen como objetivo convocar a una población y a sus áreas vecina son un evento tradicional de San Gil, donde su pueden encontrar diferentes actividades gastronómicas, culturales y agrícolas. Estos espacios ayudan al fortalecimiento de la cultura Sangileña y puede ser demostrada a otras culturas.
<i>Grupo Academia</i>	
Objetivo	

Se asocia a la feria como el resultado de un objetivo determinado, dicho objetivo menciona tener relación con la innovación y con la cultura Sangileña. En el primer caso se rescata una pequeña opinión en la cual se resalta la necesidad de innovar en la planeación y desarrollo de las actividades de la feria, siendo una opinión que fue apoyada por opiniones de la mayoría de participantes proponiendo la implementación de más concursos campesinos y de adoptar costumbres como una cata de hormigas culonas.

Por otro lado, la mayoría de los participantes asimilan la feria como una muestra de la cultura Sangileña, mostrando opiniones divididas en este tópico debido:

-Las opiniones frente a la cultura del municipio proponen iniciativas para adoptar cambios, aunque apoyan el desarrollo de la feria de noviembre, aquellos con mayor conciliación grupal fueron el conservar en mente el aumento de la población joven en San Gil y el realizar un estudio de mercado para seguir siendo atractivos a diferentes tipos de público diversificando la oferta turística del destino.

-Ya que a pesar de sentir que la feria es una expresión de su cultura, todos los participantes sintieron que la educación tiene la responsabilidad de conservar las tradiciones desde la historia, algo que en su opinión no se ha realizado y piensan que es la razón por la cual se ha perdido parte del sentido de la feria.

-La feria de San Gil sufre una alta falta de interés. Según opiniones de la mitad de los participantes, la feria se ha desarrollado por una obligación con el pueblo y no como un proceso planeado de conservación de tradiciones. Es decir que, aunque la feria no sea del agrado de las personas, prefieren seguir contando con ella de la manera en la que esta, a suspender su realización. Siguiendo por esta línea las personas mencionaron recuerdos en los cuales parece que los residentes de San Gil expresan más su sentido de pertenencia con la feria cuando se ha hablado de contemplar la posibilidad de no realizarse en vez de los años en los cuales el evento estaba confirmado.

Actividad 1 – Caracterización Feria

Las siguientes son la tabulación de los dos gráficos anteriores según los 10 participantes y sus opiniones respecto a las 4 categorías que se analizaron, las cuales fueron: Género, Vestimenta, características y Complementos.

Tabla 19. Matriz Comparativa Clasificación por Genero

Genero		
	<i>Cantida d</i>	<i>Descripción</i>
<i>Femenino</i>	3	1 mujer de cabello rizado negro, 2 mujeres de cabello negro liso.
<i>Masculino</i>	6	5 hombres calvos y 1 con cabello café.
<i>Transgener o</i>	1	Cabello negro largo hasta el hombro.

Nota: Autoría propia

Tabla 20. Matriz Comparativa Clasificación por Vestimenta

Vestimenta	
<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
<i>1</i>	Vestido de muchos colores
<i>2</i>	Botas Extravagantes de vaquero con correa de vaquero con el símbolo de la ganadería
<i>3</i>	Sombrero con flores y bandera de Colombia como falda.
<i>4</i>	Un Finquero vestido de camisa blanca con pantalón azul, cinturón negro y sombrero café.
<i>5</i>	Campesino de la región, pantalón café, poncho naranja y sombrero café. Tiene bigote.
<i>6</i>	Persona Transgenero con camiseta naranja, pantalón verde, zapatos color naranja y sombrero café. Tiene bigote
<i>7</i>	Vestido de vaca, gorro de cachos

8	Ganadera con chaleco verde a cuadros, sombrero, cinturón y botas cafés
9	Camisa a cuadros con el logo de la feria ganadera, poncho, botas
10	Señor con camiseta azul y pantalón negro, zapatos cafés

Nota: Autoría propia.

Tabla 21. Matriz Comparativa Clasificación por Características

<i>Características</i>	
<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
1	La hice con muchos colores porque siento que eso le da alegría, entusiasmo.
3	Está feliz
6	No me baño hace cinco años, porque siento que la feria huele muy feo.

Nota: Autoría propia

Tabla 22. Matriz Comparativa Complemento

<i>Complemento</i>		
<i>Característica</i>	<i>Participante</i>	<i>Descripción</i>
<i>Símbolos</i>	9	Dibujo de una cabeza de toro vaca que representa a los ganaderos
<i>Cultivos</i>	5	Plantas como un cultivo
<i>Otras Personas</i>	6	Dibuja dos niños, que quieren entrar a la feria, pero no pueden porque tienen tarea, pero igual terminan entrando a la feria.
	3	Dibuja una niña que está feliz de presenciar la feria
<i>Animales</i>	6	Dibujo de varias vacas con onomatopeyas de "Muuu"
	5	Hizo una vaquita
	1	Dibujos varias vacas y pollitos que están en la feria
	3	Dibujo una vaca como acompañante

8	acompañada de dos vacas en su corral con pasto alrededor de los troncos de la barandilla
10	Acompañado de una vaca con pasto a su alrededor
4	Acompañado de cuatro vacas en su corral. Un palo de madera del que cuelga carne oreada.

Nota: Autoría propia

Tabla 23. Introducción Actividad Afiches

Actividad 2 – Afiches
Esta actividad se realizó después de realizar las primeras preguntas sobre percepción y actividades de la feria el objetivo, era que los participantes pudieran comparar y mostrar su opinión sobre cómo se estaba vendiendo la feria agropecuaria y ganadera en los últimos cinco años, esto se realizó a través de la impresión de cinco afiches publicitarios de cada feria.

Nota: Autoría propia

Tabla 24. Actividad Afiches Grupo Focal

Grupo Focal
Actividades Afiches
2013
Este afiche dio opiniones o del mercado que aparecía o de una ilustración de iguana presente en el nombre del evento. En el primer caso sintieron que fue una imagen muy general que puede ser de cualquier sitio además de San Gil, por otro lado, la iguana, daba la impresión de que el evento tuviera patrocinio de una petrolera, confundiendo a los miembros del grupo focal ya que solo un participante explicaba que tenía sentido el encontrar ese animal, por la abundancia de las iguanas en la región.
2015
La pieza de este año, hizo que los participantes dudaran respecto a si se trataba de otra feria llamada El Guane de Oro, dando la impresión que la publicidad promocionada puede confundirse por similitudes del diseño. Más allá de ello la opinión de los participantes es no sentir identidad con la publicidad de ese año, por la vestimenta errónea de la campesina tradicional que aparece, y el pequeño tamaño de las reses que representan a la exposición.
2016

Parte de los participantes sintieron desagrado al ver que en la publicidad del evento 2016, se omitió la imagen de La iglesia principal, cuando en la mayoría de los demás afiches, hace parte del esquema central de la pieza publicitaria. El diálogo también se abrió a que además del nombre de la feria, no se hace ninguna otra alusión a la ganadería o a lo agropecuario.

2017

Dio como temas de discusión, la desproporción e la publicidad de los atractivos principales de San Gil como La Iglesia Principal, contra las imágenes de los artistas para el concierto final, que asistirían ese año. La mayoría de los participantes concuerdo en que el afiche da la prioridad a la venta del concierto y no a los diferentes atractivos innatos de la tradición en la feria.

Comparación 2014 – 2017

Los participantes comparan la tradición que han venido mencionando, frente a los cambios que pueden evidenciarse en ellas. Algunos de los motivos mencionados en la actividad, se pueden agrupar por la falta de interés en seguir las tradiciones, la calidad promedio inexistente en la diferencia de los conciertos de artistas invitados, la diferencia de las tipología y estilos musicales más comerciales contra los autóctonos de la región, y en mayor medida el sentimiento de un cambio generalizado en las ferias santandereanas, donde cada vez más se parecen unas con otras a pesar de ser de municipios diferentes

Nota: Autoría propia

Tabla 25. Matriz Comparativa Residentes-Comerciantes (Cambios Dinámicas Culturales Feria)

Matriz Comparativa - Feria Ganadera y Agropecuaria	
Variable: Cambios Dinámicas Culturales	
<i>Grupo Residentes</i>	
Impacto	
<p>En cuanto a los impactos que genera la feria se dividieron en dos grupos los positivos en los cuales nos habla que la feria permite el movimiento de toda la parte turística, la parte ganadera y la agricultura de la región. Mientras que el segundo grupo discrepo argumentando que a las ferias acuden todo tipo de personas que vienen con intenciones de hurto o expendio de sustancias alucinógenas, motivo por el cual afecta la seguridad de todas las personas no solo asistentes a la feria sino residentes de la zona en la cual se desarrollan estos eventos.</p>	
<i>Grupo Comerciantes</i>	
Impacto	
<p>Los impactos que creen los comerciantes se generan debido a las ferias se dividen en dos: los impactos positivos en los cuales encontramos que los turistas visitan los diferentes centros comerciales e invierten en diferentes servicios o productos lo cual genera un aumento en ventas significativo.</p> <p>Los impactos negativos fueron explicados por el 70% de los entrevistados en este segmento identificaban y algunos habían sido testigos de actos de hurto, asalto, expendio de sustancias alucinógenas y alcohol en las ferias, motivo por el cual se generaban riñas y pelean entre los asistentes. Además de que ciertos prestadores turísticos no cuidan los recursos naturales con los cuales están vendiendo el municipio motivo por el cual se cierran los atractivos como es el caso de la Cueva del Indio. Este ítem también se relaciona directamente con la logística del evento ya que los olores del mal manejo del matadero generan problemas sanitarios en la comunidad.</p>	

Nota: Autoría propia

Tabla 26. Matriz Comparativa Directivos-Academia (Cambios Dinámicas Culturales Feria)

<i>Grupo Directivos</i>
<p>Tradición Sangileña</p> <p>Un 70% de los entrevistados entiende por tradición Sangileña lugares turísticos que tiene San Gil como el parque Gallineral, pozo azul, los centros comerciales, la cueva del indio, las iglesias. La parte gastronómica hace parte con las hormigas culones, el coger café en las fincas. Y ciertos eventos que se realizan como el día de las cometas en agosto, la cabalgata, el día del campesino, la exposición ganadera, las muestras de teatro, exposiciones de pintura, banda sinfónica que no solo hacen parte de la tradición, sino que mantienen la cultura y la promueven.</p> <p>Relacionado con la tradición Sangileña está la identidad cultural en ella los directivos concuerdan en que el sangileño es muy enamorado de su territorio y de lo que su municipio puede ofrecer, se fortalece con ayuda de entes educativos que promueven el sentido de pertenencia y la historia de San Gil, se han asistido a eventos como el Festival mono Núñez en categoría de cuerdas y voces. Se honra a personas que aportaron al municipio como en la casa de la cultura llamada Luis Roncancio – pintor de primitivismo originario de la región, recordado por iniciar la primera escuela de pintores. Uno de los entrevistados realizó una comparación con un municipio aledaño llamado Barichara allí se tiene un desarraigo bastante alto a causa de la salida de los mismos residentes y que ahora está habitado en su mayoría por personas de otros lugares con alto poder adquisitivo que no saben cuál es la identidad cultural del territorio, esto se relaciona de manera directa con la percepción de si este pilar se mantiene en la feria, un 30% de los entrevistados dijo que si se relacionaba debido a la variedad de actividades que se ofertaban en la misma, y que se podría asistir solamente a las actividades de interés y a las demás no, según el gusto de cada persona, pero que al tener una feria para toda la familia se estaba abarcando un segmento de mercado bastante amplio.</p>
<p>Cambios</p>

Los cambios turísticos iniciales fueron en los años 2004-2005 en toda la región guanentina, debido a la incursión de prestadores de servicio turístico (inicialmente se centraban en los deportes de aventura). Y posteriormente a estas fechas se ha incrementado el turismo en la región contantemente y ha atraído a más turistas a las ferias.

Los Cambios culturales en la feria han generado un debate entre los puntos de vista de los entrevistados, motivo por el cual las principales ideas son los siguientes:

En un principio el evento era para el pueblo, ya no solo se piensa en el regional sino en atraer al turista para desarrollar actividades enfocadas a su perfil con el objetivo de que invierta en las ferias

Se piensa en que artista traer para que disfrute con la familia, ya no se ve tanto como evento para la ciudadanía sino como atractivo para los turistas.

Existen Grupos folclóricos de la región y de música que ayudan a que la cultura no se pierda, más sin embargo si se dejan de realizar cierto tipo de actividades las personas se muestran inconformes y ahí si empiezan a indignarse porque ya no se invierte en las ferias que es tradición Sangileña.

No tiene nada que ver la feria se sigue realizando para los regionales, lo único es que en la actualidad hay más personas interesadas en asistir a la feria

Incremento estadístico, las ferias ayudan a incrementar las ventas de prestadores de servicios, tiendas de barrio, artesanías entre otros lo que genera una liquidez en el municipio.

Grupo Academia

Tradición

Fue necesario comprender que significaba la tradición Sangileña para los participantes y si la asociaban a la feria. En el primer caso todos hablaron de tradición como la gastronomía santandereana y los atractivos turísticos como el parque El Gallineral y El Cañón del Chicamocha. Sus expresiones culturales tradicionales son enfocadas a los bailes y prácticas deportivas, pero no se traducen a eventos como la feria de exposición ganadera y agropecuaria del municipio.

Consideraron que se han creado tradiciones específicas del pueblo, las cuales están acostumbradas a verse en las ferias, “como que haya música popular y mucha comida” (participante 3 grupo focal, San Gil 2018), de esta manera cada feria no tiene algo netamente propio y diferenciador de las demás ferias que se realizan en el municipio, dando origen a un conformismo local por las actividades que se esperan ver en las ferias.

La búsqueda del enriquecimiento y el fortalecimiento del comercio, para los participantes ha sido una causa de que se den origen a cambios de cualquier índole, razón por la cual la feria se ha convertido en sinónimo de parranda, asemejándose a la mayoría de ferias de la región, que como ya hemos dicho anteriormente, es gracias a la búsqueda del mayor incremento posible en las ventas. También cabe mencionar que esto ha hecho que la feria no solo sea parecida a las ferias de los alrededores, sino también se adopten tendencias musicales del momento permitiendo que géneros diferentes a los autóctonos, sean preferidos por la mayoría de personas.

En adicional la mayoría de los participantes están de acuerdo que los artistas han tomado el protagonismo de la feria, y es sobre ellos a los cuales se hacen juicios del éxito o fracaso de la feria como evento, ya que como mencionaron “no todos los artistas dan la talla..., casi nunca es como ay lo que se hizo en el rio tal día, o ay lo del festival de carranga” (participante 1 grupo focal, San Gil, 2018)

Los participantes alegan que el enriquecimiento no solo es comercial, sino también estatal, donde han utilizado la feria como modo de obtención de recursos disponibles, de esta manera el comité organizador esta segado respecto a la importancia de la tradición municipal. Reinando en ella, practicas comunes y usuales, pudiendo ser la razón que explique su criterio para la planeación y selección de actividades para la feria de San Gil

Transculturación

En un principio los participantes a modo generalizado, tenían desconocimiento del término transculturación, esta ignorancia los llevo a asociar la palabra con la preservación de la cultura de generación en generación. Siendo el polo opuesto del significado original. Esto obligo a el equipo de investigación a esclarecer las dudas, a lo que se tuvo una partición del grupo entre los que consideraban existe transculturación en San Gil, y aquellos que no.

Los que mostraron una respuesta afirmativa, sienten que es debido a la música popular mexicana, que tiende a ser en eventos populares, según las experiencias que nos comentaron. Adicionalmente hacen mención a que antes de que el turismo en San Gil tomara fuerza, el municipio era comparable con Barichara, donde no había centros comerciales y se solía llevar una vida más tranquila.

Por otro lado, quienes negaron la existencia de transculturación, argumentaron que este proceso es natural, considerando normal que la cultura cambie y se adopten mejores cosas, como preferir escuchar otros géneros musicales.

Viendo sus opiniones analizamos que debido al crecimiento demográfico que manifiestan los participantes, que ha tenido San Gil, se ha convertido en un municipio de gran tamaño, sacrificando la calma de las pequeñas urbes, así como una identidad clara de la zona.

Consideramos importante la opinión negativa de la existencia de la transculturación, debido a que naturaliza la pérdida de identidad, en otras palabras, da por sentado que los cambios culturales fueran para satisfacer a la población joven, traduciéndose como si la identidad por la cultura tradicional del municipio ya no integrara a ese tipo de población.

Nota: Autoría propia

Tabla 27. Matriz Comparativa (Cambios de Desarrollo y Actividades)

Matriz Comparativa - Feria Ganadera y Agropecuaria
Variable: Cambios de Desarrollo y Actividades
<i>Grupo Residentes</i>
<i>Asistentes</i>
<p>Los encuestados concordaron en que, si se ha generado un incremento de turistas en las ferias, los asistentes en su mayoría son turistas, no sangileños. Estos turistas en su mayoría son de Bucaramanga y Bogotá ya que se ven atraídos a las ferias por los artistas con reconocimiento internacional, sin embargo, también encontramos grupos poblacionales de Venezuela a causa de la migración.</p>
Actividades Feria
<p>Las actividades más destacadas según los residentes son seis:</p> <p>Cabalgata: Es uno de los principales atractivos de la feria, este lo nombraron todos los participantes al preguntarles sobre eventos tradicionales de la feria.</p> <p>Ganadería: Todos los entrevistados concuerdan en que la exposición ganadera es otra de las actividades tradicionales en la feria, en ella se pueden encontrar especies lecheras de la región, diferentes cerniceras como el Angus, cebú entre otros. un finquero entrevistado comentaba que el asiste a este evento para mantenerse informado sobre las nuevas razas, precios y elementos de ganadería. Y comenta sobre la comercialización de estos animales con clientes nuevos o potenciales de otras regiones.</p> <p>Reinado: Un entrevistado comentó que ocasionalmente se realizan un reinado en la feria y esta actividad atrae bastante público regional.</p> <p>Canotaje: No es una actividad que se desarrolle en la feria, esta se desarrolla en todo el año, pero a causa de la feria podría incrementar su venta.</p> <p>Día del Campesino: Es una tradición que se ha mantenido y consiste en designar todo un día al campesino, motivo por el cual ellos se desplazan desde las diferentes zonas rurales y venden sus productos en la plaza central de San Gil.</p>

Concierto: Al invitar a la feria a cantantes reconocidos se empezó a cobrar una entrada más costosa, motivo por el cual la gente regional podría no asistir ya que antes toda la feria era gratuita y ahora no es tan accesible.

Grupo Comerciantes

Logística del Evento

Los comerciantes concuerdan en que no hay un buen manejo de la logística en el evento, por un lado, los ingresos a los diferentes coliseos son imposibles, el exceso de boleterías para vender más y recaudar más dinero hace que se genere una multitud y un ambiente muy pesado sobre todo en los conciertos, la infraestructura en la cual se desarrolla el evento posteriormente queda en condiciones deplorables. Por otra parte, el manejo del matadero en la exposición ganadera no tiene un manejo adecuado, motivo por el cual genera malos olores y afecta a la comunidad en general.

Ventas

Un 30% de los entrevistados comento que no notaba un incremento en las ventas, por el contrario, considera que se está generando un decremento de asistentes y servicios turísticos debido a que los atractivos no son cuidados debidamente.

Mientras que el 70% obtuvo un incremento en las ventas ya que atrae muchas personas que compran tanto servicios como productos artesanales en las ferias y ayudan al crecimiento de la economía de los locales. Los centros comerciales son un lugar clave para visitar y en esta época de ferias obtienen buenos resultados.

Actividades Feria

Los comerciantes identificaron seis actividades principales que se desaroollan en las ferias de noviembre las cuales son:
 Concierto: Los comerciantes concuerdan en que el concierto es la actividad que más trae asistentes y a la cual se le obtiene mucha ganancia por las ventas de la boletería. Uno de los entrevistadores comento que la feria se basa en un 80% artista invitado y 20% la parte ganadera.

Cabalgata: Las cabalgatas son insignia de la feria, pero un 30% está en desacuerdo con que se hagan de mala forma debido a que sus jinetes estaban ebrios y no tenían control del animal, en las ferias pasadas se encontraron varios accidentes de caballos por alcantarillas destapadas, generando.

Día del Campesino: Esta actividad siempre se realiza el último día de la feria y ayuda a que los campesinos vendan sus productos en las zonas urbanas y se den a conocer con otros campesinos.

Exposición Ganadera: un 30% de los encuestados reconoce que esta actividad es principal en la feria.

Cueva del Indio: Un 30% de los comerciantes hablan sobre la mala implementación de servicios turísticos en atractivos naturales, ya que las han reformado y han tenido que cerrarlas varias veces para detener su deterioro.

Artesanías: La venta de artesanías como muestra cultural es importante en el desarrollo de la feria por este motivo se habilitan espacios en la casa de la cultura, el parque central y ciertas cabañas para motivar a los visitantes a invertir en la región.

Grupo Directivos

Logística del Evento

En este segmento los entrevistados tuvieron bastantes aportes, estos se dividieron en seis

Planeación Feria: Que la feria se desarrolle de una forma ordenada varía según la planeación y organización, si logran crear actividades interesantes y que llamen bastante público pues puede que funcione, pero si por el contrario no traera pérdidas al municipio motivo por el cual es importante se realice esta planeación y que todos los realizadores y colaboradores tengan conocimiento de ello ya que en alguna contingencia ellos deben estar preparados.

Mobilidad: Este punto es uno de los más afectados al realizar las ferias según los entrevistados, debido a la congestión que se genera en el centro de San Gil (que son únicamente cuatro cuadras) pueden durar hasta una hora en ese paso, motivo por el cual ciertos comerciantes desarrollaron una serie de vías alternas en las ferias pasadas que dependiendo del destino seguían una ruta demarcada por cierto color para que no se generaran tantos problemas vehiculares.

Oportunidad de Desarrollo: En cuanto al desarrollo turístico el cañón del Chicamocha fue uno de los principales elementos que se vendían, pero para llegar a este lugar las carreteras estaban en unas condiciones terribles y alrededor de este atractivo había mucha pobreza. Es allí donde una gobernación vio potencial y empezó a invertir fondos en acueductos, servicios públicos, capacitación de locales entre otros, así los turistas ya no se centran en la pobreza del sector sino disfrutaban del parapente, el teleférico y otros servicios prestados en el atractivo.

Seguridad: Los entrevistados hablan sobre la falta de seguridad en el desarrollo de las fiestas, se necesita más policía que este vigilando y apoyando las diferentes actividades, para evitar hurtos, expendido de sustancias alucinógenas entre otros.

Ventas

Las ventas para el sector hotelero en ese puente son muy bajas a nivel nacional y en la feria no es la excepción, debido a que ese puente es el primero de noviembre y la mayoría de personas están trabajando, los universitarios en parciales, motivo por el cual en ese puente se hace la feria para traer gente, en cuanto al sector hotelero la mayoría de personas que asiste a las ferias no necesita de alojamiento, sino solo va a la actividad y se regresa. Sin embargo se trata de incentivar la feria en Bucaramanga de forma que las personas que quieran asistir deban utilizar un alojamiento y se active la economía de nuevo.

El incremento de comercio no solo se da en la parte de alojamiento, también se vende la gastronomía, los vendedores de ponchos, artesanías, sombreros, los eventos (concierto) es dinero que ingresa al municipio y que lo favorece.

En cuanto a la participación de comerciantes el presupuesto con el cual se realiza la feria está dado por diferentes sectores como lo es el comité de ferias, comerciantes asociados a Fenalco y la alcaldía, pero a través del tiempo ciertos comerciantes ya no quieren formar parte de las agremiaciones debido a que casi el presupuesto es muy reducido, obviamente la participación de los comerciantes no es la misma que hace 20 años eso ha cambiado. Actualmente se está incentivando esta participación con ciertas marcas que han ingresado a San Gil y aunque hacen un aporte pequeño, apoyan el sector.

Las campañas de prevención son realizadas por la alcaldía y tienen colaboración de Fenalco con los comerciantes en las temporadas de semana santa, mitad de año y época decembrina. El objetivo de estas es generar una buena imagen como destino para que turista quiera quedarse.

Otros Actores

En esta categoría encontramos cuatro actores que son fundamentales en el desarrollo de la fiesta y que de una u otra forma intervienen en ella los cuales son:

Municipios Aledaños: San Gil se encuentra ubicado muy cerca de 3 municipios nombrados patrimonio cultura (Socorro, Barichara, Jirón), además de estar rodeado de más de 15 municipios con ofertas turísticas diferentes, motivo por el cual la unión de toda esta región genera una diversificación de servicios y productos muy amplia para el turista, la mayoría de personas escogen a San Gil por ser un punto central con muy buena accesibilidad e infraestructura, para el fin de semana salir y conocer los municipios aledaños.

Corporación de Ferias: Este actor colabora económica y administrativamente al desarrollo de las ferias del municipio, encargándose de integrar a los sangileños, las instalaciones y los predios en los que se realizan las actividades pertenecen a este ente. El perfil que se maneja concordó con el 100% de los entrevistados al ser un perfil para personas de la región, el Instituto de Turismo informo que el perfil es familiar, ya que se realizan actividades para todas las personas, gustos y edades buscando una integración en un evento cultural regional. Aunque asistan extranjeros a las ferias estos no están dentro del perfil ya que para ellos están otro tipo de actividades que se realizan durante todo el año. La evolución del perfil de turista se cambió a partir de la oferta y la demanda, este cambio se inició hace unos 20 años aproximadamente con lo cual otros municipios aledaños iniciaron también un proceso de desarrollo turístico; esto llevo a que San Gil a pesar de ser reconocido por el deporte de aventura, expandiera los servicios que ofertaba y cambiara de perfil universitarios que quieren sentir adrenalina en los diferentes deportes a un enfoque más familiar.

Sector Hotelero: Uno de los entrevistados es dueño de varios hoteles tanto en la zona rural como urbana en San Gil, motivo por el cual asegura que ese fin de semana es muy flojo, debido a que la mayoría de los asistentes a las feria solo vienen al concierto y se van, no pernoctan en el municipio.

Entes de Difusión Cultural: Personas que por su amor al arte desarrollan actividades culturales en sus tiempo de ocio como pintura, tocar algún instrumento, canto entre otros. Este tipo de actividades empírica fortalece las tradiciones y tiene que ver con el desarrollo de una marca región en San Gil, este es abanderado y reconocido por el turismo de aventura, sin embargo se pretende vender justamente ese tipo de tradiciones a las personas que no tienen conocimientos sobre ellas y que viajan hasta esos territorios para prender sobre cultura.

Para poder desarrollar turismo San Gil inicio un proceso de certificación con la norma técnica con los prestadores de servicio turístico, esto genera mayor confianza para los turistas en el destino, genera una buena imagen y un desarrollo. Este tipo de desarrollo se complementa con las cifras de turistas que llegan a San Gil, uno de los puntos de referencia es el Parque Gallineral con el cual se miden la cantidad de personas que ingresan a este atractivo, evidenciando un incremento positivo, sin embargo según la directora del Instituto de Cultura: se ha hablado con aeropuerto las cifras siempre crecen y son positivas durante el año pero los turistas no se saben a dónde van, porque no se ve ese impacto en el municipio en el sector hotelero.

Actividades Feria

Los directivos resaltaron siete actividades en las cuales se representa la esencia de la feria de San Gil, estas actividades son:

Grupo de Teatro: En el 2017 se realizó una prueba piloto con el festival de teatro con la colaboración de un grupo de teatro llamado monte brujas estos jóvenes desarrollan teatro cirquero y con ayuda de la alcaldía se realizaron diferentes presentaciones para el disfrute de toda la familia, en el 2018 se pretende realizar una segunda versión del festival de teatro y de banda sinfónica.

Verbenas: Este tipo de encuentros se hacen en la noche en la plaza central de San Gil y se traen cuenteros o se realizan presentaciones de teatro o danza con el objetivo de entretener.

Gastronomía: Durante todo el desarrollo de la feria se tienen casetas con vendedores de postres y dulces tradicionales, además de los comerciantes de carne oreada y otros platos típicos de la región.

Festival de Música Colombiana: Este festival consideran es tradicional y se ha mantenido debido a las escuelas y los profesores que son residentes de la región que incentivan esta tradición en las nuevas generaciones, en festivales a nivel nacional en los cuales han participados chicos formados en San Gil en la categoría de cuerdas cuatro de ellos han participado en el Festival Mono Núñez obteniendo el primer lugar.

Día del Campesino: Es un evento tradicional que lo realizan el último día de la feria allí se hace una venta de productos agrícolas cosechados por los mismos campesinos de la región, allí también se hacen una serie de concursos y se trae un grupo de música carranguera, como obsequio se regalan semillas de diferentes cultivos y se almuerza en la plaza central.

Pintores: San Gil es también llamado “tierra de pintores” motivo por el cual se realizan exposiciones de diferentes técnicas como pintura al óleo, espátula, acrílico entre otras. Estas se pueden visitar en la casa de la cultura.

Concierto: Esta actividad se realiza como el cierre de la feria y cada año traen un artista invitado a la feria de talla internacional y grupos regionales o nacionales para que desarrollen el cierre.

Grupo Academia

Administración Feria

La planeación de la feria se hace por medio de un grupo privado, esta institución lidera las decisiones de todos los temas del evento apoyándose indirectamente de la secretaria de turismo de la alcaldía municipal. Fueron una pequeña parte de los participantes, quienes preferirían que el liderazgo de la planeación y desarrollo de la feria, fuera de alguien que tomara la iniciativa, que tenga voz para realizar cambios y/o reestructuraciones, que cuente con una visión y la determinación de adoptar un evento tradicional como el punto central de la feria.

La administración hasta el momento ha logrado que la mayoría de participantes prefieran no asistir a la feria por la alta concentración de personas en puntos como Plaza de Ferias. El desorden en los espacios para el desarrollo de la feria, sumado a las grandes concentraciones de personas, trajo como consecuencia otras actividades que no son del agrado de todos los participantes del grupo focal.

Viendo la feria como un producto para venderse, todos los participantes coincidieron al decir que el público al que parece querer llegar es toda la familia, aunque se sabe que no pueden asistir en familia a gran parte de los eventos nocturnos. Gracias a la fecha de realización el perfil del usuario que consume la feria de San Gil es aquel que vive en el municipio o en los alrededores del mismo.

Las características de las actividades pueden darle la calidad de paga o gratuita a los eventos de la feria, siendo decisión de la administración realizar una apropiada gestión para poder llegar a la mayor cantidad de personas. Aquellos generalmente culturales, parten de la alcaldía municipal y son de desarrollo gratuito. Sin embargo, aquellas actividades pagas, serán un costo en la búsqueda por recolectar dinero, haciendo que cobren las entradas, confirmando indirectamente que el objetivo de la administración de la feria es vender, a raíz de lo mismo otros puntos como la conservación de la tradición o la calidad del evento se verán olvidados.

Logística de la Feria

Uno de los principales inconvenientes del desarrollo de la feria, es carencia de logística en la planeación fomentando la falta de orden y el aparente diseño de la feria para las personas de la población rural de San Gil Los participantes afiliaron la logística a los siguientes temas:

El espacio: la mayoría manifiesta la necesidad de mejor coordinación del espacio y manejo del orden dentro de los mismos, así como la posibilidad de desarrollar no todos los eventos principales en Plaza de Ferias.

Sensibilización: la logística debe tomar partido para fomentar sensibilizaciones en la población residente respecto a la tradición, así como fomento de la cultura ciudadana, haciendo posible que, a pesar de grandes concentraciones de gente, no se presentaran inconvenientes negativos en las ferias

Seguridad: los participantes expresan se requiere mayor dialogo con las autoridades para conciliar la organización alrededor de los eventos, dándole prioridad a algunos escenarios si existe escases de recurso humano de seguridad pública. La mayoría de los participantes saben por vivencia propia o por la experiencia de algún conocido cercano, acerca de malos altercados que se han presentado en la historia de las ferias en San Gil, dándole aún más importancia a realizar esta tarea de manera diligente

El que los engloba a todos es la organización que lleva a cabo la administración de las ferias en el municipio, pudiendo mejorar el aspecto de la logística según los participantes, si se contrala los puntos ya mencionados, y se estructura la mejor manera para darle un punto diferenciados a la feria de San Gil, controlando también la promocionar correcta de la cultura y las tradición de la feria.

Comercio

La mayoría de los participantes estuvo de acuerdo al expresar el evidente incremento de comercio informal debido a la casi nula organización, lo cual ha traído que vendedores de otros sitios migren a San Gil a los espacios y en los días de las actividades más relevantes, robando una porción del mercado a los comerciantes sangileños tanto ambulantes como los que cuentan con puesto físico. Aquellos que sienten de manera positiva el comercio en opinión de los participantes del grupo focal, son aquellos que han sabido sacarle ventaja a la ubicación de sus establecimientos o puestos comerciales, y aquellos que tienen productos de alimentos y bebidas. Es decir que estar en el corazón de las actividades de la feria, probablemente signifique un incremento en las ventas. Pero se recae nuevamente en que la buena ubicación no es exclusiva para el comerciante de San Gil.

Un par de participantes expresaron considerar que el comercio sufre consecuencias negativas, debido a que la alta llegada de personas viene para asistir a los conciertos, sin parecer interesados en gastar. De la mano de ello, se puede relacionar a la poca buena publicidad que tiene la feria, haciendo que no sea una feria destacada, y entonces no abunden los asistentes nuevos, y aquellos asistentes que son recurrentes, tal vez no tengan altos ingresos económicos para ser traducidos en compras de bienes y/o servicios que no son de primera necesidad.

Actividades Feria

La mayoría de los participantes traducen la feria, identificándola como una serie de actividades, a continuación, mencionaremos aquellas que fueron más veces mencionadas en diferentes partes del grupo focal.

La Gran Cabalgata: El conjunto de participantes cree que esta es una actividad representativa de la feria, debido a que es fácil de disfrutar por que no se concentra en un solo punto, sino que recorre San Gil. También mencionan que no es necesario saber de la

programación de la feria para ir a ver la cabalgata, convirtiéndose en una actividad que puede disfrutar gran parte de los residentes y/o visitantes, sin problema.

Festival de Carranga: Los participantes nos explicaron que esta es una actividad, desarrollada exclusivamente el día conmemorativo al campesino, siendo algo tradicional dentro de las costumbres de la planeación. Sin embargo, aunque saben a grandes rasgos de las características de la actividad, ninguno de los integrantes del grupo, expresaron haber asistido en algún momento, dando la impresión que es una actividad sesgada para el disfrute netamente de la población rural y que los residentes del municipio no sienten interés como para participar de la misma.

Exposición y Reinado Canino: En el momento en que solicitamos nos dijeran algunas de las actividades que les gustaría retomar para que nuevamente se integren en el marco de actividades de la feria, se encuentra la exposición canina. La mayoría de los participantes se animaron al hablar del tema, mostrando un interés genuino por pequeñas actividades como esta, de ello pudimos identificar que como los canes son animales más populares, en términos generales, más cantidad de personas puede gozar de esta actividad sin tener que contar con conocimiento específico en aspectos técnicos en zootecnia u veterinaria.

Artistas Invitados: 100% de los participantes que comentaron frente a la variedad de artistas invitados a la feria, mostraron inconformismo por el nivel de protagonismo que reciben. Confesaron que incluso para ellos el artista es la razón por la que en un comienzo consultan la programación de la feria, lo cual permitió que ellos concluyan que el protagonismo de todas las actividades que se realizan, son opacados por la sección de conciertos. Sin embargo, después de haberse comparado la feria en los últimos 5 años, los participantes parecían no tener soluciones frente a la situación, lo cual se demostró al considerar que el interés de incrementar las ventas, hace que se prefiera invitar artistas populares de cualquier tipo de música a los artistas que podrían considerarse tradicionales de la región. Además, son los primeros los que han capturado el interés de la población en general, permitiendo que atractivos físicos, muebles, inmuebles y tradiciones inmateriales sean desmeritados en comparación.

La Exposición Ganadera: Por todo lo anterior la feria de exposición ganadera, que es el tópico central de la feria, es considerada en la actualidad como una actividad más de los programas, y no como el eje central en el cual debería girar todo. Es una señal de alarma

que el nombre de la festividad halla pasado a segundo nivel y este acto sea comparado con las actividades que menos interés e importancia tienen en la feria, limitando la exclusividad del evento a un sector con conocimientos específicos de los diferentes animales de granja.

Nota: Autoría propia

8. Capítulo 3. La influencia del turismo

El cambio muchas veces puede ser imperceptible, y los escenarios que los presentan, generalmente no reciben la importancia debida, arrojando como consecuencia de ello que actividades como La Feria Agropecuaria y Ganadera de San Gil, Santander, se transformen. A lo largo del presente trabajo, hemos visto como es, y como se ha hecho presente la cultura Sangileña en el desarrollo del turismo, en el ya mencionado evento. Identificamos la naturaleza sensible de la cultura ante la introducción de factores culturales diferentes a los tradicionales de la región, de igual manera conocimos la opinión local respecto al evento analizado. En este capítulo analizaremos la información obtenida, transformándola y adaptándola a un modelo métrico por medio de indicadores de variables culturales, las cuales se obtuvieron del capítulo anterior.

Antes de comenzar aclararemos que la construcción de los indicadores que presentaremos, han sido modelados por nuestra autoría, siendo parte del proceso de análisis metodológico, conservando como piedra angular la crítica constructiva al turismo cultural, el cual recordamos su significado en las palabras de Iriarte:

“el turismo cultural se da cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria, una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género, una danza, allí tendremos turismo cultural. Pero también es turismo cultural la convivencia con comunidades” (Iriarte en Kravets. I, Camargo. P, 2008, P. 4).

Consultado la información disponible, la mayoría de autores e instituciones gubernamentales o privadas, concuerdan en que, para la construcción de cualquier indicador, deben procurar ser precisos, confiables, comparables en tiempo o espacios, clasificables según su naturaleza y más que nada, tener pertinencia con la investigación. Este último objetivo cierra fuentes de información de indicadores anteriormente constituidos, gracias a la diferencia de las investigaciones con el presente estudio, por ello para la construcción de este documento implementamos la metodología anteriormente explicada, con lo cual obtuvimos opiniones participativas del desarrollo del turismo cultural en la feria de noviembre de San Gil, involucrando a diferentes sectores y tipos de personas residentes del municipio.

8.1. Indicadores culturales

La cultura es de naturaleza intangible, por lo que poder cuantificarla requiere de aproximaciones reales de los eventos a analizar, la doctora Belén Fiallos sugiere “aproximaciones cuantitativas” (p.2) para la creación de una métrica en escenarios culturales. En el caso de la feria de San Gil nos ceñiremos a conservar los datos cualitativos que fueron obtenidos desde nuestra autoría, los cuales fueron presentados a profundidad en el capítulo 2, La Percepción del Residente. Por otro lado, damos claridad respecto a la existencia de datos cuantitativos, producto de investigaciones de entes internacionales como la UNESCO, y nacionales como El Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Departamento de Planeación Nacional y El Banco de la Republica de Colombia. Estas fuentes de información implementan datos amplios en sus estudios, siendo un ejemplo de la clasificación de indicadores asociada por categorías de Santana: “A) Impacto económico: costes y beneficios económicos; B) Impacto físico: alteraciones espaciales y del medio ambiente; C) Impacto social y cultural: cambios en la forma de vida a nivel colectivo e interpersonal” (Santana en Kravets. I, Camargo. P, 2008, P. 5).

La clasificación que presenta Santana facilita la agrupación de indicadores, dependiendo las variables analizadas, contando con una categoría especial de impacto cultural, reforzando la información mencionada a lo largo del trabajo, la cual es como su nombre lo dice, una presentación de los cambios de la forma de vida de la población. Por ello, es esta tipología de indicadores las cuales adoptaremos.

La creación de indicadores culturales surge por la necesidad de lograr el aprovechamiento efectivo de los datos recolectados en esta investigación. Se consultó la información de los indicadores culturales actuales para poder adaptarlos a los resultados obtenidos en la metodología, enfrentando la escases de información útil

“jamás las cifras resultantes de los estudios y encuestas han pretendido rendir cuenta de " la cultura”, sino que, por el contrario, se han reconocido siempre por lo que son: el aspecto cuantificable de los fenómenos extremadamente simples, perfectamente definidos con respecto a las necesidades de las políticas públicas: prácticas culturales, financiamientos, empleo cultural, relaciones precio-frecuentaciones, etc.” (Tolilla. P en Taber. M, 2005, p. 8)

Los indicadores que se presentaran más adelante en este capítulo, buscan facilitar convertir la información en puntos de referencia para la toma de decisiones frente a la planeación, al desarrollo y la evaluación de la feria de exposición ganadera y agropecuaria de San Gil. También reciben el nombre de indicadores de contexto, por recolectar información respecto a eventos o actividades específicas de ocio, en este caso será de la planeación cultural alrededor de los escenarios de la feria.

Se analizarán los resultados por indicador desde 3 posturas diferentes, el licenciado Gonzalo Sánchez, los nombra como impactos directos, indirectos e inducidos. A pesar que el autor los desarrolló para estudios financieros, se adaptaron sus enunciados para los análisis culturales, para lo cual:

- ❖ El impacto directo: Analizaran las relaciones directas que tiene la feria en los grupos de participantes frente a las variables presentadas, por medio de los indicadores culturales desarrollados.

- ❖ El impacto indirecto: Son las actividades que se han adoptado gracias a la popularidad del evento, pero que no son necesariamente de la tradición de la feria.

- ❖ El impacto inducido: Son cambios involuntarios que tienen razón de existencia, por el desarrollo de la feria Agropecuaria y Ganadera de San Gil, aquellos que tienen alcance en los sistemas apartados de la feria, como por ejemplo las instituciones de educación.

En cuanto al modelo de evaluación La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) muestra la información a continuación:

“Modelos aplicados a las áreas relacionadas la educación, conformado por cuatro tipos de análisis referidos a:

Contexto: identificación de problemas, oportunidades y necesidades;

Insumos: determina la cantidad y uso de recursos para lograr los objetivos planteados;

Procesos: es la comprobación de la realización de una línea estratégica para la obtención de una meta;

Productos: mide el logro de los objetivos programados.” (p.4)

Con eso en mente el modelo de evaluación aplicado, es también llamado Modelo de Evaluación de Contexto, gracias a que tomara los resultados por indicador y posterior al análisis se identificara

la problemática que, para el caso de la feria de San Gil, es conocer el grado de impacto del turismo en la cultura local o tradicional.

8.1.1. Planteamiento indicador.

Los indicadores que se utilizaron se definieron en base a la matriz comparativa que se obtuvo en el capítulo dos del presente documento, cada uno de los indicadores se relacionó con una variable directa, en la siguiente tabla encontraremos el nombre del indicador, el objetivo y su respectiva fórmula.

Tabla 28. Planteamiento Indicadores

Nombre Indicador	Objetivo	Formula
Indicador de Percepción	Identificar las variables principales con las cuales la feria se destaca y es percibida por los diferentes grupos de investigación	$I.P = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$
Indicador Culturales Dinámicas	Identificar las variables con las cuales los grupos de investigación afirman que han cambiado a través del tiempo y como consecuencia ha modificado la forma en la que se realiza la feria.	$I.D.C = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$
Indicador de Desarrollo	Identificar las variables en las cuales se evidencia un desarrollo en la feria, según los grupos de investigación.	$I.D = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$
Indicador de Actividades	Determinar las actividades más representativas de la feria en los últimos cinco años.	$I.A = \left(\frac{A.A + E + F + O.A}{4} \right)$

Nota: Autoría propia.

8.1.2. Desarrollo de indicadores.

Los indicadores expuestos anteriormente son el resultado del trabajo de campo realizados en el capítulo 2 (Matriz Comparativa – Triangulación de información grupos trabajados) con estos datos y su respectiva formulación se obtuvo los siguientes resultados:

➤ **Indicador de percepción**

Este indicador se desarrolló con los datos obtenidos de la matriz comparativa del capítulo dos, se identificaron cuatro variables que lo conforman: Objetivo, Percepción, Actividad de caracterización y Actividad Afiches. Identificando estas variables se utilizó una escala de calificación de 1 a 5 teniendo en cuenta los siguientes criterios para cada variable:

Tabla 29. Variables Indicador Percepción

Variable	Valor Mínimo 1	Valor Máximo 5
Objetivo Feria Cultural	Siendo 1 objetivo No Cultural	Siendo 5 objetivo enfocado a la cultura
Percepción Feria	Siendo 1 una percepción negativa	Siendo 5 una percepción positiva
Actividad Caracterización sobre la Feria	Siendo 1 No tradicional	Siendo 5 tradicional
Actividad Afiches Publicitarios Feria (5 Últimos Años)	Siendo 1 No tradicional	Siendo 5 tradicional

Nota: Autoría propia.

Teniendo en cuenta estos criterios y los análisis finales que se encuentran en la matriz se realizó la aplicación de la fórmula del indicador por variable para posteriormente obtener un promedio general del indicador el cual se evidencia en la siguiente tabla

Tabla 30 Indicador de Percepción

Índice de Percepción					
Segmentos	Grupos				Formula
	Residentes	Comerciantes	Directivos	Academia	
<i>Objetivo</i>	4	4	4	3	
<i>Percepcion</i>	2	3	-	-	
<i>Actividad</i>				5	
<i>Caracterización de la Feria</i>	-	-	-		
<i>Actividad 2 - Afiches</i>	2	-		2	
<i>Afiches</i>	-	-	-		
Total					

Índice de Percepción						
Segmentos	Grupos				Formula	Total
	Residentes	Comerciantes	Directivos	Academia		
<i>Objetivo</i>	4	4	4	3	$\left(\frac{4+4+4+3}{4}\right)$	3,75
<i>Percepción</i>	2	3	-	-	$\left(\frac{2+3}{2}\right)$	2,5
<i>Actividad</i>				5	$\left(\frac{5}{1}\right)$	5
<i>Caracterización de la Feria</i>	-	-	-			
<i>Actividad 2 - Afiches</i>	2	-		2	$\left(\frac{2}{1}\right)$	2
<i>Afiches</i>	-	-	-			

Nota: Autoría propia.

En esta tabla podemos encontrar las variables para identificar el índice de percepción (I.P) el cual se halla mediante la siguiente formula:

$$I.P = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$$

Donde:

- X Son las variables identificadas
- Total, X Son la cantidad de variables utilizadas

Reemplazando la formula, se obtendría

$$I.P = \left(\frac{3,75 + 2,5 + 5 + 2}{4} \right) = 3,3$$

Como podemos evidenciar el resultado promedio del indicador de percepción es de 3,3 es decir un 66% en el cual los grupos investigados consideran que la feria es una oportunidad de crecimiento para el municipio y que su realización influye de manera positiva además de tener algunas actividades centradas en la parte tradicional como el día del campesino y la exposición ganadera. Mientras tanto encontramos un 34% que refuta esta percepción debido a que las ferias son un punto negativo para el municipio ya que atraen a personas indebidas al sector, se evidencia la venta de sustancias alucinógenas y alcohol en cantidad y las actividades que más se promocionan no tienen nada que ver con el origen de la feria.

➤ Indicador dinámicas culturales

Este indicador se desarrolló con los datos obtenidos de la matriz comparativa del capítulo dos, se identificaron cuatro variables que lo conforman: Impacto, Tradición, Cambios Culturales y Transculturación. Identificando estas variables se utilizó una escala de calificación de 1 a 5 teniendo en cuenta los siguientes criterios para cada variable:

Tabla 31 . Variables Indicador Dinámicas Culturales

Variable	Valor Mínimo 1	Valor Máximo 5
Impacto	Siendo 1 impacto negativo	Siendo 5 impacto positivo
Tradición	Siendo 1 No tradicional	Siendo 5 tradicional
Cambios Culturales	Siendo 1 No hay cambios	Siendo 5 Si hay cambios

Transculturación	Siendo 1 No hay transculturación	Siendo 5 Si hay transculturación
-------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Nota: Autoría propia.

Teniendo en cuenta estos criterios y los análisis finales que se encuentran en la matriz se realizó la aplicación de la fórmula del indicador por variable para posteriormente obtener un promedio general del indicador el cual se evidencia en la siguiente tabla

Tabla 32. Indicador Dinámicas Culturales

Indicador Dinámicas Culturales						
Segmento	Grupos				Formu la	Tot al
	Resident es	Comercian tes	Directiv os	Academ ia		
<i>Impacto</i>	3	2	-	-	$\left(\frac{3+2}{2}\right)$	2,5
<i>Tradición Sangileña</i>	-	-	4	2	$\left(\frac{4+2}{2}\right)$	3
<i>Cambios Culturales</i>	-	-	4	-	$\left(\frac{4}{1}\right)$	4
<i>Transculturac ión</i>	-	-	-	3	$\left(\frac{3}{1}\right)$	3

Nota: Autoría propia.

En esta tabla podemos encontrar las variables para identificar el indicador de dinámicas culturales (I.D.C) el cual se halla con la siguiente formula:

$$I.D.C = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$$

Donde:

- X Son las variables identificadas
- Total, X Son la cantidad de variables utilizadas

Reemplazando la formula, se obtendría

$$I.D.C = \left(\frac{2,5 + 3 + 4 + 3}{4} \right) = 3,1$$

Como podemos evidenciar el resultado promedio del indicador de dinámicas culturales es de 3,1 es decir que, de los grupos entrevistados este porcentaje asegura que las dinámicas culturales han cambiado a través del tiempo y se han obtenido dinámicas negativas están tienen un porcentaje del 66% las cuales se evidencian en la oferta de actividades que no son tradicionales en la feria un ejemplo de esto es el concierto, otro punto a considerar es que la tradición de la feria no está definida y por tal motivo las personas no saben que celebran con la misma. Sin embargo, se evidencian dinámicas culturales en la feria positivas en un porcentaje de 37% debido al enfoque comercial que ha adquirido en municipio y el incremento en las ventas debido a la cantidad de personas que se reúnen a celebrar las fiestas.

➤ **Indicador de desarrollo y actividades**

Este indicador se desarrollará de una manera diferente debido a que tenemos dos variables con datos diferentes, motivo por el cual se evaluarán ambas variables por separado y posteriormente se realizará un análisis que involucre ambas variables.

➤ **Variable desarrollo**

Con los datos obtenidos de la matriz comparativa del capítulo 2, se identificaron cinco variables que lo conforman: Asistentes, Logística, Ventas, Otros Actores y Administración de la feria. Identificando estas variables se utilizó una escala de calificación de 1 a 5 teniendo en cuenta los siguientes criterios para cada variable:

Tabla 33. Variables Desarrollo

Variable	Valor Mínimo 1	Valor Máximo 5
Asistentes	Siendo 1 No incremento de Asistentes	Siendo 5 Incremento de Asistentes
Logística	Siendo 1 logística negativa	Siendo 5 una logística positiva
Ventas	Siendo 1 un decremento en las ventas	Siendo 5 un Incremento en las ventas
Otros Actores	Siendo 1 una intervención negativa	Siendo 5 una intervención positiva

Administración de la Feria	Siendo 1 una mala administración	Siendo 5 una buena administración
-----------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Nota: Autoría propia.

Teniendo en cuenta estos criterios y los análisis finales que se encuentran en la matriz se realizó la aplicación de la fórmula del indicador por variable para posteriormente obtener un promedio general del indicador el cual se evidencia en la siguiente tabla

Tabla 34. Indicador Desarrollo

Indicador Desarrollo						
Segmento	Grupos				Formu la	Tot al
	Resident es	Comercian tes	Directiv os	Academ ia		
<i>Asistentes</i>	4				$\left(\frac{4}{1}\right)$	4
<i>Logística del Evento</i>	1		3	2	$\left(\frac{1+3+2}{3}\right)$	2
<i>Ventas/Comercio</i>	4		3	3	$(4+3+3)$	3,3
<i>Otros Actores</i>			4		$\left(\frac{3+2}{2}\right)$	4
<i>Administración</i>				3	$\left(\frac{3+2}{2}\right)$	3

Nota: Autoría propia.

En esta tabla podemos encontrar las variables para identificar el indicador de desarrollo (I.D) el cual se halla con la siguiente formula

$$I.D = \left(\frac{\sum X}{Total X} \right)$$

Donde:

- X Son las variables identificadas
- Total, X Son la cantidad de variables utilizadas

Reemplazando la formula, se obtendría

$$I.D = \left(\frac{4 + 2 + 3,3 + 4 + 3}{5} \right) = 3,27$$

Por lo cual ese 3,27 representa que un 65% de la información que se ha generado, se evidencia en un desarrollo positivo en las ferias esta se evidencia con una mayor cantidad de asistentes al evento de diferentes zonas del país, un incremento en las ventas en centros comerciales que favorece a los comerciantes, el apoyo de entidades diferentes a la alcaldía a la realización de la feria. Mientras que contamos con un 35% de desarrollo negativo que evidencia en el incremento de vendedores ambulantes en las diferentes zonas de la feria lo cual genera informalidad laboral, una logística del evento con demasiadas problemáticas ya que no tienen procesos eficientes, no se maneja un esquema de seguridad que haga sentir a la comunidad segura lo cual ha generado un incremento en hurtos y peleas en los días de feria.

➤ Variable actividades.

Las actividades que han sido realizadas en las ferias han tenido un objetivo específico, motivo por el cual mediante el proceso y desarrollo periódico de estas podemos identificar cuáles son las actividades que son insignia de la feria y la variación de eventos alternos a los principales en los últimos cinco años, A continuación, encontraremos una representación gráfica de este planteamiento

Tabla 35. Frecuencia Actividades

<i>Actividades</i>	Frecuencia Actividades					Total
	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	
<i>Aeróbicos</i>					1	0,2
<i>Agro feria Fenalco</i>	1			1	1	0,6
<i>Alborada Musical San Gil</i>				1	1	0,4
<i>Banda Parranda</i>	1					0,2
<i>Cabalgata Infantil</i>	1	1		1	1	0,8
<i>Campeonato de Bolo Criollo y Mini Tejo</i>				1	1	0,4
<i>Celebración Eucaristía</i>					1	0,2
<i>Ciclo Paseo</i>				1		0,2
<i>Concierto Música Colombiana</i>			1			0,2
<i>Concurso de Danza</i>		1				0,2

<i>Concurso Tradicional de Campesinos</i>	1	1			1	0,6
<i>Condecoración al mérito Agropecuario</i>	1				1	0,4
<i>Corrida de Toros</i>	1					0,2
<i>Decoración Balcones Históricos</i>					1	0,2
<i>Encuentro de Bandas de Viento</i>					1	0,2
<i>Encuentro de Dj's</i>	1				1	0,4
<i>Exposición Carros Antiguos</i>					1	0,4
<i>Exposición de Pintura</i>					1	0,2
<i>Exposición Equina Grado B</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Exposición Ovino Caprina</i>		1	1	1	1	0,8
<i>Feria Comercial Ganadera</i>	1	1		1	1	0,8
<i>Feria del Emprendimiento</i>					1	0,2
<i>Festival Artístico y Cultural y Deportivo Extremo</i>	1					0,2
<i>Festival Audio Car y BMX</i>					1	0,2
<i>Festival Canino</i>	1	1	1	1		0,8
<i>Festival Cómico Taurino</i>	1					0,2
<i>Festival de Danzas</i>	1		1		1	0,6
<i>Festival de Orquídeas y Jardín</i>					1	0,2
<i>Festival de Teatro</i>					1	0,2
<i>Festival Gastronómico y Cultural</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Festival Municipal de Carranga</i>					1	0,4
<i>Fiesta Reds</i>	1					0,2
<i>Ganado Idol Colombia</i>		1				0,2
<i>Gran Cabalgata</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Gran Maratón</i>					1	0,2
<i>Guane de Oro</i>		1	1			0,4
<i>Mercado Sueño Campesino</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Muestra Artesanal - Casona Antigua</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Muestra Bovina</i>	1	1	1	1	1	1

<i>Muestra Granja</i>	1	1		0,4
<i>Premiación Mejor Lote de Ganado</i>	1			0,2
<i>Presentación Reina de San Gil</i>		1	1	0,4
<i>Quema de Pólvora - Cerro de la Cruz</i>	1			0,2
<i>Serenata a San Gil</i>		1	1	0,6
<i>Show Ranchero y Presentación caballos de alta escuela</i>	1			0,2
<i>Verbena Popular</i>		1	1	0,4

Nota: Autoría propia.

En la parte inferior del grafico encontraremos las actividades que se realizaron a lo largo de cinco años, posteriormente se colocó un “1” en el año específico en la cual se desarrolló dicha actividad, al final encontraremos un total que se halla sumando la periodicidad de cada actividad y dividiéndola en el # de años. Se dará un ejemplo con la primera actividad de la tabla la cual es aeróbicos

$$\text{Aerobicos} = \left(\frac{0 + 0 + 0 + 0 + 1}{5} \right) = 0,2$$

Mediante esta fórmula se evidencio la periodicidad de cada una de las actividades realizadas en la feria y la importancia que tiene cada una de ellas a nivel numérico, si el resultado se encuentra más cercano al número 0 quiere decir que esta actividad es variante y que no es de las principales en la feria, mientras que si la actividad es más cercana al 1 será un actividad relevante, constante y representativa de la feria. Para realizar un análisis más detallado y exaltar las actividades con mayor relevancia se dividió este grupo de actividades en cuatro los cuales son: Actividades Agropecuarias, Exposiciones, Festividades y Otras actividades. De esta manera será más fácil realizar un análisis y destacar las actividades relevantes.

➤ **Actividades agropecuarias**

En este grupo encontraremos todas las actividades que estén relacionadas con dicho sector de manera directa, en la siguiente tabla de frecuencia agropecuaria valores se evidencia la periodicidad de estas actividades en porcentaje individual en los últimos cinco años

Tabla 36. Frecuencia Agropecuaria Valores

Frecuencia Agropecuaria Valores			
	<i>Agro feria Fenalco</i>	<i>Condecoración al mérito Agropecuario</i>	<i>Mercado Sueño Campesino</i>
2013	1	1	1
2014	-	-	1
2015	-	-	1
2016	1	1	1
2017	1	-	1
Total	0,6	0,4	1

Nota: Autoría propia.

Como evidenciamos en la tabla anterior las actividades relacionadas con el sector agropecuario son muy pocas, motivo por el cual identificar la actividad más destacada no es difícil de identificar, es el mercado sueño campesino con una calificación de 1, seguida por la Agro feria Fenalco con un 0,6 de calificación, estos puntajes los podemos identificar de mejor manera en la gráfica de promedio frecuencia agropecuaria, la cual hace referencia al valor promedio de cada actividad realizada en la feria en los últimos cinco años.

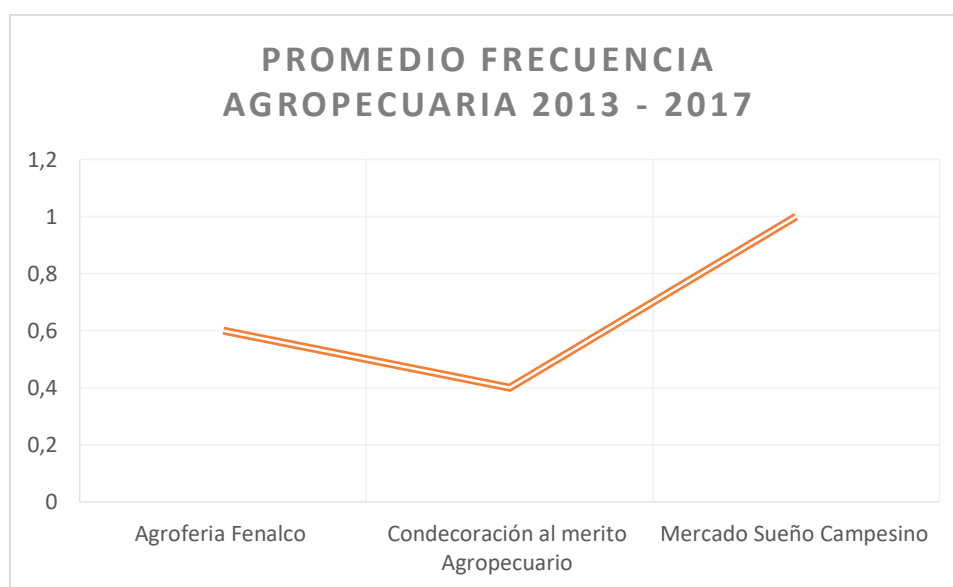


Figura 55 Promedio Frecuencia Agropecuaria 2013 - 2017

Fuente: Propia- (2018)

Es decir que el porcentaje general de las actividades agropecuarias (A.A) es de:

$$A.A = \left(\frac{0,6 + 0,4 + 1}{3} \right) = 0,7$$

➤ Exposiciones

En este grupo encontramos actividades que tienen como objetivo demostrar algo al participante sean animales, obras de arte, pinturas etc. En la siguiente tabla de frecuencia exposiciones se evidencia la periodicidad de estas exposiciones en porcentaje individual en los últimos cinco años

Tabla 37. Frecuencia Exposiciones

Frecuencia Exposiciones						
	2013	2014	2015	2016	2017	Total
<i>Exposición Carros Antiguos</i>				1	1	0,4
<i>Exposición de Pintura</i>					1	0,2
<i>Exposición Equina Grado B</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Exposición Ovino Caprina</i>		1	1	1	1	0,8
<i>Muestra Bovina</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Muestra Granja</i>	1			1		0,4
<i>Premiación Mejor Lote de Ganado</i>	1					0,2
<i>Show Ranchero y Presentación caballos de alta escuela</i>	1					0,2

Nota: Autoría propia.

En la tabla de frecuencias exposiciones podemos evidenciar que se obtiene un resultado por actividad de exposiciones de las cuales podemos deducir que las más destacadas en este sector son:

- ❖ La exposición Equina Grado B con una calificación de 1
- ❖ La Muestra Bovina con una calificación de 1
- ❖ Exposición ovino Caprina con una calificación de 0,8

Estas actividades destacadas las podemos evidenciar en la siguiente gráfica de promedio frecuencias de exposiciones, en la cual se observa el valor promedio de cada actividad realizada en la feria en los últimos cinco años.

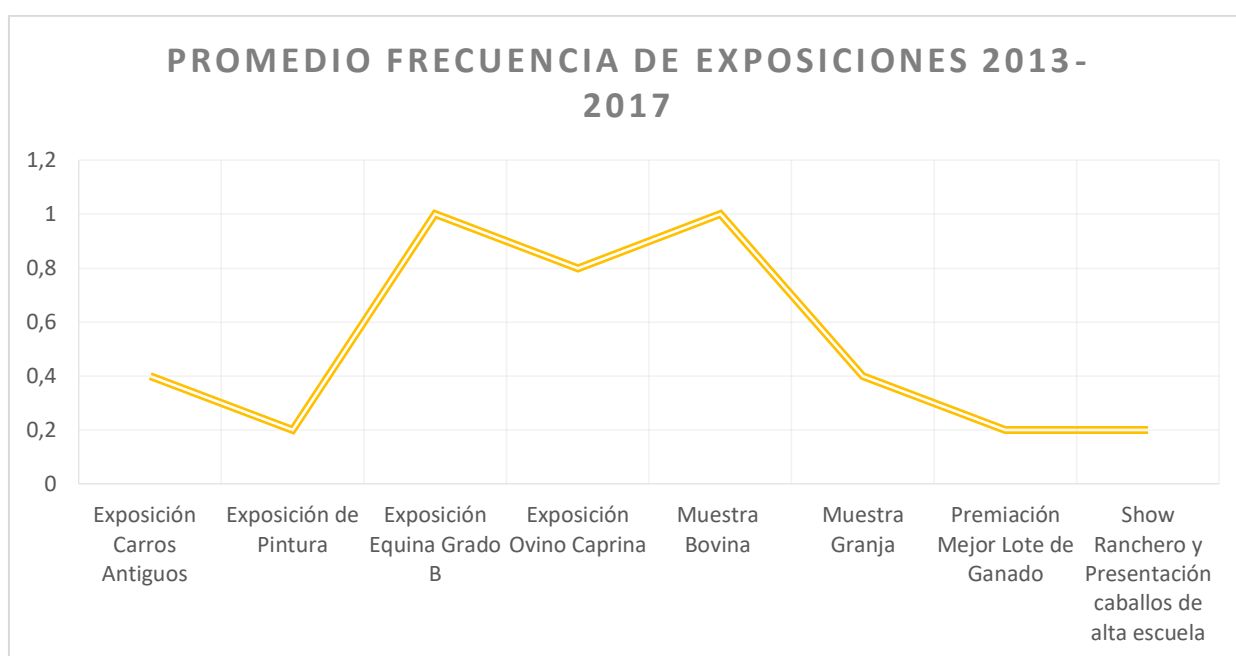


Figura 56 Promedio Frecuencia Exposiciones 2013 - 2017

Fuente: Propia- (2018)

Motivo por el cual el porcentaje general del grupo de exposiciones (E) es de:

$$E = \left(\frac{0,4 + 0,2 + 1 + 0,8 + 1 + 0,4 + 0,2 + 0,2}{8} \right) = 0,5$$

➤ Festividades

En este componente encontraremos todas las representaciones o micro eventos que se desarrollan dentro de la feria, teniendo en cuenta que la feria tiene una duración entre cuatro y tres días, la variedad de opciones que se desarrollan de este grupo es bastante amplia. En la siguiente tabla se evidencia la periodicidad de estas festividades en porcentaje individual en los últimos cinco años

Tabla 38. Frecuencia Festividades

Frecuencia Festividades						
	2013	2014	2015	2016	2017	Total
<i>Concierto Música Colombiana</i>			1			0,2
<i>Concurso de Danza</i>		1				0,2
<i>Concurso Tradicional de Campesinos</i>	1	1			1	0,6
<i>Corrida de Toros</i>	1					0,2
<i>Encuentro de Bandas de Viento</i>					1	0,2
<i>Encuentro de Dj's</i>	1				1	0,4
<i>Feria Comercial Ganadera</i>	1	1		1	1	0,8
<i>Feria del Emprendimiento</i>					1	0,2
<i>Festival Artístico y Cultural y Deportivo Extremo</i>	1					0,2
<i>Festival Audio Car y BMX</i>					1	0,2
<i>Festival Canino</i>	1	1	1	1		0,8
<i>Festival Cómico Taurino</i>	1					0,2
<i>Festival de Danzas</i>	1		1		1	0,6
<i>Festival de Orquídeas y Jardín</i>				1		0,2
<i>Festival de Teatro</i>					1	0,2

<i>Festival Gastronómico y Cultural</i>	1	1	1	1	1	1
<i>Festival Municipal de Carranga</i>					1	0,4
<i>Fiesta Reds</i>	1					0,2
<i>Ganado Idol Colombia</i>		1				0,2
<i>Gran Cabalgata</i>	1	1	1	1	1	1

Nota: Autoría propia.

Este grupo abarca un gran número de eventos relacionados con el desarrollo de la misma, motivo por el cual se encontró que las actividades destacadas de festividades son:

- ❖ Festival Gastronómico y Cultura con una calificación de 1
- ❖ La gran cabalgata con una calificación de 1