

RUTA TURÍSTICA:

GASTRONOMÍA, IDENTIDAD CULTURAL,
DESARROLLO RURAL EN **SANTANDER** Y
POLÍTICAS DE TURISMO EN **COLOMBIA**

- ② LUZ MARY CASTELLÓN VALDEZ
- ② INDIRA ANDREA QUIROGA DALLOS
- ② ANASTASIA ESPINEL SUARES
- ② LUZ MARINA HURTADO TORRES



Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

Ruta turística : gastronomía, identidad cultural, desarrollo rural en Santander y políticas de turismo en Colombia / Luz Mary Castellón Valdez ... [et al.]. -- 1a ed. -- Tunja : Universidad de Boyacá : Universidad de Santander, 2022.
186 p.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-5120-34-1 (impreso) -- 978-958-5120-35-8 (pdf)

1. Turismo – Investigaciones - Santander 2. Gastronomía – Investigaciones - Santander 3. Identidad cultural – Investigaciones - Santander 4. Desarrollo rural - Investigaciones - Santander 5. Turismo - Política gubernamental - Colombia I. Castellón Valdez, Luz Mary

CDD: 338.479186125 ed. 23

CO-BoBN– a1094253

RUTA TURÍSTICA:

GASTRONOMÍA, IDENTIDAD CULTURAL,
DESARROLLO RURAL EN SANTANDER Y
POLÍTICAS DE TURISMO EN COLOMBIA

- @ LUZ MARY CASTELLÓN VALDEZ
- @ INDIRA ANDREA QUIROGA DALLOS
- @ ANASTASIA ESPINEL SUARES
- @ LUZ MARINA HURTADO TORRES



Universidad de Boyacá

Presidente Emérito de la Universidad de Boyacá

Dr. Osmar Correal Cabral

Presidenta de la Universidad de Boyacá

Dra. Rosita Cuervo Payeras

Rector

Ing. MSc. Andrés Correal

Vicerrector Académico

Ing. MSc. Rodrigo Correal Cuervo

Vicerrectora Proyección Institucional

C.S. Mg. Ethna Yanira Romero Garzón

**Vicerrectora Investigación,
Ciencia e Innovación**

Ing. Mg. Claudia Patricia Quevedo Vargas

Vicerrector Administrativo y de Infraestructura

Dr. Camilo Correal C.

**Decana Facultad de Ciencias
Humanas y Educativas**

Psic. Mg. Claudia Inés Bohórquez Olaya

Universidad de Santander

Rector

Dr. Patricio López Jaramillo

Vicerrector de Enseñanza

Dr. César Serrano Novoa

Vicerrectora de Investigaciones

MSc. Fabiola Cecilia Aguilar Galvis

Vicerrectora de Extensión

Ing. Esp. Lilibian Paola Carvajal Carvajal

Vicerrectora de Posgrados

Ing. MSc. Gladys Yolanda Lizarazo Salcedo

Vicerrectora Administrativa y Financiera

Esp. Omaira Nelly Buitrago Bohórquez

Decana de la Facultad de Ciencias Sociales

MSc. Yadira Jasmine Téllez Valenzuela

©

Las autoras

Luz Mary Castellón Valdez
Universidad de Santander

Indira Andrea Quiroga Dallos
Universidad de Santander

Anastasia Espinel Suarez
Universidad de Santander

Luz Marina Hurtado Torres
Universidad de Boyacá

**Gestión editorial, corrección de texto
y estilo, diseño y diagramación**

División de Publicaciones

Director División de Publicaciones

Ing. D.G. Mg. Johan Camilo Agudelo Solano

Corrección de texto y estilo

Lit. Mg. Diva Marcela Piamba Tulcán

Diseño de diagramación y carátula

D.G. Rafael Alberto Cárdenas Estupiñan

© Ediciones Universidad de Boyacá

Carrera 2ª. Este N° 64-169
Tels.: (608) 7452742 - 7450000 Ext. 5405
www.uniboyaca.edu.co

publicaciones@uniboyaca.edu.co

Tunja-Boyacá-Colombia

© Universidad de Santander

Campus Universitario Lagos del Cacique

Calle 70 No. 55-210
Tels.: (607) 6318179 - PBX: (7) 6 516500
Bucaramanga, Santander, Colombia

www.udes.edu.co

Título: Ruta turística: gastronomía, identidad cultural,
desarrollo rural en Santander y políticas de turismo en
Colombia

Título inglés: Tourist route: gastronomy, cultural identity,
rural development in Santander and tourism policies in
Colombia

ISBN (impreso) 978-958-5120-34-1
ISBN (Libro digital) 978-958-5120-35-8

Proceso de arbitraje doble ciego

Impresión:
Formato: 21,5 x 21,5 cm.
Papel: Propalcote 115 gramos
Tinta: Color

Impreso
Búhos Editores Ltda.
Calle 57 No. 9-36 - Barrio Santa Rita
Tels.: 608 7442 264 - 608 7440 257
buhosedi@gmail.com
Tunja - Boyacá - Colombia

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

Esta edición y sus características gráficas son propiedad de las universidades:

UB Universidad de Boyacá®

Vigilada Mineducación



**Universidad
de Santander**
UDES

VIGILADA MINEDUCACIÓN | SNIES 2832

© 2022

© Universidad de Boyacá

© Universidad de Santander

Este libro es resultado de investigación como producto derivado del proyecto titulado "Identificación de los beneficios que traería la implementación de una ruta gastronómica enfocada al turismo y al desarrollo rural en Santander" con acta de inicio 053-16. Financiado en la convocatoria interna 2017-2018 de la Universidad de Santander. Igualmente la gestión editorial financiada en coedición con la Universidad de Boyacá. Se permite la reproducción parcial o total, con la autorización expresa de los titulares del derecho de autor. Este libro es registrado en Depósito Legal, según lo establecido en la Ley 44 de 1993, el Decreto 460 del 16 de marzo de 1995, el Decreto 2150 de 1995 y el Decreto 358 de 2000.

Contenido

Prólogo	13
Introducción	16
Aspectos metodológicos	20
Capítulo I: Modelos de desarrollo turísticos divergentes y su implementación en las políticas públicas a nivel internacional y en Colombia	23
Modelos de turismo	25
Políticas internacionales de turismo: modelos de desarrollo divergentes	28
Pospandemia, tendencias emergentes de turismo	33
Políticas públicas de turismo en Colombia	34
Discusión	40
Capítulo II: Descripción histórica de los municipios de Los Santos, Villanueva, Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucurí, y de los productos agrícolas que hacen parte de la ruta turística gastronómica	43
Barichara	47
Breve historia	47
Sector agropecuario	49
Productos agrícolas	51
Atractivos turísticos	57
Zapatoca	58
Breve historia	58
Sector agropecuario	60
Productos agrícolas	61
Atractivos turísticos	65
Villanueva	66
Breve historia	66
Sector agropecuario	68
Productos agrícolas	69
Atractivos turísticos	73
Los Santos	74
Breve historia	74
Sector agropecuario	76

Productos agrícolas	78
Atractivos turísticos	84
San Vicente de Chucurí	85
Breve historia	85
Sector agropecuario	86
Productos agrícolas	87
Atractivos turísticos	91
Caminos Reales	91
Capítulo III: Identidad, cultura y turismo: una mirada desde los referentes de la gastronomía santandereana	95
Metodología	98
Identidad cultural, cocina y turismo	98
“Somos lo que comemos”	100
De lo simbólico al mercado del turismo	102
El “deshogue” de las copricó, experiencia con umamj	102
Patrimonio gastronómico y mercado	105
Turismo gastronómico, una búsqueda por la conexión territorial	107
Experiencias de turismo gastronómico	108
De lo típico a lo tradicional	112
La cocina tradicional como una experiencia de turismo en Santander	114
Preparaciones identificadas para una ruta gastronómica	116
Productos agrícolas para una ruta gastronómica	122
Café y Cacao. Dos granos de sabor inigualable	123
Capítulo IV: La producción agrícola y el desarrollo rural como parte fundamental de la ruta turística-gastronómica en Santander	133
El estado de la producción agrícola en Colombia	138
El desarrollo rural y la producción agrícola en Santander	141
¿Cómo impactaría la ruta gastronómica a la población agrícola en Santander?	154
A modo de conclusión general del libro	166
Referencias	168
Anexo 1	182
Ficha Técnica de la Encuesta	182
Anexo 2	183
Ficha Técnica de la Entrevista	183

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Recorrido de la ruta turística y gastronómica en Santander.	18
Ilustración 2. Provincias Administrativas y de Planificación - PAP de Santander.	45
Ilustración 3. Catedral la Inmaculada Concepción de Barichara.	47
Ilustración 4. Fríjol.	51
Ilustración 5. Frutos cítricos.	53
Ilustración 6. Centro histórico de Zapatoca.	58
Ilustración 7. Planta de uva.	61
Ilustración 8. Iglesia principal de Villanueva.	66
Ilustración 9. Piña.	69
Ilustración 10. Aguacate.	71
Ilustración 11. Iglesia principal del pueblo de Los Santos.	75
Ilustración 12. Café.	78
Ilustración 13. Maracuyá.	82
Ilustración 14. La parroquia San Vicente Ferrer.	86
Ilustración 15. Cacao.	87
Ilustración 16. Información en la entrada del Camino Real Barichara-Guane.	92
Ilustración 17. Recorrido Camino Real Barichara-Guane.	92
Ilustración 18. Camino Real Villanueva a Jordán.	93
Ilustración 19. Camino Real Villanueva a Jordán.	93
Ilustración 20. Hormigas capturadas.	103
Ilustración 21. Proceso de “despique”.	103
Ilustración 22. Hormigas “despicadas”.	103
Ilustración 23. Hormigas en agua con vinagre y sal.	104
Ilustración 24. Proceso de tostado de las hormigas.	104
Ilustración 25. Exposición artística de hormigas culonas en el Paseo el Comercio, Bucaramanga, 2016.	105
Ilustración 26. Hormigas culonas para el consumo.	105
Ilustración 27. Capricultura, municipio Los Santos.	116
Ilustración 28. Mapa de distribución caprina en Colombia.	117
Ilustración 29. Venta de chicha en Guane.	120
Ilustración 30. Envueltos de mazorca elaborados en la zona rural de Barichara.	120
Ilustración 31. Cultivos de piña, Villanueva.	122
Ilustración 32. Vivero de aguacates, San Vicente de Chucurí.	122
Ilustración 33. Cultivo de aguacate, Villanueva.	123
Ilustración 34. Venta de aguacate, San Vicente de Chucurí.	123
Ilustración 35. Senderos por las plantaciones de café de la Hacienda El Roble.	124
Ilustración 36. Proceso de secado del café.	125
Ilustración 37. Selección de café.	125
Ilustración 38. Cata de café.	125
Ilustración 39. Inicio del desfile del Festival del Cacao.	126
Ilustración 40. Trajes elaborados con las hojas de la planta de cacao.	126

Ilustración 41. Carro con decoración alusiva al cultivo del cacao. Festival del Cacao 2017.	126
Ilustración 42. Recorrido guiado por finca cacaotera.	127
Ilustración 43. Productos a base de cacao para la venta. Chocolate Don Jorge.	128
Ilustración 44. Chocolatería elaborada en San Vicente de Chucurí.	128
Ilustración 45. Obleas con arequipe de chocolate, nutela de chocolate y salsa elaborada con mucílago de cacao.	128
Ilustración 46. Artesanías de San Vicente de Chucurí.	128
Ilustración 47. Cultivo de nopales en Los Santos.	149
Ilustración 48. Productos a base de cacao. Productos San Jorge.	158

Lista de Gráficas

Gráfica 1. Asociación de las preparaciones culinarias con la identidad santandereana	115
Gráfica 2. Preferencias de preparaciones de la cocina santandereana por turistas	115
Gráfica 3. Otras preparaciones culinarias con potencial en la región	115
Gráfica 4. Porcentaje de caprinos por municipio en Santander	117
Gráfica 5. Opinión acerca de la creación de la ruta gastronómica	161
Gráfica 6. ¿Está interesado en conocer el proceso de cultivo, recolección y degustación de los alimentos?	162
Gráfica 7. Perfil del turista que visita los municipios incluidos en la ruta	162
Gráfica 8. Lugar de procedencia del visitante	164
Gráfica 9. Motivo y presupuesto del viaje	166
Gráfica 10. ¿Visita con frecuencia este lugar?	165

Lista de tablas

Tabla 1. Base alimentaria de los Santanderes	100
Tabla 2. Total de caprinos en los seis primeros municipios de Santander	117
Tabla 3. Cultivos Permanentes en Santander	143

Presentación

El turismo se perfila como una de las alternativas económicas con mayor proyección para los territorios rurales en el país. Históricamente, el campo colombiano ha enfrentado la pobreza, la exclusión, la distancia tanto geográfica como institucional e indudablemente, la peor parte del conflicto armado, materializado en flagelos como el desplazamiento y la desaparición. En el contexto del Posacuerdo, son aún múltiples los retos por tratar camino a la superación de la pobreza rural y la dignificación de la vida de los campesinos, escenario dentro del cual el turismo rural cobra especial importancia.

Colombia, tradicionalmente reconocida por su riqueza natural, paisajística y cultural, representa uno de los destinos turísticos con mayor potencial en Latinoamérica; no obstante, son múltiples los rincones del país que aún no han sido visibilizados y que pueden ser parte de la gran apuesta por el turismo como alternativa de desarrollo rural. De acuerdo con la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030, el turismo rural puede contribuir al crecimiento económico mediante la generación de trabajo decente, la potenciación de la innovación y la infraestructura para el desarrollo, la sostenibilidad, la generación de consciencia alrededor del cambio climático y el consumo, y en su conjunto, alcanzar el anhelado propósito de poner fin al hambre, especialmente en las zonas rurales.

Desde la literatura académica son diversas las aproximaciones al turismo rural, sus contribuciones, potencialidades y limitaciones, en tanto los nuevos enfoques sobre los que se propone una conexión más profunda con las comunidades, su reivindicación y la revalorización de su bagaje cultural. No obstante, estas reflexiones requieren situarse en los territorios, en su contexto y su dinámica particular; a esta necesidad responde *Ruta turística: gastronomía, identidad cultural, desarrollo rural en Santander y políticas de turismo en Colombia*, una publicación que compila los resultados de un ejercicio de investigación alrededor del turismo como alternativa económica para cinco municipios del departamento de Santander, por medio de la creación de un ruta que permita articular su oferta turística, gastronómica y cultural en las diferentes zonas rurales.

La Universidad de Boyacá, en cabeza de su Facultad de Ciencias Humanas y Educativas y su grupo de investigación ETHOS, se complacen en presentar los resultados de este proyecto de investigación fruto del trabajo mancomunado con la Universidad de Santander, la Facultad de Ciencias Sociales y su grupo de investigación Guane, institución a la que extiende un saludo de reconocimiento por el liderazgo de esta iniciativa. A las autoras y a las comunidades partícipes, igualmente allegamos un saludo de agradecimiento con la esperanza de que las orientaciones aquí plasmadas alcancen las instancias responsables de la formulación y la ejecución de las políticas públicas territoriales. Y desde luego, al lector extendemos la invitación a embarcarse en este recorrido por los paisajes, los sabores, los sonidos y la vivencia cultural de Santander.

ANDRÉS CORREAL CUERVO
RECTOR UNIVERSIDAD DE BOYACÁ

Prólogo

La gastronomía es uno de los rasgos identitarios de cada cultura y una de las actividades más creativas e innovadoras. Esta enorgullece a talentosos hombres, mujeres y niños que se dedican a conservar y buscar los sabores y las fragancias mediante la combinación de los productos extraídos de las entrañas de la madre tierra. Así, se permiten engalanar la mesa y satisfacer los exigentes paladares de los visitantes y de los lugareños.

Por esa razón, la gastronomía y el turismo son actividades concomitantes y requieren de una mutua comprensión, pues al turista no solo lo mueve la pasión por conocer nuevos destinos turísticos, nuevas rutas, sino también satisfacer expectativas sobre lugares desconocidos, exuberantes por la fauna, la flora, los microclimas, los pisos térmicos, la composición de las capas vegetales, la biodiversidad, la variedad de cultivos y las prácticas agropecuarias, entre otras. El turista busca también descubrir un nuevo mundo que le brinde la oportunidad de escapar de la rutina cotidiana, el entorno y adentrarse a explorar la fantasía, gozar de la libertad y de nuevas sensaciones, para vivir una de las pasiones más motivantes para el ser humano: degustar la gastronomía. En especial, el turista busca probar las recetas vernáculas que le dan identidad al lugar que visita.

Dichas alternativas gastronómicas se pueden encontrar en una variedad y oferta de platos típicos, productos de la tierra, bebidas ancestrales, fórmulas que representan la cosmovisión de un determinado pueblo y que se refleja en la identidad gastronómica y cultural de la comunidad. Los habitantes de ese entorno las adornan con sus relatos particulares, dándoles atributos mágicos y milagrosos. Ese valor agregado induce al visitante a involucrarse en la experiencia de alimentarse con los productos exóticos llenos de coloridos, degustar nuevos sabores, olores, texturas y fibras, pero también compartir las experiencias de vida junto a aquel que cultiva la tierra.

Esa es la propuesta de esta ruta turística enfocada en la gastronomía, la cultura y el desarrollo del campo en el departamento de Santander. Esta es una propuesta llena de matices que implican que no sea la típica propuesta de un libro de gastronomía.

El desarrollo del turismo permite mejorar las condiciones de vida, lograr mejores ingresos, aumentar la capacidad adquisitiva de aquellas personas o comunidades que se dedican a su fomento de forma organizada. Sin embargo, se espera el respaldo por parte de las instituciones financieras y la respuesta de los entes gubernamentales mediante la adecuación de la infraestructura vial, el progreso de puertos marítimos y aeropuertos, y la rápida evolución de la oferta de transporte aéreo (recortando las distancias). Al mismo tiempo, se espera el compromiso de los empresarios con las inversiones en la construcción de hoteles y restaurantes, entre otras locaciones encaminadas a ofrecerle al turista sobresalientes comodidades para su estadía.



En concomitancia, las rutas gastronómicas se convierten en una respuesta al creciente arribo de excursionistas que buscan nuevos escenarios y experiencias. Hoy se puede acceder con cierta facilidad a muchos lugares “prohibidos” que eran inasequibles por la situación de confrontación bélica que se vivió en Colombia durante las últimas seis décadas. Mas hoy se exponen al mundo esos tesoros naturales, escondidos, misteriosos, dispuestos a recibir a los turistas internacionales y nacionales. Por ende, los entes territoriales, en el ámbito nacional, departamental y local, han incorporado en las agendas públicas el tema del turismo como una alternativa de desarrollo económico, cultural y social para su población.

La gastronomía no solo engalana las mesas y satisface los paladares, sino que se convierte en una elección de los turistas, quienes buscan experiencias concretas, diversiones recreativas y rutas gastronómicas. La culinaria es el centro de atracción que permite demostrar la importancia de la cocina como componente esencial para que el turista obtenga nuevas y diferentes experiencias, convirtiéndose en la motivación principal de visita a un determinado lugar. La propuesta de la ruta gastronómica es un medio encaminado al desarrollo económico, social y cultural siempre y cuando se articule con los planes de desarrollo en el ámbito local y regional. Todo máxime cuando Colombia y Santander son escenarios de atracción para los viajeros, independientemente de si el objetivo del viaje es de vacaciones, negocios, estudio, ocio creativo, aventura, motivos profesionales, salud, filantropía o altruismo.

Este trabajo de investigación sobre la *Ruta turística: gastronomía, identidad cultural, desarrollo rural en Santander y políticas de turismo en Colombia* es una propuesta de la Universidad de Santander, la Facultad de Ciencias Sociales, el Departamento de Humanidades, el programa de Antropología y el grupo de investigación Guane, con la participación del Departamento de Ética y Humanidades y el grupo de investigación Ethos de la Facultad de Ciencias Humanas y Educativas de la Universidad de Boyacá, para ser incorporada en los planes de desarrollo económico y social de los municipios de Barichara, San Vicente del Chucurí, Mesa de Los Santos, Villanueva y Zapatoca. De esta forma se pretende promover, implementar y desarrollar la actividad económica del turismo por parte de sus habitantes con el fin de generar empleo, obtener recursos económicos, lograr el desarrollo y el progreso de los municipios.

Joaquín Humberto Fontecha Fontecha

Agradecimientos

La realización de esta investigación fue posible gracias a la colaboración y la disposición de muchas personas que hicieron parte de este proceso. Un agradecimiento especial a las familias campesinas del departamento de Santander, así como a las diversas personas pertenecientes a actividades artesanales, agroindustriales, culinarias, turísticas, comprometidas todas ellas con el mejoramiento de sus condiciones de vida y el desarrollo de la región. Agradecemos por habernos permitido conocer su perspectiva sobre el sector rural santandereano, sobre la gastronomía y la posibilidad de apertura hacia el turismo. Además, durante los diálogos establecidos con ellos mostraron una gran apertura de pensamiento e interés en compartir sus experiencias de vida y puntos de vista. Por eso reconocemos y valoramos su sinceridad, apoyo y disposición al mostrarnos parte de la realidad del país cobijada en las montañas y veredas santandereanas.

De igual forma, agradecemos a la Universidad de Santander que, a través de la convocatoria interna focalizada 2017-2018 en la que resultó ganador este proyecto con acta N° 053-16, nos brindó el apoyo financiero para llevar a cabo esta investigación. También al Departamento de Ética y Humanidades, y al grupo de investigación Ethos de la Facultad de Ciencias Humanas y Educativas de la Universidad de Boyacá por su apoyo para la publicación de este libro.

Queremos expresar nuestro agradecimiento especial al director del Departamento de Humanidades, al profesor Humberto Fontecha Fontecha, por el apoyo constante; así como a todo el cuerpo de docentes, amigos y compañeros quienes desde distintas áreas del conocimiento contribuyeron a generar los espacios académicos propicios para el análisis y la construcción de los escenarios posibles de nuestra propuesta investigativa.

También dirigimos una mención de nuestra parte a Edgar Pico, quien supo brindar su acompañamiento experto al equipo de investigación en algunas de las salidas de campo y compartió con nosotras su conocimiento y perspectiva sobre el territorio santandereano.

Finalmente, a nuestras familias, gracias por su comprensión y apoyo.

Introducción

En el departamento de Santander el turismo se está convirtiendo en una fuente que genera importantes recursos a la región. Ello explica la constante búsqueda de nuevas alternativas que estimulen y hagan sostenible esta actividad. En dicha búsqueda se ha identificado la gastronomía como un factor que detonaría el turismo en este territorio. No cabe duda del gran reconocimiento que hoy ella posee como un proceso capaz de potencializar el turismo de una región, y también como un referente cultural y social que conforma el legado histórico de una comunidad, territorio o región. Teniendo en cuenta la apreciación anterior, el estudio de la gastronomía que aquí se sustenta parte de dos enfoques: uno que guarda relación entre la cocina, los restaurantes y los alimentos producidos en el campo santandereano; y otro, centrado en resaltar los elementos culturales que se han construido alrededor de los alimentos desde la relación que ellos guardan con la tierra y con el productor (Barrera, 2006). Por lo tanto, esta investigación tiene como fin último proponer una estrategia que impulse el turismo, el desarrollo del campo y la generación de valores relacionados con la identidad y la cultura regional (un primer resultado de esta propuesta fue publicado en Castellón y Fontecha, 2018).

El turismo en Santander ha sido materia de interés tanto de los gobiernos locales como nacionales, quienes lo han integrado a sus planes de desarrollo como factor determinante en la generación de alternativas de ingresos para los municipios. El turismo como fuente de progreso para una comunidad, a través de la cual se crean empleos y se diversifican los ingresos de sus habitantes, lo convierte en un interesante

objeto de estudio al que se le reconoce su capacidad de generar equidad, desarrollo y bienestar. No obstante, se deben atender los retos y los desafíos que esta actividad demanda en el departamento de Santander, donde es preciso configurar una oferta de servicios con mayor responsabilidad, dinamismo, calidad y creatividad, de tal forma que se permita responder eficazmente a las demandas del turismo nacional e internacional que visita esta región.

Un punto clave en la investigación de la que parte este libro es demostrar que el turismo gastronómico puede ser un elemento generador de empleo y nuevas opciones para la población de los municipios que integran la ruta, no solo desde el aspecto económico, sino también desde la cultura y el desarrollo social. Así, ese turismo se constituye como una pieza fundamental para crear alternativas de desarrollo local y como un generador de ventajas competitivas en la oferta turística. Esto se da precisamente por la estrecha relación que posee con la cultura y la identidad local y regional: dos atractivos que son del interés de los turistas amantes de la naturaleza y que disfrutan los productos gastronómicos representativos de los lugares visitados (Castellón y Fontecha, 2018). De ese modo, la propuesta de la ruta incluye algunos de los productos del campo que permitirían extender el concepto de gastronomía mucho más allá de la cocina, e incluir y resaltar el valioso papel que tienen los productores de alimentos en este proceso. Con eso se puede demostrar que una ruta turística enfocada en la gastronomía puede ser un elemento diferenciador que contribuye al desarrollo de una región a través de una estrategia de turismo organizada e incluyente de todos los actores que en ella participan.

Partiendo de una visión general del término gastronomía como la relación existente entre la cocina, los restaurantes y los alimentos que produce la tierra, se incluyen en esa relación las representaciones culturales que se han construido alrededor de dichos alimentos, a partir del vínculo establecido entre la tierra y el productor. Barrera (2006), citando a Brillat-Savarin (2005), define el concepto de gastronomía como

el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. En ese sentido la gastronomía integra a los alimentos en sus etapas de producción, comercio y consumo en una extendida y compleja cadena de relaciones. (p. 2)

Esta concepción de gastronomía nos llevó a pensar que una ruta gastronómica podría asociar todos esos elementos, ofreciendo al turista o visitante la posibilidad de disfrutar de los distintos sabores que le brinda la tierra y la cocina santandereana, sin perder de vista su producción. Este sería un recorrido en el que se degustarán los alimentos obtenidos directamente de la tierra y se comprenderá la relación que estos productos guardan con las personas que los cultivan y el suelo donde fueron cosechados. También, ese visitante tendría la oportunidad en el mismo recorrido de saborear la cocina tradicional donde los alimentos se transforman para llenar de identidad los platillos representativos del departamento de Santander.

El esfuerzo se centró en la construcción de una estrategia enfocada en tres direcciones: potencializar el turismo en Santander a través del fomento y la divulgación de su gastronomía, aportar al desarrollo del campo a través de la inclusión del productor local al proceso turístico de la ruta, y resaltar el valor de

la identidad y la cultura regional relacionada con la cocina santandereana. En este sentido, se habla de un proceso gastronómico porque el estudio no solo aborda una parte de lo que tradicionalmente se ha considerado como gastronomía (el alimento preparado), sino que todos los elementos de su producción van aportando y enriqueciendo el proceso. Por lo tanto, se busca pensar la gastronomía como un proceso donde se incluya y se valore el aporte que hacen todos los actores que intervienen en la producción, la transformación y la degustación de los alimentos.

El trazado de la ruta se hizo a través del recorrido de cinco municipios de Santander (ver ilustración 1) que poseen todas las condiciones requeridas por la propuesta: cuentan con una fuerte afluencia de turistas, se desarrolla una producción agrícola importante y hay una difusión de la cocina tradicional. Esas condiciones las encontramos en los municipios de Los Santos, Villanueva, Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucurí, municipios circunvecinos conectados por su cercanía geográfica, comunicados por diversos caminos reales y que poseen una exuberante naturaleza, atractiva en muchos sentidos.

La intención es aprovechar todos los recursos que cada uno de estos municipios le pueden aportar al fortalecimiento de la ruta. Aquellos municipios que gozan de una mayor capacidad para atraer turistas servirán de impulso a los otros que aún no la tienen, y desde estos centros turísticos se promoverán otros espacios con nuevos atractivos que permitan a toda la comunidad participar de esta cadena productiva. Así, aquellos sectores cuya actividad principal es la agricultura, podrán a través de ella ofrecer al visitante

En los municipios que comprenden el recorrido de la ruta, se observa que la agricultura y la ganadería son el motor que impulsa la economía rural, y la industria turística es la fuente de ingresos del sector urbano. Así, tal como se describe en Castellón y Fontecha (2018), la propuesta de la ruta turística y gastronómica se pensó con la intención de hacer partícipe al cultivador y vincular en el itinerario algunos de los productos que se dan con cierta frecuencia en la región. Los visitantes interesados en realizar el recorrido podrán conocer sobre dichos productos agrícolas y disfrutar directamente su proceso de cultivo, recolección y degustación. Con esta propuesta se busca que sean las familias del productor agrícola o del agroempresario quienes atiendan al turista, programen los recorridos por sus cultivos y organicen las actividades relacionadas con el proceso gastronómico. Sin embargo, el objetivo es que esas actividades estén enfocadas en el rescate y la conservación del patrimonio cultural, paisajístico y arquitectónico de las zonas rurales. Con la ruta también se espera incentivar la industria al promover los productos locales y las marcas alimentarias asociadas con el lugar de origen, lo que le añadiría un plus al mismo producto.

Para materializar la idea, se visitaron cada uno de los municipios seleccionados con la intención de explorar las opciones que ellos podrían brindarle a la ruta y así trazar el itinerario. Allí se hizo una observación directa de la producción agrícola, de los atractivos turísticos, de las condiciones de vida de las personas que labran la tierra, de las condiciones de la infraestructura hotelera y restaurantera, así como de las vías de acceso a los municipios y de la afluencia de turistas que visitan estos municipios. Este trabajo constituye una primera aproximación; es

una investigación exploratoria cuyos resultados pusieron en evidencia la posibilidad de una ruta gastronómica como alternativa de desarrollo local, a través de un turismo responsable y organizado que logre impulsar a los cientos de familias que hoy viven de lo que producen sus tierras; familias cuya única opción hasta hoy ha sido entregar sus productos a los intermediarios, quienes se quedan con la mayor ganancia de lo producido.

Es por esa poca ganancia por lo que muchos campesinos prefieren no sembrar la tierra y dedicarse a otras labores, y rompen con la tradición y el vínculo con la tierra. Las nuevas generaciones prefieren emigrar de las fincas de sus padres en busca de otras opciones que pudieran significar mejores condiciones de trabajo y de ingreso. Esta es una situación grave que requiere toda la atención tanto gubernamental como empresarial, y es por esa razón por lo que la propuesta de la ruta turística gastronómica planteada en esta investigación se presenta como un complemento en la generación de ingresos para las personas del campo.

Debemos volver los ojos a la tierra y mirar que sin la producción del campo, sin la autosuficiencia alimentaria de las distintas regiones del país, no tendría ninguna razón de ser esa parte de la gastronomía enfocada solo en las preparaciones y recetas tradicionales de los alimentos colombianos.

En este libro se explora la posibilidad de creación de una ruta gastronómica con base en las necesidades y los recursos que estas poblaciones rurales ofrecen, la cual parece ser factible a primera vista y que puede generar un impacto positivo en las personas que cultivan la tierra y que están dispuestas a complementar esa

actividad con el turismo. Este estudio también sirvió para demostrar que la gastronomía juega un papel importante en el fomento del turismo y en el fortalecimiento de la identidad del santandereano, porque los alimentos poseen una carga simbólica en el imaginario local, que es transmitida al territorio, impregnándolo de identidad (Molano, 2007).

Es interesante observar cómo en la zona rural se ha construido históricamente un vínculo afectivo y simbólico entre el campesino, el alimento que cultiva y la tierra que se lo da. Este es un espacio donde más fortalecidos se hallan los lazos de identidad cultural. Cuando el consumo y la producción de los alimentos se relacionan con un determinado territorio, se genera una identidad local que es la que sustenta la ruta gastronómica (Barrera, 2009).

Poner en marcha la implementación de una ruta turística gastronómica desde este enfoque implicaría invertir en un aspecto del turismo poco experimentado en la región, y que tendría la ventaja de diversificar la oferta turística y brindar a los visitantes un motivo más para conocer el territorio y sus paisajes. Dicho universo de visitantes podría estar compuesto tanto por turistas regionales, nacionales e internacionales, como quedó demostrado en los 360 cuestionarios diligenciados por visitantes en los cinco municipios que integran la ruta. En ellos se evidenció un gran porcentaje de turistas a quienes les gustaría visitar los campos santandereanos para vivir la experiencia del recorrido por los cultivos y disfrutar de la cocina tradicional. Implementar la ruta gastronómica repercutiría en la creación de empleos directos en el área rural e incentivaría el consumo de los productos

agropecuarios y el turismo en la región, proyectando por esta vía la identidad cultural santandereana.

Teniendo en cuenta este contexto, se analizan también los modelos de turismo que se implementan en las políticas públicas emitidas por el Estado colombiano, y la relación con el desarrollo de las comunidades y el avance en la democratización de la actividad turística. Se trata de que en la estrategia la población local sea incluida y participe de los beneficios, aspectos que son vitales como en el caso de la estrategia de la ruta turística en el departamento de Santander.

Aspectos metodológicos

Esta fue una investigación exploratoria no experimental, basada en la observación directa de la realidad. A ella se le incorporó el análisis de aspectos descriptivos o cualitativos derivados de las entrevistas realizadas y se le sumaron los hallazgos cuantitativos obtenidos a través de la aplicación de encuestas.

En el proceso de esta investigación se emplearon técnicas de recolección de información como la observación directa del problema, la realización de entrevistas no estructuradas a personas dedicadas al cultivo, transformación y comercialización de alimentos, y la aplicación de encuestas a personas que se encontraban de visita en los espacios objeto de la investigación al momento de realizar la salida de campo. También se llevó a cabo el análisis de documentos y literatura relevante para el tema de la gastronomía en Santander, en Colombia y en el mundo.

A través de la consulta bibliográfica, la observación y las entrevistas realizadas, se buscó identificar en los cinco municipios que forman parte de la ruta los que podrían ser los productos agrícolas con mayor potencial para ser incluidos en el recorrido. Los resultados reflejaron una baja condición de varios de los productos observados, pero hay siete de ellos que presentan alguna posibilidad y muestran una gran proyección que favorece su integración a la ruta. Esos productos son cacao, café, piña, aguacate, maracuyá, frijol y cítricos. De estos productos, el cacao, el café, el aguacate y la piña fueron los mejor evaluados, lo que indica una gran expectativa para los productores santandereanos y una oportunidad para el fortalecimiento del proyecto. Desde esta perspectiva, contamos con cuatro productos agrícolas de gran representatividad en el trayecto: el café, el cacao, la piña y el aguacate.

Como se decía anteriormente, se aplicaron 360 cuestionarios entre los cinco municipios de la ruta. La encuesta constó de 21 preguntas cerradas y abiertas que corresponden a los propios intereses de la investigación. Los datos fueron organizados en el programa Excel, donde se tabuló la información y se presentó en gráficos. Los datos obtenidos permitieron realizar una primera caracterización del tipo de turistas que visitan estos lugares y la aceptación de la propuesta de la ruta gastronómica en Santander por parte de ellos, entre otros aspectos.

Con la visita que se realizó a los lugares de la ruta se hizo una observación directa de algunos cultivos y de las condiciones de vida de las personas que habitan este territorio. Se realizaron 30 entrevistas en total, las cuales comprendieron a cultivadores, cocineros,

restauranteros, hoteleros, pequeños empresarios y artesanos, y se levantó un registro fotográfico, de audio y video.

Para analizar los modelos de turismo implementados en las políticas en Colombia y a nivel internacional, se hizo un proceso de revisión y sistematización de los siguientes documentos: las declaraciones, las cartas emitidas por los organismos internacionales, las leyes, las políticas y los planes sectoriales de turismo expedidos por el Estado colombiano.

La fundamentación conceptual se hizo con base en el modelo de desarrollo sostenible que se ha aplicado a las políticas, como turismo sostenible, en la mayor parte de los países occidentales. De igual manera, se hizo con base en los referentes de los modelos alternativos tales como turismo social, turismo comunitario, turismo justo y ética ambiental; y también en lo que concierne a los referentes de competitividad y gestión turística.

La técnica para analizar la información se llevó a cabo a la luz de la fundamentación de las teorías de los modelos de desarrollo los cuales se han llevado a las políticas públicas de turismo. Para ello, la ruta metodológica seguida consistió en analizar el tipo de modelo de turismo aplicado a cada política tanto internacional como en Colombia y descifrar cómo opera en términos de objetivos, lineamientos, estrategias, accesibilidad, manejo de recursos ambientales y rol de las comunidades.

Por otro lado, este libro se estructuró en cuatro capítulos, en los cuales se abordan los objetivos propuestos en el proyecto en torno a la creación de

una ruta gastronómica, analizando la viabilidad que la misma puede tener para la región y especialmente para los productores de algunos de los alimentos de mayor interés en cada municipio seleccionado como parte del recorrido. También se analizan los modelos de turismo aplicados a las políticas que tratan esta actividad.

En este sentido, en el primer capítulo se indaga sobre los modelos de turismo que se han implementado en las políticas emitidas por los organismos internacionales y en Colombia, y cómo operan en su aplicación. Aquí se evidencia que en algunos países de América Latina se están aplicando modelos alternativos de turismo, mientras que las políticas públicas emitidas por el Estado colombiano implementan principalmente el modelo de turismo sostenible. Concluye que este turismo sostenible ha mostrado su inviabilidad ante problemáticas sociales y ambientales, y muestra que los modelos alternativos de turismo son importantes para beneficiar a las diferentes comunidades.

En el segundo capítulo se describe la parte histórica relacionada con los municipios que integran la ruta, así como de los productos agrícolas que hacen parte del recorrido gastronómico. Se resaltan las particularidades que poseen estos municipios, se describe su historia, los lugares turísticos que poseen y las características de cada uno de los productos agrícolas que se cultivan en estos espacios y que hacen parte del atractivo turístico de la ruta.

En el tercer capítulo se muestra el valor y la importancia que la identidad cultural tiene en relación con la alimentación, ese vínculo que se da inicialmente con la tierra y los alimentos que de ella brotan, y la transformación

que esos productos han sufrido a través del tiempo y que hoy hacen parte de la identidad reflejada en la cocina tradicional santandereana. Dichos aspectos son fundamentales en la propuesta de la ruta gastronómica que aquí se presenta.

Y finalmente, en el cuarto capítulo se aborda la situación del campesino y el estado de la producción agrícola en Colombia y en el departamento de Santander, para sustentar cómo el proyecto de la ruta gastronómica podría impactar de forma positiva en el desarrollo rural del departamento y beneficiar a muchos campesinos para quienes el cultivar la tierra ya no representa mayor utilidad. La propuesta de las autoras coincide en formular una estrategia en tres sentidos: resaltar el valor de los alimentos como parte de nuestro sistema cultural, hacer de ellos un producto turístico que diversifique la oferta turística e impulsar el desarrollo rural en Santander.

CAPÍTULO I

MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICOS
DIVERGENTES Y SU IMPLEMENTACIÓN
EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS A NIVEL
INTERNACIONAL Y EN COLOMBIA



Capítulo I

Modelos de desarrollo turísticos divergentes y su implementación en las políticas públicas a nivel internacional y en Colombia

Las políticas de turismo tanto a nivel internacional como en Colombia han implementado modelos de desarrollo para la actividad turística, que no responden a las problemáticas sociales y ambientales actuales. Otra de las cuestiones radica en que en la actualidad no se han realizado estudios sistemáticos sobre este tema. Por lo tanto, en el presente capítulo se indaga sobre los modelos de turismo que se han implementado en las políticas emitidas por los organismos internacionales y por el Estado colombiano, y cómo opera su aplicación.

Así, esta investigación se hace con el fin de proponer alternativas de desarrollo para el turismo que respondan a las problemáticas ambientales y a las necesidades de las comunidades que están vinculadas con esta actividad en Colombia.

Para su desarrollo, la metodología aplicada fue el enfoque cualitativo. La técnica para la recolección de las fuentes se hizo mediante un proceso de revisión, sistematización y análisis de los siguientes documentos: los modelos de turismo, las declaraciones y las cartas presentadas por los organismos internacionales. A nivel nacional se sistematizaron y analizaron las

leyes, las políticas y los planes sectoriales de turismo expedidas por el Estado Colombiano.

De igual manera, se utilizaron las páginas web institucionales de la Organización Internacional de Turismo Social, de la Organización Mundial del Turismo, de la Presidencia de la República de Colombia, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de las bases de datos de las revistas indexadas de América Latina *Redalyc*, *DialNet*, *DOAJ*, *Scopus*, y *Scielo*, con descriptores como desarrollo sostenible, competitividad turística, turismo sostenible y turismo alternativo. El periodo de rastreo se hizo cronológicamente desde el surgimiento de las organizaciones internacionales de turismo con fecha extrema de 1963 hasta el año 2021.

Las técnicas para el análisis de los datos se hizo a la luz de la fundamentación de las teorías de los modelos de desarrollo que se han llevado a las políticas públicas de turismo, para lo cual la ruta metodológica aplicada fue, en primera instancia, abordar cada uno de los modelos de turismo y posteriormente analizar el tipo de modelo de turismo aplicado a cada política internacional y colombiana, respondiendo a cómo opera y su relación en términos de los objetivos, los lineamientos, las estrategias, la accesibilidad al turismo, el rol de las comunidades y el manejo de los recursos ambientales.

Modelos de turismo

En esta primera parte se conceptualizan algunos modelos de turismo que plantean como su intención principal la generación de beneficios para las

comunidades y el medio ambiente, la equidad en el acceso para toda la sociedad y la distribución justa de los recursos obtenidos.

Turismo social

Plantea un beneficio de forma colectiva para las comunidades. De acuerdo con Muñiz (en Clemente *et al*, 2018), este tipo modelo es considerado como el “conjunto de actividades que genera una demanda turística caracterizada por sus escasos recursos económicos, de manera que el acceso al turismo puede producirse solo mediante la intervención de unos agentes operadores que actúan tratando de maximizar el beneficio colectivo” (p. 142). De esta manera, se plantea el turismo social como una actividad que beneficia principalmente a las comunidades y que se enfoca en contribuir a mejorar las condiciones de las poblaciones desde la perspectiva de lo colectivo en los territorios donde se lleva a cabo.

Turismo Social Accesible

Es caracterizado por ser un turismo para todos. De acuerdo con Jurado (2014), fue utilizado por primera vez en el Informe Baker en Reino Unido en 1989. Este modelo hace referencia a la accesibilidad a través de la supresión de barreras urbanísticas y arquitectónicas, así como a la integración social de las personas con algún tipo de discapacidad. Ferri *et al* (2013) amplían el concepto considerándolo como “iniciativas dirigidas a facilitar participación en el turismo de personas con necesidades especiales (principalmente financieras y de accesibilidad) al mismo tiempo que de ello se derivan beneficios sociales para sus usuarios/as y económicos para la sociedad y el mercado”

(p. 202). Este modelo de turismo social tiene como aportes y alcances los beneficios colectivos que genera la actividad turística desde lo solidario, principalmente para las comunidades locales, y, por otra parte, desde la accesibilidad que permite para todo tipo de población, sin discriminación ni limitación alguna. De igual manera, propone la responsabilidad y el cuidado ambiental como aspecto central.

Modelo de desarrollo sostenible

Este modelo, ha sido considerado en distintos escenarios, como las cumbres ambientales llevadas a cabo en diferentes países, el modelo económico de mercado, las políticas gubernamentales y la academia, y hasta en la búsqueda del equilibrio entre la utilización de los recursos ambientales y la satisfacción de las necesidades humanas. Sin embargo, la concepción de desarrollo sostenible presentada por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo en el Informe Brundtland en 1988 ha sido acogida para buscar dicho equilibrio. Este informe señala

el desarrollo sostenible implica límites, no límites absolutos, sino limitaciones que imponen a los recursos del medio ambiente el estado actual de la tecnología y de la organización social y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de actividades humanas, pero tanto tecnología como organización social pueden ser ordenadas y mejoradas de manera que abran el camino a una nueva era de crecimiento económico. (Brundtland y Khali, 1988, p. 23)

Si bien el informe considera las restricciones al uso de los recursos naturales mediante la regulación y la gestión que haga la sociedad de ellos, esto se hace

finalmente al servicio del crecimiento económico; por lo tanto, el problema radica en determinar cómo se aplican las políticas bajo este modelo de desarrollo en los territorios, en un momento en el que los recursos ambientales son finitos y el consumo humano se hace cada vez más ilimitado. Hay que resaltar que este modelo de desarrollo sostenible centra su aporte en el desarrollo del crecimiento económico, mediante la gestión óptima de los recursos ambientales y humanos.

La Cumbre de Río de Janeiro de 1992 señala sobre dicho modelo que “los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza” (Naciones Unidas, 1992).

El modelo de desarrollo sostenible implementado en el turismo

La Organización Mundial del Turismo aplica este modelo de desarrollo para la actividad turística; por lo tanto, define el turismo sostenible como aquel que

atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Organización Mundial de Turismo en Moreira, 2000, p. 22)

De esa manera, el turismo sostenible tiene como alcance la búsqueda por satisfacer las distintas necesidades tanto de los turistas como de las comunidades receptoras. Sin embargo, son cuestionables en este proceso las formas de gestión con las que se lleva a cabo, por los diferentes impactos que genera.

Turismo solidario

Se materializa en el apoyo directo de los turistas a las comunidades en las que no intervienen agentes externos, es considerado por Lanquar y Rivera (2010) como aquel en el cual

los turistas tengan un contacto muy directo y real con la comunidad local y consuman los recursos turísticos autóctonos de carácter territorial, cultural, natural o humano vivencial, incluso prestando el viajero alguna ayuda humanitaria o colaboración social, alojamiento en casas particulares, consumo de productos locales, rutas con guías nativos, participación en proyectos comunitarios de desarrollo, etc., se comercializa a través de canales alternativos ajenos a la distribución turística comercial convencional. (p. 676)

El aporte del modelo de turismo solidario se expresa en los beneficios que se logre con la actividad turística tanto para los territorios como para las comunidades.

Turismo comunitario

Surge en América Latina en el año 2000 con el propósito de fomentar los derechos de las comunidades indígenas, principalmente los económicos. Este modelo es definido por Maldonado (en Palomino *et al*, 2016) como la

actividad sustentada en emprendimientos productivos donde la propiedad y gestión de los recursos patrimoniales se llevan a cabo por la comunidad, con arreglo a prácticas de participación social colectiva y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. (p. 13)

Es así como los aportes y los alcances de este modelo radican en el desarrollo colectivo de las propias comunidades, quienes participan activamente en todo el proceso, desde el emprendimiento turístico, la ejecución, la distribución de los beneficios de manera solidaria y la interculturalidad que se lleva a cabo entre la comunidad y los visitantes.

Turismo justo

Plantea beneficios para las comunidades desde lo económico, lo político y lo laboral. Como lo señala Palomo (2006), este modelo se define como

cualquier actividad turística donde participan agentes locales, existiendo una distribución equitativa, en su dimensión económica existe un valor añadido que se distribuye con base al trabajo y no exclusivamente a la disponibilidad de capital. En su dimensión ética exige el respeto a los derechos humanos y laborales, en la dimensión política fomenta la creación de espacios de participación democrática. (p. 16, 17)

Por lo tanto, este modelo turístico tiene como aporte y alcance fundamental el aspecto ético en cuanto al reconocimiento de los derechos humanos en el desarrollo del turismo, la participación democratizada

de la comunidad y la redistribución igualitaria de los beneficios económicos generados para toda la comunidad.

A la luz de esta fundamentación teórica de los alcances y de los aportes de los modelos se analiza qué tipo de modelos se han implementado en las políticas internacionales y nacionales, en qué términos se relacionan y cómo operan.

Políticas internacionales de turismo: modelos de desarrollo divergentes

Las instituciones internacionales de turismo desde su surgimiento han elaborado y aplicado políticas bajo modelos y discursos de desarrollo divergentes casi que antagónicos. La primera, el Buró Internacional de Turismo Social, institución creada en Bruselas en 1963, hoy Organización Internacional de Turismo Social (ISTO) por sus siglas en inglés, plantea el turismo bajo el modelo de desarrollo social. Este está relacionado principalmente con lo humano, lo solidario, lo justo, la inclusión social y el cuidado ambiental, ya que busca permitir el derecho al acceso al tiempo libre y a las vacaciones para el mayor número de ciudadanos posibles, con una especial atención en los grupos de población con escasos recursos (Organización Internacional del Turismo Social, 2019).

Llama la atención que el Estado colombiano no es miembro de esta Organización Internacional de Turismo Social. Si bien Colombia formuló una política de turismo social en 2009, no se adscribió a este tipo de modelo para el turismo, como se presenta más adelante.

Ahora bien, unos años más tarde, en 1974, se creó otra institución de turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT), que tiene como fin promover el turismo bajo el modelo de desarrollo sostenible, pues está relacionado directamente con la competitividad y la gestión eficiente de todo tipo de recursos en los aspectos ambiental, económico y sociocultural. Para ello, señala que se debe generar un equilibrio entre esos tres aspectos y optimizar su gestión a largo plazo (Organización Mundial del Turismo, 2020).

En cuanto a la competitividad de mercado planteada por este modelo y aplicada a este sector, Hassam (en Alcocer, 2013) lo define como la “capacidad de un destino turístico para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (p. 279). Esto no es otra cosa que poner a competir a las comunidades y a los destinos turísticos, para brindar ofertas, servicios, productos turísticos, innovación, etc., lo que finalmente genera afectaciones a las comunidades, a sus culturas y al medio ambiente, debido a la intensa búsqueda de la competitividad con fines de rentabilidad. En este caso, Colombia sí es Estado miembro de esta Organización Mundial del Turismo, por lo tanto, se acogió a este modelo de desarrollo sostenible para el turismo.

A partir de la década de los ochenta se empezaron a emitir declaraciones, códigos y cartas mundiales y latinoamericanas. Siguiendo de alguna manera los lineamientos del Informe internacional Brundtland 1988 y posteriormente de la Cumbre de Río de Janeiro de 1992, se definió el concepto de desarrollo sostenible que fue llevado al escenario de las políticas como turismo sostenible y fue aplicado por la mayor parte

de países del mundo occidental. Es así que en 1980 se presentó la Declaración de Manila del Turismo Mundial, bajo las directrices de la Organización Mundial del Turismo, que está relacionada con el modelo de desarrollo sostenible. Dicha Declaración señala entre otros principios que el turismo es una actividad fundamental para la vida de los países y que puede contribuir a implementar un nuevo orden en la economía internacional. Por lo tanto, plantea liberar restricciones para su desarrollo, con el fin de alcanzar el progreso principalmente en países en desarrollo. Por otra parte, la Declaración considera el derecho al turismo, y determina que las naciones deben adoptar medidas para atenuar su influencia negativa (Organización Mundial del Turismo, 1980). Colombia ratificó esta Declaración.

Siguiendo el modelo de desarrollo sostenible planteado en la Declaración de Río de Janeiro en 1992 por las Naciones Unidas, en 1995 se celebró en España la Primera Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible, apoyada por la Organización Mundial del Turismo y por la Organización de Naciones Unidas. Allí se concretaron los acuerdos alcanzados en la Declaración de Río de Janeiro, para lo cual se hizo la promulgación de la Carta de Turismo Sostenible. Es allí donde el desarrollo sostenible se llevó a las políticas para la actividad turística. En la Carta se incluye la función que tienen las comunidades para el logro de la sostenibilidad turística en el campo local, el derecho a la participación en la toma de decisiones y la obligación de realizarles consultas relacionadas con la actividad. Por otra parte, la Carta determina que se debe conocer cómo funcionan las economías de mercado y las culturas para tomar medidas pertinentes (Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995).

La Carta señala que para su implementación es importante planificar y gestionar todos los recursos. De acuerdo con Gudynas (2010), este modelo de desarrollo sostenible se reduce a “una sustentabilidad débil [...] sobre todo una apuesta tecnocrática, y por lo tanto enfatiza la gestión y el gerenciamiento, con mejores y más eficientes instrumentos de gestión ambiental (p. 46, 47). Esta afirmación muestra cómo el modelo está centrado en gestiones eficientes con el fin de alcanzar el crecimiento económico y el consumo ilimitado de todos los recursos. Cabe señalar que este modelo de desarrollo va a ser el referente para la creación de la Ley de Turismo en Colombia.

Por su parte, la Organización Internacional de Turismo Social (ISTO) adopta la Declaración de Montreal de 1996 llamada *Por una visión humanista y social del turismo*, elaborada bajo el modelo de turismo social. Su relación se basa en señalar que desde el logro que se tuvo con el reconocimiento de las vacaciones pagadas en 1936 en varios países occidentales se han planteado directrices para los actores del turismo. Por eso considera al turismo social como un gran reto ante los desafíos de la exclusión. Esta organización cuestiona que se ha constituido la actividad turística bajo una lógica liberal para el beneficio propio, mientras otros países, o incluso continentes, se mantienen en la pobreza (Declaración de Montreal, 1996). Esto de alguna manera hace alusión a las políticas neoliberales implementadas en el sector turístico. Cabe señalar que Colombia no suscribió esta Declaración de Montreal.

Esta declaratoria tiene en cuenta la Declaración Universal de los Derechos Humanos para alcanzar el desarrollo del ser humano como ciudadano; por lo

tanto, lo que debe garantizar la actividad turística es el acceso de

las familias, los jóvenes, las personas de la tercera edad. De igual manera, compromete la lucha contra las desigualdades, la exclusión, por poseer escasos recursos económicos, por tener capacidades físicas diferentes o por vivir en un país en desarrollo. (Declaración de Montreal, 1996)

El turismo social busca conciliar el desarrollo turístico con la protección del medio ambiente y el respeto a la población local, generando beneficios para esta. Finalmente, cuestiona la normatividad en el contexto donde se aplique al señalar que los estatutos jurídicos varían, en efecto, en relación a las costumbres y las prácticas, y de esta manera son solo medios al servicio de proyectos (Declaración de Montreal, 1996). Este modelo de turismo se constituye en una alternativa al turismo sostenible, y en un desafío en la actualidad en el contexto de un escenario político-económico neoliberal.

La Organización Mundial del Turismo en 1999 aprobó el Código Ético Mundial para el Turismo, el cual tiene como propósito que el turismo se realice bajo el modelo de desarrollo sostenible, acorde a los destinos turísticos, con valores éticos para prevenir los efectos nocivos del turismo en un entorno de economía abierta y liberalizada. Señala que se deben reducir al máximo los impactos perjudiciales en el medio ambiente y en el patrimonio cultural, y otorgar a sus pobladores beneficios de los lugares turísticos. Por otra parte, indica las obligaciones que tienen los agentes del desarrollo turístico y establece los derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector

turístico. De esta manera, el código regula en materia ética todas las actividades turísticas a nivel mundial y los organismos que deben acatarla e implementarla en todas sus instancias (Organización Mundial del Turismo, 1999).

En este mismo año, en el ámbito de las políticas para el patrimonio cultural, se elaboró la Carta Internacional de Turismo Cultural para la gestión del turismo en los sitios con patrimonio en México. En ella se propone el modelo de desarrollo sostenible el cual está relacionado con los objetivos de esta carta, que son facilitar y promover a la industria del turismo para que se gestione el patrimonio y las culturas vivas de las comunidades anfitrionas, con la finalidad de respetarlo y acrecentarlo. De igual manera, busca contribuir a implementar políticas en términos de planificación para la preservación y la valoración de estos sitios (ICOMOS, 1999).

Unos años más tarde, en 2002, se formuló la Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo, con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo, bajo el modelo de desarrollo sostenible. La Declaración presenta las directrices para actividades turísticas en sitios de naturaleza, dirigidas a gobiernos, organismos y comunidades. Para ello indica que se deben hacer socializaciones con las comunidades locales y todas las entidades que estén interesadas en hacer ecoturismo, y con quienes pueden ser afectados por esta actividad. Todo con el fin de garantizar el cuidado ambiental y de las culturas de las localidades, los recursos genéticos, los derechos territoriales y la preservación del agua (Cumbre de Quebec, 2002).

En algunos países de América Latina como Bolivia, Ecuador y Perú, y comunidades rurales, indígenas y locales, se plantean iniciativas comunitarias y de autogestión bajo otro modelo: el de turismo comunitario. Este modelo surgió a partir de una propuesta de la Organización Internacional del Trabajo en los países de la región andina a inicios del año 2000. Sobre este modelo se cuenta con dos declaraciones pioneras a nivel mundial: la primera, la Declaración de Otavalo Ecuador sobre Turismo Comunitario de 2001, que propone un modelo relacionado con la política, pues designa la misión de establecer estrategias de promoción para su desarrollo. Esta misión está dentro de los derechos colectivos de los pueblos indígenas consagrados en el Convenio número 169 de la Organización Internacional del Trabajo, ratificado por los países participantes (Organización Internacional del Trabajo, 2006). Con este mismo modelo se elabora la segunda, la Declaración de San José sobre el Turismo Rural Comunitario en 2003, en la cual participaron organizaciones comunitarias de Bolivia, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Perú. Esta tuvo como

propósito [...] establecer estrategias de promoción, y comercialización de productos turísticos comunitarios. Señalan que se deben hacer las actividades turísticas bajo unos valores éticos, sin afectar la naturaleza y las culturas de las comunidades en sus territorios. Y que, por otra parte, coadyuve a mejorar las condiciones de vida de los locales, reclaman una justa distribución de los beneficios que genera el turismo entre todos los actores que participan en su desarrollo. (Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario, 2003)

Esta forma alternativa de turismo planteado desde las comunidades y las organizaciones comunitarias está relacionada directamente con el modelo de turismo justo.

En 2005 se formula la Declaración sobre el Turismo al servicio de los objetivos de desarrollo del Milenio, auspiciada por la Organización Mundial de Turismo y con el apoyo de los países miembros, bajo el modelo de desarrollo sostenible. Ella se elabora como una respuesta para mitigar los efectos neoliberales y promover que las empresas nacionales y multinacionales que hacen presencia en países en desarrollo aumenten el nivel de empleo de los pobres, teniendo en cuenta la responsabilidad con las poblaciones (Organización Mundial del Turismo, 2005).

En 2014 la Organización Mundial del Turismo presenta las *Recomendaciones por un turismo accesible para todos*, las cuales están dirigidas a mejorar el acceso a toda la cadena turística de las personas con discapacidad.

La Declaración de Lima sobre Turismo Rural Comunitario en las Américas de 2015 sigue el modelo de turismo comunitario de las ya mencionadas Declaraciones de Otavalo y de San José. Esta señala la importancia de fomentar el turismo rural comunitario para mitigar la pobreza con inclusión social, y beneficios para las comunidades rurales y grupos étnicos de manera justa y equitativa. Todo mediante políticas gubernamentales y estrategias intersectoriales que faciliten su empoderamiento a través de la capacitación en emprendimientos comunitarios (Organización de los Estados Americanos, 2015).

La Carta Mundial del Turismo Sostenible+20, presentada en 2015 con el apoyo de la Organización Mundial de Turismo y de sus países miembros, considera al turismo sostenible como la única vía para el desarrollo en un equilibrio entre medio ambiente y bienestar humano. Por eso, señala que el turismo sostenible gestionado eficientemente puede proteger el patrimonio cultural, dar respuesta al cambio climático y contribuir a la recuperación económica mundial. Para ello adopta, entre otras resoluciones, conformar un Comité de Seguimiento de la Carta Mundial de Turismo Sostenible, encargado de promover su difusión y aplicación por parte de los actores que estén vinculados (Cumbre Mundial de Turismo Sostenible+20, 2015). Cabe señalar que se desconocen otros modelos de turismo alternativo como el turismo social o el turismo comunitario.

Por su parte, la Organización Internacional de Turismo Social, que ha implementado el modelo de turismo social, ratificó la Declaración de Montreal y adoptó la Adenda de Aubagne de 2006, denominada *Hacia un turismo de desarrollo y de solidaridad*. Esta amplía la perspectiva de la declaración de 1996 y hace algunas precisiones tales como el derecho laboral que se tiene de las vacaciones. Además, precisa la importancia del turismo para el desarrollo humano, reafirma los beneficios para las poblaciones locales, considera muy importante el acceso al turismo a familias, jóvenes y tercera edad, y afirma que entre los actores se deben establecer formas de cooperación y de asociación solidarios de comercio justo (Organización Internacional del Turismo Social, 2006).

En 2020 la Organización Internacional de Turismo Social publica el documento *El turismo como herramienta*

de desarrollo, 20 ejemplos de turismo responsable y solidario en todo el mundo, que trata sobre buenas prácticas de turismo social en diferentes países del mundo (Organización Internacional del Turismo Social, 2020). En él se presenta un ejemplo de turismo solidario denominado “Colombia: La Ruta del Roble: el itinerario para conocer a los pequeños productores por Agrosolidaria” donde se muestran las experiencias que tuvieron las organizaciones de carácter solidario en la realización de las rutas rurales de turismo del Roble en el municipio de Charalá, departamento de Santander.

Pospandemia, tendencias emergentes de turismo

Debido a los posibles efectos que dejará el Covid-19, como son una desaceleración económica y la baja movilidad internacional, surgen otras formas de hacer turismo como el turismo local o cercano. Al respecto, Wilson y Hannam (en Izcara y Cañada, 2020) plantean el *slow tourism*

una práctica turística más respetuosa con el medio ambiente, y [...que incide] en la importancia de utilizar medios de transporte menos contaminantes como la bicicleta o hacer rutas a pie, la relevancia del trayecto y lo que puede aportar a la experiencia del viaje (p. 2).

Señalan Izcara y Cañada (2020) que en esta forma de turismo toman fuerza elementos claves como la reducción de la huella de carbono, el aumento del bienestar, la conexión con el territorio y una mayor

interacción con la población local. Indican los autores que este turismo da forma a un compromiso ecológico que articula un turismo relocalizado en la proximidad.

Cabe señalar también que en el contexto actual de la posmodernidad posindustrial y del conocimiento digital está surgiendo en este escenario tecnológico otra forma de turismo. De acuerdo con Arruda y Branco (2012), “el Turismo Virtual decreta un nuevo paradigma que difiere de los modelos tradicionales de turismo debido a la superposición que realiza de lo ‘auténtico’ (natural) con lo artificial (virtual)” (p. 880). Este tipo de turismo funciona, como lo señala Ghisi y Macedo (2006), pensando en que

La bienvenida y la hospitalidad virtual ofrecida y la interacción entre el visitante y lo visitado son prerrogativas que requieren recursos tecnológicos que agregan valor a los productos y servicios, tales como: presentaciones personalizadas y animadas por video, fotos dinámicas y en 360 grados, interface de inmersión, y mensajes organizados y actualizados. (p 15)¹

Sobre este turismo virtual, así denominado por la academia, los organismos internacionales no han presentado directrices.

En la actualidad está emergiendo el postturismo, el cual, según Molina (2006), puede presentar las siguientes características

¹ Un ejemplo de este turismo virtual es el ofrecido por *Second Life* con el que se “destaca la reproducción de Machu Picchu. Las ruinas Incas se localizan en Perú y se puede admirar la recreación de los más famosos íconos de la arquitectura e ingeniería como el Intihuatana (reloj solar), el Templo Principal, el Templo de las Tres Ventanas y la plaza principal o El Mirador. La réplica virtual fue creada por la universidad San Martín” (Arruda y Branco, 2012, p.891).

Hacer posturismo en la misma ciudad donde se vive, recurriendo a hoteles dentro de las megaatracciones o bien permaneciendo en los megaresorts. Nulo contacto con individuos de las comunidades locales. Contacto con escenarios naturales readaptados controlados por la aplicación de tecnologías. Esto implica la reconstrucción de ambientes en sistemas semicerrados. (p. 42)²

El posturismo, como lo señala Molina (2006), no está determinado por los recursos naturales culturales de una región, sino por la inversión económica y el desarrollo tecnológico.

Políticas públicas de turismo en Colombia

El Estado colombiano adoptó el modelo de turismo sostenible, el cual está relacionado con la competitividad de mercado, la innovación, la calidad y la gestión eficiente de todos los recursos. Lo anterior, siguiendo las directrices de la Organización Mundial del Turismo al ser Colombia Estado miembro de esta institución. Por lo tanto, en las políticas públicas que emite el Estado se muestra cómo opera este modelo de turismo en términos de los objetivos, los lineamientos, las estrategias, la accesibilidad al turismo, el rol de las comunidades y el manejo de los recursos ambientales.

² En “el área de Anaheim, situada en Los Ángeles, California, se ha desarrollado con éxito el producto Plaza Garibaldi, un restaurante familiar con comida mexicana y un escenario de mariachis y diversas manifestaciones de la música latina. Según la promoción impresa, “...es tan auténtico que usted se sentirá como si estuviera en México”. La original Plaza Garibaldi se sitúa en la Ciudad de México” (Molina, 2006, p. 42).

Ley general de Turismo 300 de 1996

En 1996 se expide la Ley 300 de Turismo que regula la actividad turística bajo el modelo de desarrollo sostenible, el cual tiene una relación directa con la competitividad de mercado y la óptima gestión de los recursos, pues determina que la industria turística es esencial para el desarrollo del país. La ley ordena la elaboración de planes sectoriales de turismo y establece los principios que la rigen, que son la concertación entre el Estado y el sector privado nacional e internacional para beneficiar al turismo, y la coordinación, la descentralización, la planeación, la protección al ambiente, el desarrollo social, la libertad de empresa, la protección al consumidor y el fomento del mismo turismo (Ley 300 de Turismo).

Esta Ley general de Turismo crea el Viceministerio de Turismo, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. También, regula la descentralización del turismo, otorgándole competencia a las entidades territoriales. De igual forma, la ley trata sobre otros aspectos como las zonas de desarrollo turístico prioritario, el peaje turístico y el mercadeo. Además, presenta las definiciones de ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano; establece los incentivos tributarios; estructura el Fondo de promoción turística; trata del Registro Nacional de Turismo y los derechos y obligaciones de los usuarios; estipula funciones sobre el control y las sanciones; y establece unas disposiciones para los prestadores de servicios turísticos. Esta legislación ha tenido varias reformas (Congreso de la República de Colombia, 1996).

A partir de la Ley de Turismo se empezaron a crear las políticas para el sector. Es así como en el periodo 1998-2002 se formuló *La política turística para una sociedad que construye la paz*, la cual tiene una relación directa con el modelo de turismo sostenible al aplicar la competitividad de mercado, en la cual se establecieron convenios con 35 regiones en el país (Ministerio de Desarrollo Económico, 2000).

En cumplimiento de los requerimientos de la Ley de Turismo se elabora el Plan Sectorial de Turismo 2002-2006. El plan se hace con la participación de las regiones desde el modelo de sostenibilidad y la competitividad de mercado, pues tenía como objetivos posicionar la actividad turística para el desarrollo económico del país en los productos sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, deportes y aventura, ferias y fiestas, ciudades capitales y destinos; crear infraestructuras de calidad y empresas que ofrecieran servicios; brindar seguridad a los turistas; y fortalecer una cultura turística vinculando a las comunidades locales y especializando a las regiones en ofertas turísticas. En el ámbito internacional el objetivo era traer turistas, implementar tecnología y establecer medidas de financiación para el sector (Toro, 2003).

En el año 2003 se expide la Política para el desarrollo de Ecoturismo, de acuerdo con los lineamientos internacionales de la Organización Mundial del Turismo y de la Declaración de Quebec, y bajo el modelo de desarrollo sostenible. A esta política Colombia le adiciona la competitividad de mercado en este caso para los servicios ecoturísticos.

Este modelo sostenible está relacionado con la política en términos de la óptima gestión de recursos, pues tiene como objetivo promover y hacer diversificación de la actividad ecoturística, usar adecuadamente los recursos, y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales en armonía con la diversidad ecológica y cultural. Entre sus líneas estratégicas están la gestión de las áreas naturales mediante el ordenamiento y la planificación, y determinar los programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2003).

Este modelo de desarrollo y de competitividad de mercado para los servicios ecoturísticos es cuestionado por Zahedi y Gudynas (2008), al señalar que

en el desarrollo sostenible se debe incorporar la ética ambiental para la protección de los recursos naturales. A medida que pasa el tiempo el deterioro ambiental sigue avanzando, y por lo tanto las opciones de recuperación ambiental se van perdiendo. (p. 290)

En 2005 el Consejo Nacional de Política Económica y Social – Compes, organismo asesor para el desarrollo económico y social del país, expide la Política sectorial de turismo 3397 siguiendo el modelo de desarrollo sostenible y de competitividad. Indica que para alcanzar esta última se deben llevar a cabo seis estrategias y así ubicar el turismo como uno de los sectores más importantes dentro de la economía: fortalecer la institucionalidad para el desarrollo del sector; mejorar la seguridad de viajeros; establecer una campaña de promoción y mercadeo; preparar ofertas turísticas; formar recurso humano y fortalecer el sistema de información turística que haga posible

formular políticas de gobierno y uso de tecnologías (Concejo Nacional de Política Económica y Social Departamento Nacional de Planeación, 2005).

El Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 denominado *Estado Comunitario: desarrollo para todos* señala que el sector privado tiene un papel central en el crecimiento y que la generación de riqueza es fundamentalmente una responsabilidad de este sector. Este Plan tiene como uno de sus principios la seguridad democrática y busca su fortalecimiento para la activación económica de las regiones desde la sostenibilidad (Departamento Nacional de Planeación, 2007).

La Política de Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio, elaborada en 2007 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Cultura, tiene como objetivo posicionar al país como un destino de turismo cultural a nivel nacional e internacional, mediante el aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural. Esto con el fin de generar cadenas productivas y desarrollo bajo el modelo sostenible (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Ministerio de Cultura, 2007).

El Plan Sectorial de Turismo 2008-2010, denominado *Colombia Destino Turístico de Clase Mundial*, plantea dos aspectos centrales desde el modelo de sostenibilidad: mejorar la competitividad y la calidad de los destinos turísticos en el ecoturismo y en el turismo cultural. Para esto propone fortalecer los procesos regionales con el fin de brindar ofertas de productos y destinos para los mercados nacionales e internacionales, y fortalecer las posadas turísticas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008).

En 2008 el Estado expidió la Ley 1185 de Patrimonio Cultural que modificó la Ley General de Cultura, Ley 397 de 1997, en la cual incluyó una nueva categoría: Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). Esta se define como todas las prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales que las comunidades reconocen. El Decreto 2941 de 2009 trata sobre su salvaguardia. El Estado ratificó la Convención de la Unesco para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003. Esta Ley tiene por objetivo fortalecer la capacidad social de gestión en las comunidades para su salvaguardia, valoración, apropiación, fomento y divulgación, e incorporar estos aspectos en los planes y programas de desarrollo (Ministerio de Cultura, 2008).

En 2009 se expidieron los *Lineamientos para el ecoturismo comunitario en Colombia*. Esta política se constituyó en un documento para las organizaciones comunitarias que llevan procesos de ecoturismo. Los lineamientos están estructurados en cuatro aspectos: promover el producto ecoturístico, minimizar los impactos ambientales, planear el destino comunitario e identificar las comunidades que tienen este recurso y capacitarlas, y promover destinos ecoturísticos comunitarios viables comercialmente (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009a). Esta política no se adscribe al modelo de turismo comunitario, sino al modelo de desarrollo sostenible, pues está centrada en la competitividad y en la gestión eficiente de los recursos.

La política de competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial, elaborada en 2009 de acuerdo con el modelo de sostenibilidad y el concepto de calidad, tiene como objetivo mejorar la

competitividad turística mediante estrategias de gestión que vinculen a los actores del sector, y posicionar al país como un destino mundial (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009b). En la misma línea lo plantea la *Política de Mercadeo y Promoción Turística: Colombia destino turístico de clase mundial*, de 2009, que tiene como propósito lograr acciones eficaces de mercadeo y promoción que logren un crecimiento en el número de viajeros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009c).

Por su parte, *La Política de Turismo Social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos* (2009d) sigue las directrices de la Organización Mundial del Turismo, la Declaración de Manila y la Declaración de El Turismo al servicio de los objetivos del milenio. Si bien trata sobre el turismo social, esta política no implementa el modelo de turismo social, justo y solidario de la Declaración de Montreal (1996), ya que no fue ratificada por el Estado colombiano. Por el contrario, esta política se relaciona directamente con el modelo de desarrollo sostenible, pues su objetivo es contribuir al acceso de todos los colombianos al turismo como un derecho fundamental, al uso del tiempo libre, con prioridad en segmentos de población como las personas con escasos recursos económicos, las personas mayores, las personas con capacidades físicas diferentes y los jóvenes. Otros de los objetivos de este modelo es implementar iniciativas de apoyo entre los distintos actores públicos y privados para la gestión del turismo social; adelantar acciones para el desarrollo del producto turístico social; crear estrategias de promoción y comercialización para el turismo social; e impulsar instrumentos de apoyo y fuentes de financiación para este (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009d).

La Política de Turismo y Artesanías: iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano, elaborada en 2009, tiene entre sus objetivos llevar a cabo un desarrollo sostenible y de competitividad a través de las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales, así como promover la creación de estímulos para la comercialización del producto artesanal (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, 2009)

La Política de Turismo Cultural, elaborada en 2010, aplica el modelo de desarrollo sostenible y de competitividad de mercado. Esta política tiene como propósitos ubicar rutas y regiones como productos turístico-culturales que se constituyan como destino nacional e internacional; promocionar los sitios turísticos en el país; fortalecer la infraestructura turística; fomentar acciones para lograr cooperación con todos los actores que intervienen; y contribuir al desarrollo local y de las cadenas productivas. (Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010).

El Plan sectorial de turismo 2011-2014, *Turismo: factor de prosperidad para Colombia*, elaborado de acuerdo con el modelo de desarrollo sostenible, tenía como objetivos mejorar la competitividad en servicios y destinos turísticos que contribuyan a la formación de empleo; ampliar la infraestructura y la conectividad; dinamizar la inversión en el sector turístico y capacitar el talento humano (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

En el marco de la Política de Patrimonio Cultural Inmaterial de 2009, el Estado colombiano expidió en el año 2012 la *Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*, la cual tiene por objetivo valorar y salvaguardar los conocimientos, las prácticas y los productos alimenticios de las cocinas tradicionales de Colombia, así como fomentar la divulgación de ellos, sus valores, su enseñanza y su aprendizaje (Ministerio de Cultura, 2012).

Los *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*, expedidos en 2012, no implementan el modelo de turismo comunitario, pues se elaboraron en concordancia con el modelo de sostenibilidad y competitividad, siguiendo las directrices de la Organización Mundial del Turismo y de la declaración sobre El Turismo al Servicio de los Objetivos del Milenio. Estos tienen como propósito fomentar el desarrollo del turismo comunitario, direccionando acciones de emprendimiento participativo que permitan generar empleo e ingresos y fortalecer destinos a través del desarrollo de productos turísticos diferentes. Además, buscan brindar asesoría técnica a las comunidades y a los destinos turísticos, facilitar la participación de las comunidades con vocación hacia el turismo en la elaboración de los Planes de Ordenamiento Territorial, y vincular en los Planes de Desarrollo Turístico y en los Planes de Competitividad Departamentales las estrategias y las orientaciones para el turismo comunitario que se desarrolla principalmente en zonas rurales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

El Plan sectorial de turismo 2014-2018, *Turismo para la construcción de la paz*, se elaboró bajo el modelo

de la sostenibilidad y la competitividad, con amplia intervención del sector privado. Este Plan sostiene cuatro objetivos estratégicos con acciones para su desarrollo: gestionar de manera eficiente la industria de los viajes y el turismo, mejorar la capacidad productiva de comunidades étnicas, e innovar en los productos y servicios turísticos. Además, pretende desarrollar destinos turísticos con infraestructura accesible y pertinente, e impulsar la conectividad para el turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014).

En 2016 se crea el *Plan estratégico de seguridad turística*, siguiendo los lineamientos de la Organización Mundial de Turismo y considerando que, para el logro de la competitividad turística, la seguridad es un factor fundamental. Por lo tanto, entre los objetivos de este Plan está incrementar la seguridad para los usuarios de servicios turísticos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

El Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, *Turismo: El propósito que nos une*, es el actual Plan de turismo que se está llevando a cabo en el país, elaborado, como todos los que se han presentado, de acuerdo con el modelo de turismo sostenible, pues se relaciona con la competitividad del mercado y la gestión eficiente de recursos. Es así como sus propósitos son mejorar la competitividad a través de estrategias como la productividad, la calidad y la seguridad, para posicionarse en el mercado nacional e internacional; fortalecer la gestión institucional e integral de los destinos, la oferta y la promoción turística; desarrollar más inversión, infraestructura, conectividad, innovación y desarrollo empresarial; y, por último, plantear estrategias para lograr un turismo incluyente

y accesible. Respecto a esto último, señala que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo impulsará fuentes de financiación para el turismo social (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018).

En el año 2019 se presenta el *Manual de turismo accesible: turismo para todos*, siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo. Este manual es una herramienta dirigida a los empresarios del sector turismo para que se promuevan cambios en instalaciones, información y comunicación, en beneficio de las personas que especialmente se encuentran en condición de discapacidad física, para que puedan acceder a servicios que satisfagan sus expectativas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo Nacional de Turismo, 2019).

La Política de turismo sostenible emitida en septiembre de 2020 está planteada bajo la competitividad de mercado. Esta considera el medio ambiente como recurso y capital para gestionar, al señalar que dicho modelo tiene como objetivo fortalecer la sostenibilidad de la cadena de valor del turismo en Colombia, con el fin de mejorar su competitividad, garantizar la conservación y el uso responsable del capital natural, y generar un mayor valor agregado y diferenciación para el país. Este objetivo está orientado a los distintos actores que juegan un rol en la consolidación de un turismo sostenible en Colombia, como instituciones y gobiernos locales, emprendedores y empresarios, viajeros y consumidores, y comunidades locales y residentes (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

La Ley número 2068 del 31 de diciembre de 2020 modifica la Ley general de turismo de 1997 en varios

aspectos: en cuanto a los principios de la actividad turística presenta una nueva definición de desarrollo sostenible, fundamentada, al igual que las políticas expedidas anteriormente, bajo el crecimiento económico. Adicionalmente, señala a la actividad turística como un derecho social y económico de las personas, de los territorios y las comunidades. Para la sostenibilidad, plantea como mecanismo no agotar la base de los recursos naturales en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras. Por último, plantea que la accesibilidad universal es deber de los administradores de atractivos turísticos y de los prestadores de servicios turísticos (Congreso de Colombia, 2020). Esta ley también modifica aspectos en cuanto a la capacidad de carga que será fijada por la autoridad correspondiente; trata sobre la declaración de atractivos turísticos; estableció la creación de un punto de control turístico en el cual los recursos económicos obtenidos se destinarán a mejorar y conservar los atractivos turísticos con el propósito de sostenibilidad; determina los efectos de la declaratoria de atractivo turístico y trata acerca de las sanciones para los prestadores de servicios turísticos; además, trata sobre un incentivo de descuento para inversiones realizadas en control, conservación y mejoramiento del medio ambiente en actividades turísticas. Todo esto se propone bajo los fundamentos de sostenibilidad, calidad, seguridad, formalización del turismo y recuperación de la actividad turística en medio de la pandemia (Congreso de Colombia, 2020).

En abril de 2021 se creó la Red Departamental de Turismo Comunitario en Boyacá, que tiene como objetivo organizar las acciones de este tipo de turismo en el departamento, así como fortalecerlo y visibilizarlo

(Gobernación de Boyacá, 2021). A través de esta red recientemente creada se empieza a avanzar en la implementación del modelo de turismo comunitario que responda a las necesidades de los territorios.

Discusión

En el análisis sobre lo planteado por los modelos de turismo y en los resultados encontrados en la implementación de estos modelos en las políticas emitidas por los organismos internacionales y por el Estado colombiano, en términos de cómo operan y se relacionan en su aplicación, se demostró que se han implementado dos tipos de modelos que se pueden categorizar en modelos alternativos de turismo y en modelo de turismo sostenible. Ambos operan de manera distinta en cuanto a los objetivos, los lineamientos, las estrategias, la accesibilidad al turismo, el rol de las comunidades y la forma de manejar los recursos ambientales. Es así que los modelos alternativos están relacionados con las políticas en términos de lo social, lo justo, lo inclusivo y en la autogestión solidaria de las comunidades, mientras el modelo de turismo sostenible está relacionado con las políticas en cuanto a la eficiente gestión institucional de todo tipo de recursos para satisfacer diversas necesidades humanas, con la competitividad de mercado y con el crecimiento económico de los sectores más favorecidos.

Por lo tanto, los modelos alternativos como el turismo social y el turismo solidario surgen en la Organización Internacional de Turismo Social en Europa, que adopta la Declaración de Montreal y la Adenda de Aubagne. Estos se han expandido a América Latina a través de los miembros de esta organización. Bajo los

modelos alternativos, el turismo cumple una función social tanto para el visitante como para las comunidades, al plantear una inclusión de todos los sectores sociales que puedan acceder a los beneficios del turismo, mejorar las condiciones de vida de las comunidades mediante un beneficio colectivo y procurar la protección ambiental.

Otro de los modelos alternativos el turismo comunitario ha emergido en las declaraciones de Otavalo, Ecuador, en la Declaración de San José y en la Declaración de Lima sobre Turismo Rural Comunitario. Dichas propuestas nacidas de las comunidades indígenas rurales y de asociaciones comunitarias de algunos países latinoamericanos, con el apoyo de la Organización Internacional del Trabajo, están centradas en los derechos económicos y laborales de los grupos étnicos, la autogestión y los emprendimientos de las comunidades, el respeto al territorio y a la naturaleza, y el diálogo intercultural entre comunidades locales y visitantes.

Desde la perspectiva económica, el turismo justo se constituye en un modelo alternativo de turismo en América Latina, que está relacionado con el turismo social, el solidario y el comunitario. Eso porque dicho modelo busca, mediante las declaraciones señaladas, la distribución equitativa de los beneficios económicos producidos por los servicios turísticos, el ejercicio de los derechos laborales para las comunidades y la participación en la toma de decisiones desde espacios democráticos.

De otro lado, el modelo alternativo de turismo social accesible, que está aplicado en el texto *Recomendaciones por un turismo accesible para todos*, presentado por

la Organización Mundial del Turismo, y en el *Manual de turismo accesible: turismo para todos*, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y el Fondo Nacional de Turismo (2019), plantea la necesidad de facilitar el acceso a personas con necesidades especiales. Este modelo ha sido aplicado con el fin de posibilitar el acceso de dichas personas a toda la cadena turística.

Por otra parte, el modelo de turismo sostenible está centrado en la eficiente gestión y planificación institucional de los recursos, que va desde los ambientales, pasando por los culturales hasta los humanos, a través de los nichos de mercado. Esto con el fin de alcanzar la tan anhelada competitividad e innovación para lograr el crecimiento económico, que hace que se produzca un consumo ilimitado de recursos. Este modelo de turismo sostenible ha sido implementado por la Organización Mundial del Turismo a través de la Carta de Turismo Sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo, la Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo, la Declaración sobre el Turismo al servicio de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y La Carta Mundial del Turismo Sostenible+20, en las cuales este modelo opera mediante la gestión de los recursos ambientales. Esto se relaciona con lo señalado por Gudynas (2010) al afirmar que se trata de una sustentabilidad débil con eficientes instrumentos de gerenciamiento ambiental y que, por lo tanto, de acuerdo con Zahedi y Gudynas (2008), se debe incorporar la ética ambiental.

El Estado colombiano está implementando el modelo de turismo sostenible a través de la ratificación de las Cartas y las Declaraciones de turismo sostenible, al ser Estado miembro de la Organización Mundial

del Turismo. Este modelo ha sido aplicado en el país a través de la ley de turismo, las políticas públicas y los planes sectoriales de turismo; y a través de los objetivos, los lineamientos, las estrategias, la accesibilidad al turismo, el papel de las comunidades y el manejo de los recursos ambientales, los cuales operan mediante la gestión de todo tipo de recursos: humanos, ambientales, económicos, territoriales y la competitividad de mercado. Si bien el Estado colombiano ha creado políticas para el turismo social y el turismo comunitario, todas sus políticas están elaboradas bajo el modelo de turismo sostenible.

Bajo este modelo opera la competitividad de mercado con fines de rentabilidad económica. Esto, de acuerdo con Hassam (en Alcocer, 2013), es producir destinos turísticos con valor agregado y posicionarse en el mercado con respecto a sus competidores, lo cual se materializa en todas las políticas públicas emitidas por el Estado. Este modelo genera afectaciones a las comunidades, a sus culturas y al medio ambiente, en la búsqueda por lograr ser competitivos.

Cabe señalar que hay unas nuevas tendencias emergentes de turismo por motivos de la pospandemia. Es así como ante la nueva situación de recesión económica y la baja movilidad internacional se empieza la búsqueda por fortalecer el turismo doméstico y el turismo local, con una apuesta por el cuidado ambiental, la reactivación de las economías y el bienestar de las personas. Por otra parte, el turismo virtual que se desarrolla en escenarios digitales y tecnológicos.

Teniendo en cuenta los resultados de este estudio, es pertinente implementar cada vez más modelos alternativos de turismo que respondan a las problemáticas

ambientales y a las necesidades de las comunidades que están vinculadas con esta actividad, desde los derechos humanos y desde una ética ambiental en el país.

Como limitaciones, en este estudio no se logró tratar todas las declaraciones, convenciones y Cartas internacionales que se han elaborado, como las de Sudáfrica, Túnez, Zambia, Camboya, Palestina y la de Asia-Pacífico, así como tampoco las reformas que ha tenido la Ley 300 de Turismo en Colombia.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN HISTÓRICA DE LOS MUNICIPIOS DE LOS SANTOS, VILLANUEVA, BARICHARA, ZAPATOCA Y SAN VICENTE DE CHUCURÍ, Y DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE HACEN PARTE DE LA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA



Capítulo II

Descripción histórica de los municipios de Los Santos, Villanueva, Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucurí, y de los productos agrícolas que hacen parte de la ruta turística gastronómica

El departamento de Santander está integrado por seis provincias administrativas y de planificación - PAP: Comunera, García Rovira, Guanentá, Yariguíes, Soto Norte, Vélez y Metropolitana. En ellas se hallan 87 municipios y una población en total de 2 008 841 habitantes (ilustración 2). Cada una de las provincias cuenta con su propia historia, sus costumbres, su patrimonio cultural, sus lugares de interés turístico y sus tradiciones gastronómicas.

El recorrido de la ruta gastronómica incluye tres de las siete provincias, en donde se ubican los municipios de Los Santos, provincia Metropolitana; Villanueva y Barichara, provincia Guanentá; y Zapatoca y San Vicente de Chucurí, provincia de Yariguíes (Plan de Desarrollo de Santander, 2020-2023). Tres de estos municipios (Los Santos, Barichara y Zapatoca) se encuentran posicionados a nivel turístico porque son espacios muy conocidos y promocionados por su variada oferta turística, y por ubicarse geográficamente en uno de los atractivos más importantes del departamento de Santander y de Colombia: el Cañón del Chicamocha

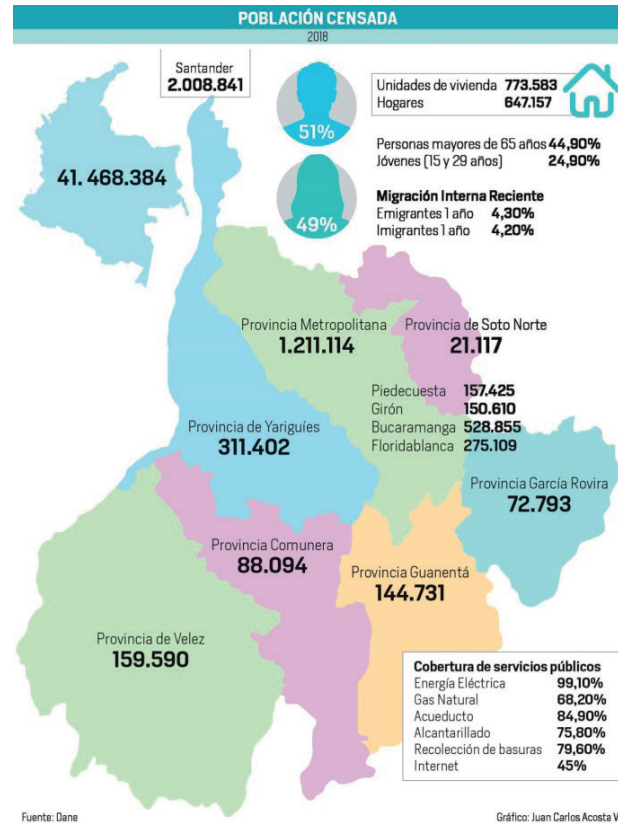


Ilustración 2. Provincias Administrativas y de Planificación – PAP de Santander. Fuente: Plan de Desarrollo de Santander, 2020-2023, p.72.

(Plan de Desarrollo de Santander, 2020-2023). Estos municipios no solo tienen fama de ser los más visitados por los turistas debido a la gran cantidad de lugares de interés, sino también por su gastronomía, una de la más variadas y particulares en todo Santander. Los municipios de Villanueva y San Vicente de Chucurí son espacios de poca afluencia turística, con excepción de las fechas de sus fiestas y ferias locales,

que es cuando la llegada de visitantes se multiplica. Sin embargo, la propuesta de la ruta gastronómica podría incentivar el turismo en otras épocas del año al generar el interés de visitar los hermosos campos cultivados de cacao, piña y aguacate, y de disfrutar de sus paisajes, veredas y los caminos reales que los intercomunican.

Para la elaboración de ese capítulo se realizó inicialmente una revisión documental centrada en los municipios más próximos a la capital del departamento: Bucaramanga. Esto con la idea de que los municipios seleccionados tuvieran por lo menos cuatro condiciones: una destacada actividad agrícola, turística y gastronómica, y ubicarse cercanos a Bucaramanga, lo que permitiría un mayor flujo de turistas. Se consultaron planes de desarrollo municipales, artículos de periódicos, documentos emitidos por instituciones oficiales y diferentes publicaciones, en los que se referenciara el estado de la agricultura, el turismo, la industria y la gastronomía. Dichos aspectos son importantes para la propuesta de la ruta, ya que el objetivo del proyecto es generar un vínculo entre estos cuatro sectores por medio de la ruta turística y gastronómica. Teniendo en cuenta esta información, fueron seleccionados los cinco municipios que integran el periplo gastronómico: Los Santos, Villanueva, Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucurí. Todos tienen una conexión entre sí y con Bucaramanga, lo que permite un fácil desplazamiento de las personas interesadas en recorrerlos. También, en todos se combinan las cuatro actividades antes descritas, aunque en unos la actividad del turismo es mucho más dinámica que la agrícola, como sería el caso de Barichara, Los Santos y Zapatoca. Sin embargo, esta condición también favorece las intenciones del proyecto, porque esperamos que

dichos municipios ayuden a jalonar el turismo hacia esos otros municipios que no son tan concurridos.

Para tener una visión más real de la situación de los municipios seleccionados con respecto a lo encontrado en los documentos consultados, se realizó una salida de campo para visitar cada uno de los municipios y se entrevistaron diferentes personas que cultivan la tierra, con el fin de identificar los productos agrícolas con mayor predominio en la región. Con base en esta información, se identificaron siete productos agrícolas que presentan alguna posibilidad y muestran una gran proyección que favorece su integración a la ruta. Los productos son cacao, café, piña, aguacate, maracuyá, frijol y cítricos (mandarinas y naranjas). De todos ellos, el cacao, el café, el aguacate y la piña fueron los mejor evaluados.

Por lo tanto, en este segundo capítulo se resaltan las particularidades que componen estos municipios y se describe un poco de su historia, algunos de los lugares turísticos que poseen y las características de cada uno de los productos agrícolas que se cultivan en estos espacios y que hacen parte del atractivo turístico de la ruta. La intención en este capítulo es mostrar cómo los aspectos culturales, históricos, naturales y paisajísticos se combinan con los gastronómicos y despiertan un gran interés, porque la gastronomía, como elemento que unifica todos los atractivos, permite que en el trayecto de la ruta los turistas puedan disfrutar de todos ellos en un mismo recorrido.

Barichara



Ilustración 3. Catedral la Inmaculada Concepción de Barichara. Fuente: las autoras

Breve historia

En el dialecto Guane, la palabra *barichara* significa “arboleda” o “lugar de descanso”, según afirma el sacerdote e historiador Isaías Ardila Díaz (1988, p. 500). Según otra versión, la parroquia fundada en 1751 se llamó inicialmente “vare florence”, que luego se transformó en “vara echada” y, finalmente, en Barichara.

La historia del poblamiento del territorio del actual municipio de Barichara se remonta a los tiempos prehispánicos, más exactamente hacia los siglos VIII-IX d.c., cuando la región de Guanentá, aquella zona montañosa delimitada por los ríos Fonce, Suárez y Chicamocha, se convirtió en el centro de un importante grupo étnico llamado los guanes, una población de agricultores y ceramistas afines a los muiscas.

A comienzos del siglo XVI, la población de los guanes contaba con más de 30 mil habitantes. Tal como informa el cronista Juan de Castellanos (1857), “de lo que llaman propiamente guane había treinta mil casas pobladas a dos y tres vecinos cada una y en ellas sus mujeres y familias” (p. 112). A su vez, el Fray Pedro Simón (2009) informa que:

En estas tierras no había cumbre ni ladera que no pareciese cubierta de indios y las peñas y breñas los brotaban... Son los indios bien dispuestos, de buenas caras y más blancos que colorados. Se visten de mantas, del mucho y buen algodón que crían, una ceñida y otra como por capa anudada, con las dos puntas encima del hombro izquierdo. Las mujeres son de muy buen parecer, blancas y bien dispuestas y más amorosas de lo que era menester, en especial para con los españoles, atinosas para todo y tan fácil en aprender nuestra lengua castellana, que en dos o tres meses suelen salir tan ladinas y hablarla con tanta propiedad como un hijo de un mercader de Toledo. (p. 23)

El nivel de desarrollo e integración de los pueblos indígenas de la región era bastante elevado, ya que para el momento de la llegada de los conquistadores formaban una especie de federación de cacicazgos, encabezada por el cacique de Guanentá, que ejercía el poder supremo sobre los demás caciques del rango menor. Los españoles subyugaron a los guanes a lo largo de la década de 1540, repartiéndolos en encomiendas y obligándolos a pagar tributo. La población indígena de la zona disminuyó drásticamente, resultado de la cruel explotación, las constantes rebeliones y las enfermedades. Según los datos proporcionados por el historiador Jorge Orlando Melo (2016), para 1560 no quedaban sino unos 25 000 indígenas, y

para 1617 eran ya solo unos 3 000, de los cuales 800 estaban en las encomiendas vecinas.

La fundación oficial de Barichara se le atribuye al presbítero Martín José Francisco Pradilla y Ayerbe, el día 29 de enero del año 1705. En su libro *Así es Santander*, Sergio Núñez Hartmann (2012) comenta que, desde sus comienzos, Barichara “era un pueblo colonial precioso y proporcionado, trazado de las calles totalmente empedradas, sus casas de bahareque, con aleros, patios solariegos, grandes ventanas de madera” (p. 445).

En las décadas posteriores, Barichara creció a un ritmo acelerado. En el año 1751 fue creada la parroquia de Barichara. En cuanto a la estadística poblacional de la zona, existen los datos de que para 1778 en Guane y en las tierras de su resguardo vivían 1 000 indígenas (muchos eran mestizos) y algunos blancos, dedicados a sembrar maíz, verduras y frutas, sobre todo plátano. También vivían unos 1 400 españoles (que incluían algunos mestizos) en Barichara, criando ganado y cultivando caña de azúcar (Melo, 2016). El territorio siguió prosperando a pesar de todos los cataclismos políticos y sociales de la época posterior pues, según Jorge Orlando Melo (2016), “ni la revuelta de los comuneros, en la que los enardecidos ‘patiamarillos’, como llamaban a los de Barichara, quemaron el resguardo y el estanco, ni las guerras de independencia, frenaron la prosperidad y el crecimiento del pueblo” (p. 2).

Para 1850 había en Barichara 12 500 habitantes viviendo principalmente de las artesanías, del comercio y, a pesar de la aridez del clima, de la agricultura y la ganadería. El famoso político escritor y periodista del

siglo XIX, Manuel Ancízar Basterra (1853), citado por Correa *et al.* (2017), dejó una descripción que muestra un pueblo próspero, bien administrado y con vocación artesanal:

Las calles de Barichara son limpias y hacia el centro del poblado empedradas. Las casas bien construidas... y algunas con cierto lujo de amplitud... Cuatro fuentes públicas, de las cuales la de la plaza mayor curiosamente labrada, surten al vecindario de limpia y abundante agua... cuenta con un costoso templo, un hospital de caridad, escuelas primarias masculina y femenina, y con ocho talleres y una maestranza para la fabricación de sombreros de jipijapa. (p. 65)

En 1859 la Asamblea Constituyente del Estado de Santander reconoció los progresos de Barichara, convirtiéndola en capital de Guanentá, uno de los siete departamentos en que se dividió el nuevo Estado soberano. A pesar de su aparente prosperidad, el crecimiento de Barichara se detuvo considerablemente en la segunda mitad del siglo XIX-primer mitad del siglo XX. En 1938 el número de sus habitantes era casi el mismo que en 1850, y en la cabecera municipal vivían unas 2 500 personas. La quietud urbanística de Barichara había preservado un pueblo que combinaba con inesperada armonía las construcciones coloniales con la arquitectura republicana del siglo XIX (Melo, 2016); al mismo tiempo, es una de las pocas poblaciones de Colombia que no cayó en la trampa de un progreso destructivo, y se dedicó a la conservación de su legado arquitectónico, lo que convierte a Barichara en uno de los mayores atractivos turísticos del país.

El 3 de agosto de 1978, mediante el Decreto 1654, el centro histórico de Barichara fue proclamado patrimonio cultural a nivel nacional. Actualmente es uno de los lugares turísticos más importantes de Colombia.

Sector agropecuario

La agricultura es una de las actividades económicas destacadas de Barichara a pesar de que las condiciones climáticas de la zona no favorecen mucho su desarrollo. Allí, predominan las técnicas de cultivos tradicionales que son poco productivas. Sin embargo, se observan últimamente algunos cultivadores que han adoptado nuevas tecnologías, generando así una mayor productividad y obteniendo unos mejores ingresos. Los cultivos predominantes son frijol, maíz, tabaco, yuca, millo, cítricos y pastos, y algunas áreas están dedicadas a la actividad caficultora y la horticultura, advirtiendo que existen vastas zonas erosionadas y otras amenazadas por la erosión.

El Plan de Desarrollo Municipal “Barichara en un solo sentir” plantea, para los años 2020-2023, apoyar el acceso de insumos para la siembra y el manejo de árboles frutales (cítricos, mango, papaya, pitahaya y/o aguacate) con acompañamiento técnico adecuado, y la gestión ante la Federación de Cafeteros de un proyecto para la renovación del cultivo de café. En dicho Plan de Desarrollo se aprecia que la actividad pecuaria en el Municipio de Barichara ocupa un lugar muy importante, pero hasta hoy se desarrolla principalmente de forma tradicional y extensiva, y se presenta en las zonas de vegetación escasa y topografía accidental, baja disponibilidad de agua, difícil acceso y bajo nivel de vida de los productores.

De acuerdo con el Plan de desarrollo municipal, se tomarán otras medidas adecuadas para promover la actividad del sector agropecuario, tales como la organización de la capacitación técnica de los productores, la construcción de un centro de acopio para la industrialización y comercialización de productos agropecuarios con el fin de fortalecer las asociaciones de productores, el montaje de nuevas huertas ecológicas y biodigestores caseros, familiares y escolares, así como la creación de un espacio comercial para que los productores campesinos expongan y vendan sus productos (Plan del Desarrollo Municipal “Barichara en un solo sentir”, 2020-2023).

A partir de la observación de campo y las series de entrevistas que en el marco de esta investigación se realizaron en el recorrido por este municipio, se pudo identificar que las zonas cultivadas están muy alejadas de las cabeceras municipales: el acceso a los campos de cultivos es bastante limitado por la lejanía en la que se hallan. Esto difiere de lo observado en San Vicente de Chucurí y Villanueva, en donde los domingos sus plazas se ven llenas de campesinos que bajan a comercializar sus productos y a surtirse de los elementos de primera necesidad. En Barichara el panorama es otro, pues son los turistas los que llenan sus calles, restaurantes y plazas.

En esta ocasión no se pudo realizar una medición directa de cuál sería el producto agrícola que serviría de referencia para incluir en la ruta gastronómica. En algunas de las entrevistas que realizamos a varios pequeños cultivadores que se ubican cercanos a la cabecera municipal, nos comentaron que en estas tierras se produce en cierta cantidad el frijol y algunos cítricos, como también se producen en Villanueva.

Sin embargo, por la sequía tan fuerte que se produjo en el año 2010, mucha de esa producción se perdió.

En vista de la importancia que tienen estos cultivos para la región y la alta producción que se da cuando el clima lo permite, no solo en Barichara, sino también en Villanueva, se ha optado por incluir en el recorrido de la ruta los cultivos de frijol y cítricos, como parte del atractivo que los turistas podrán visitar y degustar en los dos municipios. Eso porque la idea es conectar al turista con el campo y estos dos productos son los que mejores condiciones tienen para realizar ese contacto.

En las próximas páginas se hará una breve descripción de esos productos que incluye un poco de historia y del valor que ellos tienen para la economía de esta región. Pero antes de continuar, es importante también resaltar que otros de los atractivos que se proponen en el recorrido de la ruta en Barichara, lo conforman la cocina tradicional santandereana y las bebidas tradicionales que se preparan en el pueblo Guane: la chicha y el guarapo, y el delicioso manjar que brota de sus tierras, la hormiga culona. Una gran parte de los turistas que fueron encuestados en la cabecera municipal resaltaron la importancia de esa gastronomía³, y sabemos que muchos de ellos vienen solo a consumir estos alimentos. Pero en este capítulo no se abordará esta parte del proceso de la gastronomía, la descripción de la importancia de la cocina y las bebidas tradicionales y de ese alimento peculiar que son las hormigas culonas. Ese será objeto

³ En la encuesta aplicada a 65 turistas en Barichara, el 17 % indicó que la gastronomía del lugar es importante, 63 % muy importante y el 20 % restante señaló que no lo es.

de estudio del siguiente capítulo. Por lo pronto, aquí seguiremos con esa primera parte del proceso gastronómico relacionada con los productos agrícolas, en este caso el frijol y los cítricos.

Productos agrícolas

Frijol



Ilustración 4. Frijol. Fuente: las autoras.

El frijol es una planta herbácea anual nativa de México y Centroamérica. Es uno de los alimentos más antiguos conocidos por el ser humano, que comenzó a cultivarse al sur de México y en Guatemala en los mismos albores de la Revolución del Neolítico, aproximadamente hacia el año 7000 a. C. Los aztecas conocían la planta de frijol bajo el nombre de *exotl* (de allí proviene la palabra ejote, utilizada en el castellano moderno para nombrar los frutos inmaduros de frijol y las vainas aplanadas y alargadas en cuyo interior se dispone de un número variable de semillas según la especie). En las culturas prehispánicas

mesoamericanas se consumían diferentes variedades de frijoles blancos, negros y de otros colores, todos de grano más bien pequeño, cocidos al fuego con agua, molidos y transformados en pasta, o mezclados con granos de maíz. También eran usados en forma de polvo para hacer atole y otras bebidas o, debido a la escasez de carne en la dieta de las masas populares, como relleno para los tamales. Además, el frijol deshidratado en polvo servía de provisión a los guerreros y viajeros (Voyses, 2000).

Un plato a base de mezcla de frijol y maíz, conocido como *etzalcualli*, adquirió también un significado ritual, y de ahí derivó *etzaqualitzli*, el nombre del sexto mes del calendario náhuatl de 365 días, durante el cual se celebraban procesiones en honor a los dioses de la lluvia: Tláloc y su esposa Chalchiuhtlicue. En la mitología azteca la planta de frijol estaba vinculada al Tlatocán, el paraíso situado en la parte oriental del universo, donde se alojaban las almas de las personas ahogadas o muertas por hidropesía. Allí reinaba el dios Tláloc que tenía los ojos hechos de dos semillas de frijol, por lo que el frijol fresco era el alimento habitual para las almas que habitaban allí, esperando su regreso corporal a la Tierra (Voyses, 2000).

Otro centro importante de cultivo de frijoles eran los Andes. En Perú se han encontrado en el valle de Nazca restos de los cultivos de más de 2 500 años de antigüedad y en la cueva de Guitarrero, en el Callejón de Huaylas, algunas semillas fosilizadas de unos 30 especímenes. Todos estos descubrimientos arqueológicos corresponden a unas plantas completamente domesticadas; por lo tanto, se estima que la domesticación de frijol en los Andes ocurrió antes de las fechas señaladas. Los incas y creadores de otras

culturas andinas altamente desarrolladas cultivaban frijoles de tamaño mucho más grande que en México y Centroamérica.

En las antiguas culturas Mochica y Chimú el fríjol comenzó a ser cultivado por primera vez a nivel del mar, en los oasis fluviales de la desértica costa peruana, extendiéndose al sur por los valles de los ríos. Fue así como su cultivo llegó hasta Chiloé, al sur de Chile.

En quechua, la lengua oficial del imperio inca Tahuantinsuyo, se utilizaba el fonema generalizado *poroto* para denominar todas las variedades de frijoles que se cultivaban en su territorio, que se extendía desde Pasto (Colombia) hasta el río Maule (Chile). Aunque tienen formas, tamaños y colores sumamente variados, todos los frijoles suramericanos presentan cierta similitud entre ellos y, al mismo tiempo, se diferencian considerablemente de las especies mexicanas y centroamericanas, en cuanto a su tamaño y sabor. Esto permite hablar de dos centros independientes de la domesticación de esta planta en el continente americano.

Con la llegada de los españoles al Nuevo Mundo, los nativos cultivaban diversas variedades de frijoles. Cristóbal Colón les dio el nombre de *faxones* o *favas* por su parecido con las habas del Viejo Mundo, aunque en realidad se trata de dos plantas diferentes. Una vez traídos a España, los frijoles se adaptaron con facilidad a nuevas condiciones climáticas y no tardaron en expandirse a otros países de Europa. Pronto fue aceptado en diferentes cocinas europeas, convirtiéndose en ingrediente clave de sopas y guisos, y permitiendo incrementar considerablemente el consumo de proteínas en las dietas de los campesinos del siglo XVI.

No se sabe con exactitud cuándo el frijol, según la expresión de Voysest (2000), “se escapó de la parcela familiar para convertirse en un cultivo de importancia económica, ni el suceso que motivó su expansión” (p. 11). Al parecer, tan solo en los Estados Unidos existen referencias exactas en cuanto a las fechas y el lugar en que empezaron las siembras de frijol a escala comercial. Esto sucedió en el año 1839 en el condado de Orleans del Estado de Nueva York y, posteriormente, fue la Guerra de Secesión (1861-1865) la que trajo consigo el considerable aumento de consumo de frijol en todo el país.

Dentro de las leguminosas de grano, el frijol es de las más importantes para el consumo humano. Se cultiva en 129 países de los cinco continentes y se estima que unos 400 millones de personas en los trópicos la consumen constantemente. En Colombia, de acuerdo con la información del Ministerio de Agricultura para 2014, los mayores productores de frijol son los departamentos de Valle del Cauca, con 63 322 kg del grano; Antioquia, con 63 309, y Cundinamarca, con 5 868 kg. En Colombia se destacan tres variedades: cargamanto en Antioquia, bola roja en el altiplano cundiboyacense, el mortíño en Nariño, así como la clase Calima, mucho más versátil y que se produce en varias regiones del país.

En Santander se produce aproximadamente el 13 % de la cosecha nacional de frijol. Los principales cultivos se concentran en los municipios de Barichara, Villanueva, San Gil, Pinchote y Curití, donde anualmente se siembran más de 8 mil hectáreas, con producciones que varían de los 1 000 a 1 200 kilos por hectárea.

A pesar de todas las dificultades, el cultivo de frijol en Barichara, y en Santander en general, tiene mucho futuro. En 2016 la Corporación Productora de Frijol de Barichara notificó ante la Secretaría de Agricultura Departamental el descubrimiento de una nueva variedad de frijol fortificado, con mejores características nutricionales y facilidad de adaptabilidad para ser sembrado en distintos tipos de suelos y diferentes zonas climáticas. En la actualidad se desconocen datos precisos que den cuenta de la efectividad de esta iniciativa.

Frutos cítricos

Cítricos es el nombre común de diferentes plantas del género *Citrus*; se trata de árboles o arbustos perennes de la familia de las *rutáceas*, cuyos frutos poseen un alto contenido de vitamina C. El género contiene tres especies principales y, debido a que las especies del género *Citrus* tienen una gran facilidad de hibridación, hay numerosos híbridos cultivados prácticamente en todos los continentes en las zonas de clima tropical y subtropical. En esta investigación solo mencionaremos tres de las especies de mayor comercialización y conocimiento en el territorio de



Ilustración 5. Frutos cítricos. Fuente: las autoras.

Santander y, en particular, en Barichara: la naranja, el limón y la mandarina.

Oriundos del sureste asiático, los cítricos son conocidos por el hombre desde la prehistoria. Según comenta la escritora francesa Maguelonne Toussaint-Samat (1991) en su famoso libro *Historia natural y moral de los alimentos*, la primera referencia escrita de los cítricos la encontramos en el manuscrito chino *Yu Kung*, en el que se narra que “envueltos en un pañuelo de seda bordado en el fondo de una cesta aparecen pomelos y naranjas como tributos entregados al emperador Ta Yu, conocido como Yu el Grande, que reinó en China entre el 2205 y el 2197 a.C.” (p. 28).

Gracias a la Ruta de la Seda, la naranja no tardó en expandirse desde China a otros países de Oriente y, posteriormente, a las costas del Mediterráneo. Algunos investigadores suponen que las famosas manzanas de oro de los Jardines de las Hespérides, regaladas por la diosa Gea a su hija Hera como regalo nupcial en el día de su boda con Zeus, eran, en realidad, las naranjas; en aquel entonces apenas conocidas en Grecia y consideradas el alimento de los dioses.

Se cree que fueron los árabes quienes en los siglos VII-IX introdujeron el naranjo en España, en el territorio del Califato de Córdoba. Allí, durante mucho tiempo se cultivaban exclusivamente con fines decorativos, debido al fino aroma de sus flores y el hermoso tono dorado de sus frutos. Debido a su sabor amargo, no tenía casi ningún uso gastronómico hasta que, por medio de la selección, se pudieron obtener variedades de naranjo un tanto más dulces. Posteriormente, la naranja se convirtió en una fruta tan divulgada en toda la Península Ibérica que, en el siglo XVI, cuando

los navegantes portugueses llegaron a las costas de China y vieron naranjos locales, tan parecidos a los de su tierra natal, se sintieron maravillados y nostálgicos, tal como lo comenta Alejandro Arribas Jiménez (2004) en su libro *Sabores que saben: los alimentos de la naturaleza*.

En cuanto al limón, el fruto de limonero, pequeño árbol perenne natural de la región de Assam al noroeste de la India, en la frontera con China y Birmania, fue desconocido en Europa hasta el siglo IV. Para entonces, es mencionado por primera vez en el *Tratado sobre la agricultura Nabatea*, texto anónimo dedicado a los cultivos en la Arabia Pétreo. Al parecer, el cultivo de limón estaba bastante extendido en aquel territorio, pero en el Mediterráneo Occidental no se expandió hasta la conquista musulmana de España, donde no tardó en convertirse en una de las plantas más cultivadas y extendidas en la región.

Durante la época de los descubrimientos geográficos, naranjas y limones formaron parte importante de la dieta de los tripulantes de las naves españolas y portuguesas, ya que les ayudaban a combatir la avitaminosis. Como resultado, llegaron a América con las primeras expediciones de Cristóbal Colón y no tardaron en llevar a cabo su propia conquista del Nuevo Mundo.

El conquistador Bernal Díaz del Castillo, integrante de una de las primeras expediciones a México, sembró las semillas de una naranja que había comido. Cuando volvió con Cortés quedó maravillado al ver que los aztecas, jardineros tan hábiles como él, habían reconocido que era una nueva planta: la habían regado y cuidado con esmero.

Posteriormente, el naranjo se implantó en otras zonas del Nuevo Mundo. Hacia 1560 se expandió en la península de Florida donde los indígenas no tardaron en descubrir sus cualidades y comenzaron a plantarlo alrededor de sus aldeas. Los naranjos asilvestrados formaron en Florida unos auténticos bosques que se extendieron a decenas de millas de distancia. Casi al mismo tiempo, los misioneros españoles introdujeron el cultivo de naranjas en California. Con el paso del tiempo, las naranjas procedentes de Florida se ganaron la fama por su jugo dulce y abundante, mientras las especies californianas eran consideradas las mejores naranjas de mesa.

Los primeros limoneros fueron plantados en la isla de La Española (la actual Haití) en el año 1493, donde los comenzaron a utilizar como planta decorativa y medicinal. De allí fueron llevados al resto del continente y, hacia el año 1750, las plantaciones más importantes de América estaban en California y Florida.

En cuanto a la mandarina, su llegada a Europa y posteriormente a América fue mucho más tardía. Proveniente de Vietnam y del sur de China, la mandarina recibió su nombre, según se cree, debido al color de las vestimentas oficiales de los mandarines, los funcionarios públicos de la Antigua China. A diferencia de la naranja y el limón, la expansión de la mandarina a nivel comercial comenzó tan solo a principios del siglo XIX. Dos variedades de esta fruta fueron llevadas desde el puerto chino de Guangzhou (Cantón) a Inglaterra, por el político y floricultor británico Abraham Hume. Las primeras plantaciones de mandarina en Europa aparecieron en 1828 en la isla de Malta y a partir de entonces se produjo su expansión por el mundo.

Los cítricos pueden considerarse una fruta universal, producidos en más de 100 países en todos los continentes. Actualmente, son el cultivo frutal más extendido en el mundo, con una cosecha global muy por encima del resto de las frutas (manzanas, peras, ciruelas, melocotones, etc.). Sus cultivos se ubican por lo general en la latitud de 40 grados por ambos lados de la línea ecuatorial, principalmente en las regiones tropicales y subtropicales donde el suelo y las condiciones climáticas son favorables para su crecimiento.

Según el informe del año 2012 de La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mundialmente conocida como FAO, la producción mundial de cítricos de todo tipo era de aproximadamente 78 millones de toneladas, de las cuales 66 % eran naranjas, 16 % mandarinas, 11 % limones y el restante 7 % eran pomelos y otras variedades. A pesar de que la producción de cítricos está muy extendida a nivel mundial, el grueso de la cosecha se origina en un grupo de países relativamente reducido. En realidad, son 15 países (Brasil, Estados Unidos, China, España, México, India, Irán, Marruecos, Egipto, Turquía, Japón, Tailandia, Italia y Corea del Sur) los que representan más del 80 % de la cosecha de cítricos del mundo y son sus exportadores principales en el mercado mundial. Los mayores importadores de cítricos son Alemania, Francia, Países Bajos y el Reino Unido.

El resto de los países del mundo donde se cultivan los cítricos, incluida Colombia, poseen importantes mercados locales para la fruta fresca, así como para los jugos concentrados y otros derivados. De acuerdo con los datos del Instituto Colombiano Agropecuario, para el año 2020 en Colombia existen 27 000 hectáreas

sembradas de cítricos, distribuidos en su mayoría entre los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y el norte del Valle, y algunas áreas de los Llanos Orientales, la Costa Atlántica, Antioquia y Santander. El 60 % del área total ocupada por los cítricos a nivel nacional está sembrada de naranja valencia, que se caracteriza por tener un tamaño menor, la piel fina y lisa y un color más pálido que las otras variedades, así como un alto contenido en zumo, un aroma excelente y un sabor ligeramente ácido, por lo que son altamente apreciados por los fabricantes de jugos. El restante 40 % está sembrado de limón Tahití, que no es un limón propiamente, sino que corresponde a una variedad de la clasificación botánica de limas ácidas; de naranja tangelo que, en realidad, es un híbrido entre naranja y mandarina.

Entre enero y julio de 2020 las exportaciones de naranja aumentaron en un 13 % respecto a las exportaciones del mismo periodo en 2019; en producción y exportación de limón el incremento fue del 32 %. Deyanira Barrero León, gerente general del ICA, señaló que, “además de cítricos dulces, para la fecha del 31 de julio del año 2020 Colombia ha exportado 634 toneladas de limón sutil, esto posiciona al país como exportador y mejora la economía de los citricultores”. (Instituto Colombiano Agropecuario, agosto 6 de 2020, s.p.).

Según los datos de la Asociación Hortifrutícola de Colombia (Asohofrucol), a partir del año 2004 Santander sobresalió como el primer productor a nivel nacional de limón Tahití con unas 1 200 hectáreas de árboles sembrados. En el año 2020 en Santander fueron cosechadas 21 000 toneladas, lo que equivale a una participación del 83 % de la exportación nacional de

este fruto. “La producción de cítricos en Santander representa el 24,4 % de participación en Colombia, con 3 201 productores y 21 556 hectáreas sembradas en total, que producen 306.678 toneladas por año y genera aproximadamente 90 000 empleos anuales” (AgroNegocio, 11 de febrero, 2021, s.p).

No obstante, en los años 2019-2021 la cosecha de cítricos en Colombia ha sido seriamente amenazada por la HLB, una bacteria que provoca fuerte deterioro de las plantas y baja la calidad de los frutos. Actualmente está presente en los departamentos de La Guajira, Atlántico, Magdalena, Bolívar, Norte de Santander y Cesar, que representan el 5 % de los cultivos que tiene el país y por eso hay estrictas medidas de prevención para evitar su propagación (Agronegocios, 2021).

Las tierras del municipio de Barichara, y de Santander en general, ofrecen la oportunidad de producir una gran variedad de cítricos, lo que le da la posibilidad de atender las necesidades de mercados exigentes. Sin embargo, son los mismos santandereanos los que desconocen esa riqueza y desaprovechan ese capital. Productos como la naranja o la mandarina, que fácilmente se consiguen en Santander, podrían ser la carta de presentación del departamento en el mercado internacional, pero para ello se deben mejorar las condiciones de cultivo y así lograr estar a la altura de las exigencias de los mercados mundiales.

Actualmente, los cítricos son cultivados en 87 municipios del departamento, incluidos los cinco municipios visitados por el equipo de investigación.

Atractivos turísticos

Calificado como “el pueblo más lindo de Colombia”, Barichara es uno de los destinos turísticos más importantes a nivel tanto nacional como internacional. Cuenta con numerosos atractivos naturales, arquitectónicos y culturales. Algunos de ellos se describen a continuación y se pueden consultar en *Barichara, Colombia Turismo Web*:

- La Catedral de la Inmaculada Concepción, construida en honor de la Virgen de Roca, tallada con la famosa piedra amarilla de Barichara.

- El Puente Grande, de arquitectura colonial y edificada en piedra. Es un atractivo que hace parte de la historia y la cultura de Barichara. Hoy conduce a los caminos de piedra que circundan esta región.

- El Camino Real que va de Barichara a Guane, de una longitud de unos nueve kilómetros que comienzan en la glorieta Piedra de Bolívar, al lado de la capilla de San Antonio.

- El Parque Natural de La Chorrera, conformado por jardines, arbustos, cruzados por quebradas de agua cristalina que finalizan en un pozo. Su belleza natural es digna de contemplación.

- La capilla de Jesús el Resucitado, templo doctrinero de radiante arquitectura, que para 1797 ya se encontraba en pie. Edificada en su totalidad en piedra labrada toscamente, lo que le da una singular belleza.

- El Museo Casa de la Cultura Emilio Pradilla González, encargado de difundir el desarrollo artístico y cultural del municipio, donde reposa una colección de fósiles

y vistas fotográficas de la población e implementos coloniales.

- El Parque de las Artes Jorge Delgado Sierra, ubicado al lado de la capilla de Santa Bárbara, lo recorre un sendero donde se observan veintidós esculturas talladas en piedra por artistas de la región y de otros países.

- El Mirador, con una extensión de 600 metros, ofrece una inigualable vista. Desde allí se observa un panorama conformado por praderas, llanos, laderas y cañadas que rodean al municipio.

Siendo un pueblo con tradición turística, Barichara cuenta con una amplia red de hoteles y servicios. De acuerdo con el Plan Estratégico del Desarrollo Turístico para los años 2016-2025, uno de los mayores retos para impulsar el turismo en la región consiste en romper la estacionalidad y hacer que los hoteles locales tengan una ocupación tan alta no solo durante la temporada de vacaciones y la Semana Santa, sino durante todo el año. También señala que para Barichara es prioritaria la recuperación de al menos 20 kilómetros del Camino Real, para así fomentar la llegada de nuevos visitantes motivados por las caminatas ecológicas.

En este Plan Estratégico se formula y se pone en marcha una estrategia para rescatar y conservar los valores culturales y tradicionales, el diseño y la construcción del Parque Malecón Patiamarillo y el parque lineal Mirador Turístico Barichara, la capacitación de guías con énfasis en el bilingüismo para la prestación de servicios turísticos, la creación de una plataforma virtual y el desarrollo de campañas de mercadeo territorial en medios masivos.

Zapatoca



Ilustración 6. Centro histórico de Zapatoca. Fuente: las autoras.

Breve historia

Según la historiadora Carmen Rosa Pinilla Díaz (2015), durante mucho tiempo se creyó que la palabra que le dio el nombre al municipio significaba simplemente “cazapatos”, ya que detrás del templo parroquial se encontraba una extensa laguna donde los fines de semana los parroquianos solían cazar patos y otras aves acuáticas. Sin embargo, afirma la misma autora, de acuerdo con la etimología del idioma guane, el nombre de Zapatoca significa “La sepultura del padre en lo alto del río”. Este debido a la abundancia de sepulcros indígenas junto a los ríos, entre los cuales podría estar la tumba de algún distinguido cacique.

La historia del poblamiento del actual municipio de Zapatoca se remonta a los tiempos prehispánicos, cuando su territorio entre los ríos de Saravita (Suárez), Chicamocha y Sogamoso fue habitado por los pueblos indígenas de los guanes en su parte oriental y los yariguíes en la occidental. Dichos pueblos se dedicaban principalmente a la agricultura de maíz, tabaco y algodón, así como a la caza y la pesca. El clima de la región, variado y saludable, actualmente conocido como “el clima de seda”, atrajo posteriormente a los conquistadores españoles que repartieron el territorio bajo el sistema de encomiendas y obligaron a la población nativa a pagar tributo en severas condiciones de explotación.

El 5 de diciembre de 1742, Diego Fermín de Vergara, el arzobispo de Santa Fe, firmó el decreto sobre la fundación de la viceparroquia de San Joaquín de Zapatoca. Aquella fecha, según afirma Rafael Gómez Forero (2000) en su libro *El pueblo en donde en mayo florecen los tejados: homenaje poético a Zapatoca*, puede ser considerada como “el nacimiento canónico de Zapatoca”, puesto que en aquel entonces todavía no existía la entidad de municipio propiamente dicha y los actuales núcleos municipales eran solamente las parroquiales. Sin embargo, la ciudad como tal fue fundada un poco más tarde, el 13 de octubre de 1743, por el edicto del presbítero Francisco Basilio de Benavides y Melchor de la Prada, junto con varios colonos de origen español y algunas familias indígenas. Según el historiador Mario Acevedo Díaz, citado por Manuel Vesga (2014),

Zapatoca fue fundada por colonos españoles y sus descendientes que emigraron de la Península en los siglos XVII y XVIII, gentes de las más sanas costumbres, hidalgos campesinos que vieron en aquel pedazo de tierra una prolongación de las mesetas de Castilla, exquisito marco para exaltar las virtudes y continuar la vida abacial de los viejos burgos castellanos al servicio de su Dios y de su Rey. Así, de sus primeros pobladores, los Serrano, los Solano, los Gómez Farelo, los Díaz, los Forero y los Cortés venían directamente de España; los Acevedo, los Plata, los Rueda, los Prada y los Ortiz, eran descendientes de ilustres familias españolas que se habían establecido en San Gil, Barichara, Guane y Socorro. (p. 19)

A su vez, R. Gómez Forero (2000) señala que “en el Acta sobre la fundación figuran nombres de 12 personas: unas la firman con su solo nombre, otras añaden

la palabra ‘testigo’, y uno más que firma a petición de otros tres quienes no saben escribir” (p. 9).

¿Por qué eligieron todas estas personas unas tierras más bien yermas, cuando a poca distancia, hacia los valles del Magdalena y del Opón, estaban ubicados unos terrenos más fértiles y, por lo tanto, más aptos para la agricultura? pregunta R. Gómez Forero (2000). Él mismo explica que esto debió haber sucedido gracias a la calidad del clima, considerado el mejor de Santander, y la sanidad de su aire; también debió deberse al hecho de que eran unos territorios relativamente pacíficos en comparación con las tierras en torno al valle del Magdalena, que eran habitadas por los belicosos yariguíes que no fueron pacificados definitivamente, sino hasta mediados del siglo XIX. Para ese entonces, afirma el historiador Emilio Arenas (2006), el empresario alemán Geo von Lengerke mandó a construir los primeros caminos pavimentados en la región, para obtener una nueva salida hacia el Magdalena, más corta y segura que la de Girón.

La socióloga Ana María Trujillo (2016) considera de la figura de Lengerke lo siguiente:

está profundamente vinculada a la historia e imaginario regional ya que su vocación para abrir una región hermélica y ensimismada a los corredores comerciales e impulsar la industria y la economía local es vista como símbolo de la modernización y el progreso, pero visiones más críticas han revestido sus epopeyas con el signo depredador del colonialismo, destacando su participación en la desaparición de los indígenas Guanes y Yariguíes, quienes habrían trazado y recorrido los caminos que hicieron célebre a su exterminador. (p. 13)

Lengerke comandó un grupo de 100 colonos alemanes que se establecieron en el área de Zapatoca a mediados del siglo XIX. Traían consigo innovaciones técnicas que influyeron en el desarrollo agrícola y comercial de la zona, tales como el trapiche de vapor, la centrifugadora de azúcar y el alambique para la destilación del alcohol. Con una moderna visión comercial, Lengerke inició la construcción de caminos financiados por el Estado de Santander a cambio de grandes extensiones de tierra y peajes que le traerían enormes ganancias. Sin embargo, no tomó en cuenta que las tierras a lo largo del Magdalena estaban habitadas por las comunidades yariguíes, que vieron con disgusto cómo numerosos aventureros de toda índole se adentraban en su territorio ancestral en busca de caucho, quina, tagua y otros recursos naturales. Esto desató una guerra cruel y sangrienta en la que perecieron numerosos indígenas y colonos, por lo que el tráfico comercial fue interrumpido. Al conflicto se le sumó la caída del precio de la quina en el mercado mundial después del establecimiento de grandes plantaciones de aquel producto en el Asia Suroriental. Completamente arruinado, Lengerke y los demás colonos alemanes abandonaron Zapatoca en 1882, que se quedó aislada del comercio mundial.

Sector agropecuario

De acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, el municipio de Zapatoca cuenta con 35 454,57 hectáreas, entre sabanas, bosques y ríos, que corresponden al 9 % del territorio departamental. Sin embargo, indica la misma fuente, tan solo una pequeña parte del área se utiliza actualmente para cultivar, lo que crea una buena

perspectiva para su ampliación y diversificación en el futuro.

La agricultura ha sido tradicionalmente la base de la economía del municipio. Actualmente, debido a la creciente globalización, la producción agrícola debe hacerse a una escala cada vez mayor, para que sea rentable y competitiva. En los últimos años, los programas de mayor impacto en la esfera agrícola se han logrado a través de las cadenas productivas, sistema que permite controlar en el futuro las ventas que garantizan la estabilidad de precios, el suministro de insumos, la asistencia técnica y todas aquellas prácticas agropecuarias de uso corriente.

Los cultivos predominantes en el municipio de Zapatoca son principalmente granadilla, tomate de árbol, curuba, breva, durazno, mora, níspero, maracuyá, feijoa y otros frutales, así como cacao, café, tabaco, algodón, yuca, maíz, frijol, habichuela y ahuyama. Gracias a las condiciones climáticas de Zapatoca y la naturaleza de sus suelos, en la década de los 90 se implantó el programa de plantar en cada solar del municipio por lo menos un manzano. Los primeros experimentos se realizaron en algunas fincas en los alrededores del municipio, con muy buenos resultados que produjeron frutos de una calidad, sabor y tamaño similares a los importados de Chile o de los Estados Unidos. Posteriormente, se han plantado aproximadamente 1 500 manzanos en todo el territorio del municipio.

En Zapatoca se encuentra ubicado el viñedo Sierra Morena que cuenta actualmente con 12 mil plantas en 4 hectáreas y brinda una experiencia única para conocer todo sobre el vino *Perú de la Croix*. Este se

produce con una variedad de las uvas del trópico, la *Vitis Rupestre* (Isabella), única en el mundo por su alto grado de contenido de taninos. Esta uva logra unos vinos tintos que se han abierto espacio en el competido mercado interno, con muy buena aceptación entre los consumidores.

En cuanto al sector ganadero, la mayor importancia la tiene tradicionalmente la crianza del ganado caprino, cuya carne y leche juegan un papel importante en la gastronomía local. El censo preliminar del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) del año 2017, señala la existencia de unos 30 mil cabros en los criaderos de Zapatoca, pero las autoridades municipales calculan la existencia de por lo menos otros 30 mil animales que no pueden ser contabilizados, ya que viven en un estado prácticamente salvaje, pululando en los riscos al borde de los caminos, alimentándose de maleza o de todo lo que puedan encontrar por el camino. Este hecho los convierte en una auténtica plaga para las fincas aledañas.

El programa del ICA que pretende establecer un control mayor sobre el estado de la ganadería del municipio y aumentar su productividad va de la mano con un plan sanitario para garantizar la calidad de la carne, la leche y los productos lácteos. Los técnicos del ICA y los veterinarios locales realizan campañas de vacunación, por lo que en los últimos años en el municipio no se han presentado enfermedades que afecten la población caprina.

Productos agrícolas

La Uva



Ilustración 7. Planta de uva. Fuente: las autoras.

La uva es el fruto de la vid, planta conocida por la humanidad desde la Prehistoria. La vid (*vitis*) es un género con aproximadamente 60 especies. La especie más famosa es la *Vitis vinifera*, o uva euroasiática, posiblemente originaria del suroeste de Asia. Existen también otras especies como la *Vitis amurensis*, natural del Lejano Oriente, y otras procedentes del Nuevo Mundo (*Vitis riparia*, *Vitis labrusca* y *Vitis rotundifolia*), originarias de un extenso territorio que abarca la mayor parte de Norteamérica, desde el norte de Quebec, en Canadá, hasta la costa del Golfo de México.

La *Vitis vinifera* ha sido domesticada por el hombre aún en el Neolítico. Los hallazgos arqueológicos señalan que las primeras evidencias de la fabricación del vino provienen de los Montes Zagros, en cuyas laderas aún crecen algunas parras en estado silvestre. Desde allí, el cultivo de la uva y la producción del vino se difundieron hasta otras áreas del Antiguo Oriente.

En Egipto existe la primera evidencia arqueológica de machacado de las uvas con intención de extraer vino. Se puede observar en las pinturas funerarias de la época de la I Dinastía (desde el 3050 a. C. hasta el 2890 a. C.). En la tradición sumeria, Ziusudra, el protagonista del mito sobre el diluvio universal, lleva consigo en el arca, junto con todas las especies animales y vegetales, algunos brotes de parra. En la Biblia, el vino es mencionado en numerosas ocasiones a partir de la historia de Noé quien, tras haber plantado la primera viña y embriagarse con el jugo fermentado de uva, se quedó dormido desnudo dentro de la tienda.

El vino llegó a Grecia a través de la isla de Creta, al parecer procedente de Egipto, y no tardó en convertirse en una bebida corriente en el período arcaico de la civilización griega. En los poemas de Homero, aquellas primeras obras conocidas de la literatura occidental, el vino se destaca por su omnipresencia y se mencionan sus distintas variedades. Dionisio, inicialmente dios de la vegetación y la fertilidad de la naturaleza, con el paso del tiempo se convirtió en el dios del vino y patrón de viticultores. Se le representaba como un joven alegre y festivo, semidesnudo, vestido con piel de cabra o pantera, coronado de hojas de parra y racimos de uvas, con una copa de vino en la mano. Durante las fiestas en su honor, llamadas dionisiacas, un carro con la imagen de Dionisio recorría toda la ciudad mientras la gente lo seguía, cantando, bailando y bebiendo.

El vino entró en la península de Italia en el 200 a. C. y pronto fue muy popular, hasta tal punto en que al sur de la península la denominaron "Oenotria" ("tierra de uva"). Algunos de los escritores e historiadores romanos, como Plinio el Viejo en su *Historia Naturalis*, describen

en detalle numerosas variedades del vino de la época y las técnicas de su fabricación. A medida en que el Imperio Romano expandía sus fronteras, la producción y el consumo de vino se divulgó por la mayor parte de Europa, penetrando hasta Alemania y el sur de Inglaterra, las tierras más septentrionales donde el clima permitía plantar las viñas.

Los romanos continuaron con la tradición egipcia y griega de almacenar y transportar el vino en ánforas selladas; sin embargo, empezaron a emplear barriles de madera (un invento procedente del norte de Europa, mencionado por primera vez por Julio César en sus *Comentarios de la Guerra de las Galias*) que posteriormente llegarían a ser el recipiente más común para almacenar y transportar el vino. También fueron los romanos los primeros en usar para el vino las botellas de vidrio.

Tras la caída del Imperio Romano, diversos pueblos germanos que se habían instalado en su territorio y formaron sus propios reinos se apropiaron de las técnicas romanas de plantar viñedos y de fabricar y almacenar el vino. A lo largo de la Edad Media, la necesidad de vino para la consagración en la misa hizo que las órdenes religiosas, tras la caída del Imperio romano, mantuvieran el cultivo de la vid en ciertas zonas de Europa.

Resulta curioso que los europeos se enteraron de la existencia de la especie americana *Vitis riparia* casi 500 años antes de los viajes de Colón. Hacia el año 1000 el navegante vikingo Leif Erikson alcanzó la Isla de Terranova y las zonas costeras alrededor del Golfo de San Lorenzo, conocidas hoy como Nuevo Brunswick y Nueva Escocia, y les dio el nombre de

Vinland (“tierra del vino”), por la abundancia de uvas silvestres en la zona. No obstante, ninguna etnia nativa americana cultivaba la parra ni conocía la fabricación del vino, por lo que la historia de la producción vinícola en el Nuevo Mundo comenzó tan solo después de ser descubierto por Colón.

Los primeros barriles de vino llegaron a América a bordo de las carabelas de Colón, tal como lo notifica su testamento. Datado con el año 1500, aquel documento menciona que el descubridor de América llevaba consigo “el buen vino de Ribadavia” (Orriols, 2014, p. 4), también conocido como el vino del Ribeiro: en aquel entonces el más célebre y costoso de la península Ibérica, procedente de la región de Galicia. Esa es la primera mención documentada sobre la presencia del vino en el Nuevo Mundo.

En la segunda mitad del siglo XIX la viticultura del mundo entero tuvo que enfrentar a la plaga de filoxera, insecto parásito de la vid originario del Este de los Estados Unidos. En 1863 penetró Europa e hizo estragos en los viñedos de Francia; desde allí se expandió por todos los países europeos. Se necesitaron más de 30 años para superar la plaga gracias a los injertos de origen americano que eran resistentes a la filoxera. En el siglo XX, la producción mundial del vino tuvo que sobrevivir la Gran Depresión, las dos guerras mundiales, las leyes secas ratificadas por los gobiernos de diferentes países y otras pruebas difíciles.

Actualmente existen muchos países productores de vino en el mundo. En el año 2019, según los últimos datos publicados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), tan solo 10 países (Italia, España, Francia, Estados Unidos, Argentina, Chile,

Australia, China, Sudáfrica y Alemania) producían el 80 % del vino en el mundo. Aunque Colombia no forma parte de esta lista, tiene buenas oportunidades para el desarrollo de su viticultura. El problema principal está en las condiciones climáticas (el clima tropical del país no es muy propicio para el cultivo de la parra que requiere un cambio de estaciones) y en el alto nivel de competencia de los vinos importados. Entre las cepas que prefieren los consumidores colombianos están Carmenere, Malbec, Merlot y Sauvignon Blanc.

Los primeros intentos de plantar viñedos en el territorio colombiano, emprendidos aún en la época colonial, no tuvieron éxito debido a que los terrenos locales y el clima tropical suelen producir una uva de sabor simple, sin los suficientes azúcares para una fermentación adecuada. Sin embargo, actualmente en Colombia se destaca una empresa productora de vinos de muy buena calidad en el mercado nacional. Se trata de la Casa Vinícola Grajales de la Unión, de los hermanos Grajales del Valle del Cauca, que data sus inicios en 1977.

Actualmente, la Casa Vinícola Grajales produce vinos clásicos, como el vino tinto seco Reservado, con un año de añejamiento en cavas de roble y un adecuado estacionamiento de botellas; o el vino tinto Don Gerardo con cinco años de añejamiento. Otra bebida de gran relevancia es el vino blanco seco Reservado, un vino joven y equilibrado de color amarillo verdoso y aroma sutil. Su producto más apetecido, de mayor demanda, es el vino Blanco de Misa, de color amarillo dorado, fresco y frutado de equilibrada acidez y exquisito dulzor. La empresa produce otros vinos dulces, semidulces, vinos espumosos y tipo gourmet, y también brandy. (Rojas, 2013).

Entre otras zonas vinícolas de Colombia hay que mencionar a Nobsa, un municipio en Boyacá, que tiene plantaciones de vid el Marqués de Puntalarga. Allí se cultiva la cepa Pinot Noir y dos variedades de Riesling. También Villa de Leyva, con el viñedo Ain Karim, en el que se tienen plantadas cepas de Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc importadas de Francia, y Chardonnay traídas de Napa Valley en California. Con ellas se produce el Marqués de Villa de Leyva, uno de los vinos colombianos con mayor reconocimiento internacional. Por último, Olaya, municipio del departamento de Antioquia, que tiene la Viña Sicilia donde se producen vinos de muy alta calidad gracias al clima de la zona y al suelo en el que se encuentra el cultivo (Ruta del Vino en Colombia, 2017).

En Santander, en el municipio de Zapatoca, se encuentra el Viñedo Sierra Morena que brinda una experiencia completa a los visitantes que quieren conocer sobre el vino Perú de La Croix, que recibió su nombre en honor al personaje histórico Luis Perú de La Croix (1780-1837). Este fue un militar francés que combatió en el ejército de Simón Bolívar y escribió, por petición del Libertador, “El diario de Bucaramanga”. En el viñedo se puede conocer el proceso del cultivo de la vid y probar el vino orgánico compuesto por una cepa única del trópico, que además de producir un vino exquisito tiene beneficios para la salud.

El propietario del viñedo, Sergio Rangel Consuegra, comenta que, cuando visitó los viñedos de los Grajales en el Valle de Cauca, le surgió la idea de que en el trópico también se podría producir un vino de calidad. El fundador del Viñedo Sierra Morena comentó que al principio la idea de crear un viñedo en Zapatoca parecía descabellada, pero se hizo realidad luego de

mucha paciencia, dedicación y amor. En cuanto al proceso de la fabricación, el primer y único productor de vino en Santander dice lo siguiente:

Lo primero que hace un campesino es mirar hacia el cielo, si llueve o no llueve. Iniciamos labores en los lotes en que está dividido el viñedo. Hay que fertilizar, hacer riegos, hacer control de los hongos, se fumiga con orgánicos, esperamos que empiece la maduración, se cubren con las mallas para proteger de los pájaros, se corta la fruta, se transporta hacia la cava y allí se procesa en la despulpadora. Después se pasa a las barricas de roble donde se mantiene en fermentación un mes y luego se trasiega durante un año y luego se envasa uno o dos años. Estamos tratando de demorarlos dos años para que tengan mejor calidad. Se hace una especie de decantación natural, corchamos a mano en una máquina manual con un corcho de alcornoque que es natural (importado porque aquí no se produce, además con este material el vino puede respirar) y finalmente etiquetamos. (Celis, 2011, p. 4)

Aunque la producción de vino en Zapatoca se enfrenta a numerosas dificultades como los cambios climáticos de los últimos años, los constantes daños producidos a los cultivos por los pájaros migratorios, las avispas y otros insectos, así como a la competencia de precios por parte de los vinos importados, el propietario de Sierra Morena opina que la viticultura en Zapatoca tiene buenas perspectivas. Al respecto, plantea la posibilidad de producir licores a base de otras frutas cultivadas en el municipio (mora, naranja, etc.).

La producción de su viñedo no es demasiado grande: es tan solo de 10 mil botellas al año y la uva se cosecha cada seis meses. Pero, según afirma el propietario,

“nuestro vino posee unas cualidades importantes: tiene cuerpo, densidad, es orgánico, es saludable y los vinos que vienen de otras partes, los baratos, son ayudados con químicos y preservantes que los mantienen del clima y del viaje” (Celis, 2011, p. 7).

Atractivos turísticos

Zapatoca tiene grandes expectativas de desarrollo de la industria del turismo gracias a su diversidad ambiental y cultural. En ese campo, sus principales atractivos naturales son:

- Las cascadas Las Lajitas, a 8 kilómetros del casco urbano. Un lugar de incalculable belleza, que invita a admirar la magia de la naturaleza, a contagiarse de su grandeza y llenarse de su energía.
- Los balnearios el Pozo Azul y el Pozo del Ahogado se forman por una caída de la quebrada Zapatoca.
- La Cueva del Nitro es una caverna de más de cien kilómetros cuadrados. Es la más grande y pintoresca de la región, conformada de nitro y salitre, empleada por los indígenas guanes como túnel secreto para viajar y transportar oro.

Las curiosidades arquitectónicas del municipio están representadas por:

- El Museo de Arte Religioso
- La Parroquia de San Joaquín
- El Barrio San Vicentico
- La Casa de la Cultura, una construcción colonial

Como se mencionaba anteriormente, otro lugar de gran interés turístico es el Viñedo Sierra Morena, donde los visitantes pueden familiarizarse con el proceso de la producción del vino Perú de la Croix. Este lugar cuenta también con el Hostal Casa Loma y con un restaurante exclusivo que acompaña sus platos con una selecta carta de vinos. En ella, ofrece la oportunidad de degustar el vino hecho en casa.

Las artesanías locales representan un gran interés para los turistas: el arte de panocho (que consiste en la elaboración de juguetes infantiles y réplicas de frutas, plantas y animales con la médula de arboloco, una especie de árbol propio de la zona andina), la fabricación de sombreros de jipijapa y los bordados a mano. Estos últimos representan una importante fuente de ingresos para numerosas familias del municipio, ya que con frecuencia son adquiridos por las grandes empresas de confecciones para luego ser vendidos en los mercados nacionales e internacionales.

Las celebraciones tradicionales en Zapatoca, tales como las Fiestas de la Cordialidad y el Retorno, las Ferias y Fiestas Agropecuarias y el Festival Folclórico Musical, que se celebran a principios del mes de enero también atraen al municipio una gran cantidad de turistas.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal “Juventud y Progreso”, para el año 2020 Zapatoca se convertiría en el polo del desarrollo turístico y agroindustrial de Santander por el espíritu emprendedor de sus habitantes.

Actualmente, Zapatoca goza del renombre regional y nacional debido a la hospitalidad de sus gentes, su cultura autóctona, su gran biodiversidad, sus hermosos paisajes, sus sitios turísticos y su gastronomía tradicional.

Villanueva



Ilustración 8. Iglesia principal de Villanueva. Fuente: las autoras.

Breve historia

El municipio de Villanueva se creó a mediados del siglo XX, mucho después de los otros municipios de la zona y, por lo tanto, la etimología de su nombre no corresponde a ninguna de las tendencias arriba

mencionadas. En este caso, afirma el lingüista Roger Pita Pico (2013), “se impuso el nombre de Villanueva, por circunstancias meramente políticas, pues se buscó constituir un nuevo poblado al margen de las rencillas bipartidistas” (p. 23).

El municipio de Villanueva se sitúa sobre la Cordillera Oriental en la provincia santandereana de Guanentá. Los límites de Villanueva están estipulados así: al norte con Zapatoca y Los Santos, al oriente con Jordán y Curití, al sur con San Gil y al occidente con Barichara.

Entre todos los municipios seleccionados para la ruta gastronómica, Villanueva es el más joven, ya que su historia oficial cuenta con tan solo 73 años a partir de su fundación, el 1 de marzo de 1948. No obstante, si queremos rastrear la historia del poblamiento de aquel lugar desde sus inicios, tendremos que remontarnos hasta el año 1540, cuando Martín Galeano, conquistador español de origen genovés y uno de los colaboradores más cercanos de Gonzalo Jiménez de Quesada, tras haber fundado Vélez —la primera población española en el territorio del actual departamento de Santander—, penetró en las tierras ancestrales de la etnia guane y derrotó a sus caciques Corbaraquem Pomarauque, Poasaque, Poima y Charalá. Sin embargo, al llegar a Macaregua, los españoles se enfrentaron a una resistencia tan violenta por parte de los nativos que se vieron obligados a retroceder hacia el occidente y asentarse allí.

Durante la época colonial, en el territorio del actual municipio de Villanueva estaba la jurisdicción de Barichara. A partir del año 1758 los habitantes de las poblaciones de El Choro y Macaregua solicitaron en múltiples ocasiones que se les concediera la posibilidad de separarse, pero el problema se quedó sin resolver durante todo el período colonial y el republicano. Aquella solicitud se volvió realidad solo en el siglo XX. Al respecto, el historiador Emilio Arenas (2006) afirma que el motivo principal de la separación fue “los problemas políticos suscitados con sus vecinos de Barichara” (p. 215).

En 1947 Luis Roberto Ballesteros y Don Ciro Gómez, conservadores de Barichara, tuvieron la iniciativa de crear un caserío que se convirtió rápidamente en Inspección de Policía, la cual, por Ordenanza 26, se transformó en municipio. La Ordenanza decía lo siguiente: “Elevase a la categoría de municipio el territorio que integra el actual Corregimiento de Villanueva, y cuya jurisdicción territorial tendrá los límites del mismo Corregimiento” (Pinzón, 2007, p. 450).

La Ordenanza fue sancionada por el entonces Gobernador del Departamento, Julio Obregón Bueno. El 13 de octubre de 1947 unos vecinos conservadores formaron un grupo de unas 500 personas firmes en su propósito de fundar una nueva población. Tal como lo evidencia el historiador Gustavo Isaac Pinzón González en su libro de investigación *Historia de la formación de Santander, sus provincias y municipios*, se reunieron en el sitio de la escuela de Aguablanca, lugar donde hoy se levanta la población, y decidieron fundar allí mismo un nuevo caserío, cansados por la persecución política que les hacían los liberales de Barichara, tomando el mismo nombre que desde hacía varios años tenía el lugar, Villanueva. (Pinzón, 2007, p. 451)

El lote con la extensión de aproximadamente cuatro hectáreas, adquirido por el Presbítero Antonio Vicente Arenas, se convirtió en el núcleo inicial del futuro poblado.

La fundación de Villanueva arranca con los primeros picazos... y con los primeros cortes de maleza y de árboles, que se dieron a partir del lunes 1 de marzo de 1948, cuando se inició en firme la construcción de la carretera. Como quién dice, lo primero que se hizo en Villanueva, para fundarla, se hizo a pica y pala. (Pinzón, 2007, p. 452)

En 1949, con la llegada del primer párroco Carlos Quintero, y con ayuda de Fray Felipe Ballesteros y el albañil Resurrección Pineda, se trazó la principal avenida del casco urbano, actualmente la Carrera 14. Posteriormente, uno de los grandes impulsores del nuevo municipio fue el sacerdote Rafael Ortiz Prada, quien permaneció en él desde 1951 hasta 1962, y dirigió la construcción de la Iglesia actual.

Sector agropecuario

En los primeros años transcurridos desde la fundación de Villanueva, las principales actividades económicas de sus habitantes se centraron en la siembra del fique y su transformación artesanal en costales y artesanías caseras (aunque en un mínimo porcentaje). El fique se empleaba no solo para la fabricación de empaques, sino también para la protección y la nutrición de cultivos, el refuerzo de materiales para la construcción y como cuerdas para cercar sembrados.

En las décadas posteriores, como lo comenta G.I. Pinzón (2007), “se olvidó la población de esta actividad, incluso arrancaron las plantaciones de fique y se inició en la década de los ochenta el cultivo del fríjol, maíz y tabaco” (p. 453). Sin embargo, tal como lo demuestran las observaciones recientes, algunas familias campesinas continúan con la actividad de la elaboración de los costales, los empaques y otros objetos de fique, aunque hoy la materia prima es traída desde Cauca o Nariño, lo que incrementa significativamente el costo del producto. De esa manera, con ello se dice coloquialmente que viven “Hilando ilusiones y cosechando pobreza”.

Actualmente, los cultivos predominantes son los de fríjol, tabaco, piña, yuca y aguacate. El clima

extremadamente seco de la zona no permite el cultivo variado de plantas; por lo tanto, muchas frutas y hortalizas (tomate, pepino, cebolla larga, etc.) que se ofrecen en el Mercado Campesino de Villanueva y en otros puntos de venta son traídas de las veredas del municipio vecino de Barichara o de otros lugares cercanos donde el clima es más favorable.

Hasta el momento, en la zona predomina el cultivo de la piña criolla, cuyo mercado es limitado y ahora es reemplazado a escala cada vez mayor por la variedad oro miel, de mejor calidad y dulzura. Además, por ser esta última un híbrido, se madura mucho más rápido y entonces tiene mejores posibilidades de comercialización.

En este momento, el municipio de Villanueva tiene aproximadamente 100 hectáreas sembradas de piña. Según afirma Cristóbal Muñoz (2017), uno de los mayores cultivadores,

para que el cultivo de piña le traiga a uno buenas ganancias y estabilidad, siempre hay que hacerlo en grande, sembrando áreas extensas y llevando al mercado una gran cantidad del producto, debido a que el precio actual de la piña en el mercado es sumamente bajo.

La piña no requiere mucha agua y, por lo tanto, sobrelleva muy bien las frecuentes sequías. Además, lo que afecta seriamente su cultivo es la plaga de cochinitilla, que es un insecto que destruye la raíz. Por eso es preciso evitar el exceso de humedad.

Otra planta con muchas perspectivas en la zona es el aguacate, ya que tiene un mercado muy promisorio debido a la gran demanda que existe a nivel mundial.

Actualmente, en Villanueva se cultivan seis clases de aguacate. De ellos, las más importantes son las variedades hass, choqué y papelillo.

En cuanto a la ganadería, en la zona predomina la crianza del ganado caprino y, a menor escala, de ganado bovino. Las cabras de Villanueva son especialmente famosas debido a que se alimentan principalmente de plantas arbóreas como trupillo, gallinero, guasabará, tunecabro, orégano y otras aromáticas de la zona que le dan un sabor único a la carne y a las vísceras que son usadas para preparar la famosa pepitoria. En resumen, la cabra de Villanueva es apreciada por sus características y por su alimentación arbórea.

Productos agrícolas

Piña



Ilustración 9. Piña. Fuente: las autoras.

La piña o el ananá (*Ananas comosus*) es una planta perenne de la familia de las bromeliáceas. Actualmente la mayoría de los expertos en el tema coinciden en que su origen es suramericano, probablemente de la región de Mato Grosso al oeste de Brasil. Los indígenas guaraníes la llamaban “ananás”, lo que significa en su lengua “fruta excelente” o “fruta perfumada”. El nombre piña (o *pineapple* en inglés) proviene de la similitud de la fruta a la semilla o cono de los pinos. Desde Mato Grosso, la piña se propagó al Amazonas y a otras regiones de Centro y Suramérica donde era ampliamente conocida tanto en estado silvestre como cultivado.

Se cree que el primer europeo que había probado la piña era Cristóbal Colón. Apenas desembarcó en la isla de La Española (actual Haití), su exquisito sabor, dulce y ácido a la vez, le fascinó. Posteriormente, la piña llamó la atención de numerosos naturalistas europeos que visitaron el Nuevo Mundo. Uno de ellos fue el famoso médico y botánico español Francisco Hernández de Toledo (1514-1587), elegido por el rey Felipe II para dirigir una expedición científica a América, centrada especialmente en el territorio de Nueva España. Hernández de Toledo le dedicó a la piña un capítulo entero de su obra fundamental *Cuatro libros de la Naturaleza*:

Esta peregrina planta que los indios llaman *matzatlí*, cuyo origen dicen ser de Brasil, de donde la trajeron y de aquí se ha comunicado a las islas, y aún a las Indias Orientales donde la llaman ananás, y los españoles que viven en este Nuevo Mundo piña, por la semejanza que tiene este fruto con las piñas. Nace en la isla Española y las circunvecinas, y en toda la tierra firme, y en esta Nueva España; su sabor es agridulce, su temperatura fría y seca, aunque no falta quien diga que es de caliente y húmeda naturaleza, y que tiene mucho zumo, y humor, y tanto huele que en la casa donde haya uno de estos frutos, huele toda la calle, que es cosa de admiración. (Pardo, 2011, p. 23)

Las primeras piñas fueron llevadas a Europa aproximadamente en el siglo XVI y de una vez llamaron la atención por su extraña forma, textura y sabor exótico. Sin embargo, el clima europeo no es adecuado para su cultivo, por lo que siempre debió ser llevada desde América y mantener su precio muy elevado.

En 1702 el prestigioso comerciante y escritor británico Matthew Decker ideó un sistema de calefacción que le permitió cultivar piñas en el jardín de su casa en Richmond, Inglaterra. Este proyecto le interesó al mismo rey Jorge I y, posteriormente, a otros monarcas europeos (por ejemplo, el rey Luis XV de Francia, quien plantó con sus propias manos dos piñas en uno de los invernaderos reales en Versalles). Estos comenzaron a gastar grandes cantidades de dinero para encontrar un modo adecuado de cultivo en suelo europeo. El método de Decker fue inmediatamente reproducido en otros países europeos, pero el coste necesario para producir una cosecha pequeña era astronómico. Además de los terrenos necesarios

para el cultivo y los fosos, la piña requería grandes cantidades de estiércol fresco y mucha mano de obra. Por lo tanto, la piña en Europa seguía escasa y esto no hizo más que aumentar su popularidad y convertirla en la fruta de moda en los banquetes de la aristocracia. La fruta tropical se convirtió en un símbolo de poderío y riqueza, por lo que no es extraño encontrar este motivo ornamental en la arquitectura europea de la época.

Entre los municipios visitados por nuestro equipo de investigadoras, Villanueva es el que produce piña a escala comercial. Actualmente en Villanueva hay 100 hectáreas de cultivo de piña. Como dijimos, hemos entrevistado al cultivador Cristóbal Muñoz, dueño de aproximadamente dos millones de matas de piña en su finca en Merta y en la vereda de Carrizales. Muñoz cultiva principalmente dos variedades de piña, la perolera y la oro miel, debido a su gran demanda en el mercado. Él se dedica al cultivo de piña desde el año 2013 y hace cinco años produce principalmente la piña oro miel, que en aquel entonces era una variedad poco conocida en Santander y apenas comenzaba a abrirse camino en los mercados. Actualmente Cristóbal Muñoz vende unas 15 mil piñas semanalmente y tiene compradores fijos en San Gil, Socorro y Bucaramanga. Vende piñas de excelente calidad y, además, regala unas 500 piñas que resultan demasiado maduras, quemadas por el sol o con algunos otros daños menores, pues vende únicamente las mejores de ellas (Muñoz, 2018, entrevista).

De la mata de piña lo único que se extrae no es el fruto. Ángela Jiménez (2018), artista, arquitecta y gerente de la empresa Nativa Desarrollo Sostenible

y representante de la Fundación Montechico, ofrece un magnífico ejemplo de utilización de los residuos de la hoja de piña. Según comentó en la entrevista a la que nos respondió, ella llegó a la reutilización de los productos secundarios de la piña a través del campo del diseño.

Habitualmente, la gente cultiva la piña únicamente para el fruto y suele desechar la hoja, lo que origina una auténtica plaga de insectos y, como resultado, toda clase de enfermedades. ¿Cómo se puede reutilizar la hoja de piña? Ahora estamos intentando solucionar este problema. (Jiménez, 2018, entrevista)

La Fundación Montechico surgió en 2015 y está a punto de cumplir seis años. Es un proyecto cultural de diseño, arquitectura, turismo y hotelería. En sus proyectos, las fibras de la hoja de piña se adaptan para su uso en arquitectura, diseño y, principalmente, en la fabricación de papel decorativo de excelente calidad. Por ejemplo, el hotel “Alto del viento” en Barichara está construido con materiales exclusivamente ecológicos, entre los cuales figuran los elaborados a base de los desechos de piña y de otros productos agrícolas.

La misma Fundación tiene sus propios cultivos de piña, pero prefiere usar las hojas que le suministran los agricultores de las veredas vecinas, ya que ellos tienen una mejor calidad de hoja. Para el futuro cercano, la Fundación tiene planes de ayudar a crear una asociación de piñeros.

Aguacate



Ilustración 10. Aguacate. Fuente: las autoras.

El aguacate (*Persea americana*) es una planta perteneciente a la familia de las lauráceas, originarias de Mesoamérica, probablemente del sur de México o tal vez de Guatemala y Honduras. Los arqueólogos han encontrado pruebas de consumo del aguacate que datan de hace casi 10 000 años. En aquel entonces los nativos simplemente recogían y consumían los frutos silvestres, pues sus primeros cultivos aparecen en la época de la civilización Olmeca, hacia el año 2500 a. C.

La palabra “aguacate” es de origen náhuatl y se trata de una deformación de *ahuacacuáhuatl*. Esta es una combinación de las palabras *ahuacátl* (testículo) y *cuáhuít* (árbol) que surgió por la forma del fruto y la manera en que pende de la rama. Para los aztecas, el aguacate era tradicionalmente un fruto que se asociaba con la virilidad; se consideraba un afrodisíaco

tan poderoso que a las muchachas jóvenes y solteras se les prohibía participar en su recolección o incluso observarla desde lejos.

Durante la época prehispánica el aguacate se expandió ampliamente por el continente americano. En el Perú es conocido por el nombre de “palta”, cuyo origen posiblemente se remonta a una etnia local, los paltas, que era un pueblo indígena que poblaba “la provincia de Palta”, mencionada por el famoso cronista Inca Garcilaso de la Vega (1609) en sus *Comentarios reales*. Aproximadamente en los años 1450-1470 dicha región fue conquistada por el Inca Túpac Yupanqui, quien trajo a Cuzco “ese delicioso fruto llamado Palta” (Garcilaso, 1609, p. 398). Con ese nombre los incas lo expandieron posteriormente por todo su imperio. En conclusión, antes de la llegada de los europeos, los indígenas ya cultivaban el aguacate desde el río Bravo en Norteamérica hasta los valles de Chile Central en el sur del continente.

El primer autor europeo que menciona el aguacate es Martín Fernández de Enciso en su obra *Suma de Geografía*, publicada en 1519: “Se parece a una naranja y cuando se parte para comerlo es de color amarillo. Lo que hay dentro es como mantequilla, tiene un sabor delicioso y deja un gusto tan blando y tan bueno que es maravilloso” (Fernández de Enciso, citado por Barragán López, 1999, p. 258). Gonzalo Fernández de Oviedo (1959), en su *Sumario de la historia natural de las Indias*, se refiere al aguacate “como una pera, pero sin el sabor ni la textura de esta” (p. 211).

Al parecer, en la época colonial el cultivo de aguacate fue introducido también en las Antillas, pero aún existen discrepancias acerca de su verdadero origen.

El primer intento de cultivar el aguacate fuera del continente americano se emprendió en el siglo XVIII, con su introducción en las Islas Canarias, específicamente en el Jardín Botánico de Orotava. Desde allí, se expandió por la Península Ibérica, desde Granada hasta Cataluña. A lo largo del siglo XIX otros países europeos también comenzaron a introducir el aguacate en sus colonias asiáticas y africanas. En el siglo XX las plantaciones de aguacate aparecen también en Rusia, en la zona del Mar Negro, en la costa meridional de Crimea y del Krai de Krasnodar, principalmente en la franja costera entre Gelendzhik y Sochi, donde el clima subtropical y los suelos apropiados permiten cultivar la variedad original mexicana de la planta. Aunque esta variedad es la más resistente ante los descensos repentinos de la temperatura que a veces se producen en la temporada de invierno, actualmente el aguacate se cultiva en Rusia con fines más bien decorativos que prácticos.

Actualmente, el aguacate se produce en la mayoría de los países del mundo de clima tropical y subtropical. Para el año 2012, de acuerdo con el informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO, Colombia ocupaba el quinto lugar entre los productores principales de aguacate después de México, Indonesia, la República Dominicana y los Estados Unidos. En este momento, Colombia ocupa el tercer lugar en producción y área de cultivo de aguacate hass, con una producción de 544 933 toneladas cosechadas en 2019 (Agronegocios, 2021).

En cuanto a Santander, según el informe de Evaluaciones Agropecuarias Municipales del Grupo de Información y Estadísticas Sectoriales de la Oficina Asesora de

Planeación y Prospectiva del Ministerio de Agricultura, para el año 2015 el área de cultivo de aguacate en el departamento era de 3 101 hectáreas: el cuarto lugar en la escala nacional, después de Tolima, Antioquia y Caldas. No obstante, hasta 2017 la producción de aguacate en Santander se desarrollaba principalmente en los huertos tradicionales de árboles nativos, sin aplicación de técnicas apropiadas de manejo. Tan solo en los últimos años se logró iniciar nuevas técnicas de cultivo a través de los programas de diversificación, comenzando por la introducción y la promoción del uso de variedades adecuadas. Estas habían sido seleccionadas e introducidas por el Instituto Colombiano Agropecuario y ofrecían buenas características en cuanto a producción y calidad. Gracias a los programas informativos sobre nuevas técnicas del cultivo, actualmente se aportan mayores elementos para el manejo de los huertos establecidos.

Al analizar los datos del Sistema para la Planificación Rural Agropecuaria (Sipra), para el año 2020 puede verse que los departamentos con mayor aptitud para el cultivo de la variedad hass son Antioquia (694 359 ha), Cauca (469 628) y Boyacá (361 233), seguidos de Santander (329 300) y Cundinamarca (294 971). Cabe recordar que a lo largo de 2020 Colombia exportó 30 344 toneladas de aguacate hass, lo que supuso un aumento de más del 25 % en volumen y valor. Los principales destinos de comercio exterior para esta fruta son Países Bajos, Reino Unido, España, Bélgica y Estados Unidos (Agronegocios, 2020).

Entre los cinco municipios visitados por los integrantes de este proyecto de investigación, la mayor importancia la tienen los cultivos de aguacate situados en

Villanueva. Allí la producción aguacatera adquiere un carácter cada vez más comercial y además ocupa un lugar importante en los planes de desarrollo agropecuario. En cuanto a las otras zonas, en San Vicente de Chucurí, por ejemplo, con su economía tradicionalmente orientada en las fechas presentes a la producción del cacao, el cultivo del aguacate está adquiriendo fuerza. De todos modos, entre los cultivos aún predominan los aguacates criollos, mientras el trabajo de introducción de hass y otras variedades de mejor calidad apenas comienza.

Atractivos turísticos

La gastronomía de Villanueva, al igual que la cocina santandereana en general, sobresale por su sabor y la calidad de la preparación. Los platos más apreciados por los visitantes son la pepitoria y el cabro asado que, debido a que las cabras locales consumen muchas plantas olorosas, tienen un aroma especial e incomparable. Otro distintivo de la cocina local es el frecuente consumo de frijól que se cultiva mucho en la zona y se consume en sopas, guisos, etc. Los demás platos tradicionales son idénticos a los del resto de Santander: mute, sancocho, arepa de maíz pelado, yuca frita, carne oreada o seca, sobrebarriga, sopa de avena y de pichón.

De las bebidas más características de la zona hay que destacar el guarapo de frutas, cuyo ingrediente principal es la cáscara de la piña. Esto se debe a, como decíamos, la gran abundancia de esta fruta en Villanueva y sus alrededores.

Entre los restaurantes de comida tradicional el más famoso es “Villa Chala”. Allí almuerzan numerosos

turistas del vecino municipio de Barichara, debido a la gran variedad de platos típicos, la abundancia de las porciones y los precios relativamente bajos.

En comparación con Barichara, Zapatoca y otros reconocidos centros turísticos de Santander, el turismo en Villanueva aún se encuentra en un estado incipiente a pesar de su ubicación en la ruta de gran influencia turística. Este aspecto aún no ha sido aprovechado en su plenitud por las autoridades del municipio. El desarrollo del turismo en Villanueva ha sido más bien lento y tardío, y aún no muestra el despegue necesario para convertirlo en una de sus principales actividades económicas y posicionarse como un destino turístico importante que brinde nuevas posibilidades a la región. Aunque en el territorio de Villanueva se encuentra una serie de curiosidades que atraen el interés de los visitantes, como lo señala el Plan de Desarrollo Económico, Social y Ambiental “La Oportunidad del Cambio”, que enumera los miradores de La Lajita y del Sagrado Corazón, la Laguna de Marta, la Represa del Común, el Pozo Azul, la Mina de Yeso, la Cueva del Nitro, la Cueva de la Pintura, entre otras, la promoción del municipio como un centro turístico, cultural y artesanal no se efectúa por ningún medio de comunicación. La infraestructura hotelera por su parte es deficiente, no hay personal capacitado para la atención, la promoción y el desarrollo de actividades turísticas especializadas y los mismos sitios de interés turístico carecen de señalización que los identifique como tales.

G.I. Pinzón (2007) opina que

cuando los líderes de Villanueva y sus amigos de la administración departamental y nacional consigan la

pavimentación de la vía La Laja - Villanueva, se podrá incorporar al corredor turístico, que se encuentra centralizado en el Cañón del Chicamocha, porque este hermoso lugar merece estar dentro de la distracción y el descanso de los santandereanos y demás turistas. (p. 454)

El Plan de Desarrollo de Villanueva 2020-2023 considera necesario fortalecer la imagen y la actividad turística en el municipio, ampliar su infraestructura turística y fomentar las actividades dirigidas hacia la formación y el estímulo del talento humano, para implementar el crecimiento del turismo.

Los Santos

Breve historia

El nombre prehispánico del territorio que ocupa actualmente el municipio de Los Santos era *Xerira* (Jerida o Jeridas), topónimo guane de la familia lingüística chibcha, cuyo significado es interpretado por algunos investigadores de lengua guane como “pueblo cercano al lago o a la laguna” (Núñez Hartmann, 2012, p. 254).

No existen datos exactos acerca de la época en la que el territorio comenzó a nombrarse Los Santos. Es posible que la denominación actual provenga de la quebrada Los Santos, que en el año 1827 fue acogida como nombre para la parroquia y se le asignó posteriormente al municipio.

El registro más antiguo que se tiene del territorio que hoy ocupa el municipio de Los Santos aparece,



Ilustración 11. Iglesia principal del pueblo de Los Santos. Fuente: las autoras.

según cita de Friede (1960), en el *Descubrimiento del Nuevo Reino de Granada y Fundación de Bogotá (1536-1539)*, obra de la literatura colonial dedicada a la expedición de Ambrosio Alfínger (1500-1533), explorador y conquistador alemán de los territorios septentrionales de la Sudamérica española, bajo los servicios del emperador Carlos V.

Durante su viaje de regreso, Alfínger fue atacado por los indios chitareros y herido en la garganta por una flecha que le causó la muerte tres días después de una penosa agonía; sin embargo, la noticia sobre su descubrimiento fue recibida por las autoridades coloniales en Coro, y la descripción de la riqueza del territorio las impulsó a organizar nuevas expediciones.

El 12 de julio de 1549, Juan Antero, vecino de Vélez, obtuvo oficialmente el título de encomendero “de los caciques e indios de Jérira”, lo que equivalía a más de 300 casas pobladas por los indios del valle de La Babata, las 20 casas del pueblo de Cupamán y el pueblo de Tibar, junto al río Sogamoso. Según informa el historiador Sergio Núñez Hartmann (2012), el 1 de enero de 1750, por iniciativa de Bartolomé Mantilla y Vicente Rueda, fue fundado el pueblo de Los Santos. Más tarde, en 1827, fue erigido como parroquia y definido como municipio en 1887 por el entonces gobernador de Santander, Alejandro Peña Solano. Su nacimiento se dio al haberse formado como lugar de tránsito y descanso para las personas que viajaban del interior del país a Bucaramanga.

Actualmente el municipio de Los Santos ocupa un territorio de 242 kilómetros cuadrados que limita por el norte con Girón y Piedecuesta, por el oriente con Aratoca, por el sur con Jordán y Villanueva y por el oeste con Zapatoca.

Sector agropecuario

Los agricultores de diferentes veredas de Los Santos generan sus recursos principalmente del cultivo de tabaco, maracuyá, tomate, habichuela y pimentón. El desarrollo de la agricultura en la región se obstaculiza en gran parte por los problemas relacionados con la sequía, la erosión y la pobreza del suelo. Antiguamente, la zona de la Mesa de Los Santos estaba cubierta de vegetación abundante, tal como lo describe, por ejemplo, Juan de Castellanos en su *Historia del Nuevo Reino de Granada* de 1886, pero de aquellos bosques otrora extensos y majestuosos no quedan hoy más que algunos pocos vestigios, principalmente al noroeste de la Mesa.

La tala incontrolada de los bosques ha tenido unas consecuencias irreparables, ya que el suelo ha ido perdiendo inexorablemente su capa fértil, debido a la carencia de humus, que es producto de la descomposición de residuos vegetales que desaparecieron casi por completo por las talas y quemas incontrolables. La misma tala hizo disminuir considerablemente los recursos hidrográficos de la zona, otrora abundantes, pero actualmente escasos. La arteria fluvial más importante de la zona y la fuente principal de riego para los cultivos y pastizales es el río Chicamocha (“hilo de plata” o “serpiente de plata” en la lengua guane), que no solo ha disminuido su caudal, sino que también lleva numerosos residuos industriales. Lo mismo le está sucediendo a otros ríos importantes de la Mesa de Los Santos, como el Sogamoso y el Río de Oro.

Tomando en cuenta todos estos factores, no es de extrañar que la agricultura de la zona apenas rinda lo suficiente para el consumo local de los mismos productores. En las entrevistas realizadas en esta investigación, la mayoría de los campesinos han comentado lo dura que es la vida que llevan y lo difícil que les resulta arrancar de la tierra lo indispensable para poder subsistir. La pobreza agraria en algunas veredas de Los Santos es escalofriante.

Hasta los últimos años, el único producto de carácter comercial de la zona era el tabaco, pues no es una planta exigente en cuanto al suelo ni a la humedad y, además, tenía el mercado seguro con las compañías tabacaleras la Nacional y la Colombiana. Últimamente el consumo de tabaco a nivel nacional y mundial se ha reducido, lo que ha disminuido los ingresos de sus productores. A pesar de ello, su cultivo sigue siendo

la actividad económica principal de algunas familias de la región, lo que puede tener importancia para el desarrollo del turismo cultural, pues un viajero podrá sentarse con una familia productora y recibir una explicación sobre el proceso, desde la siembra de la planta, pasando por el secado y la selección, hasta armar su propio tabaco y llevarlo como recuerdo.

Actualmente, la planta con las mejores perspectivas en la zona es el café. La aparición del café en la Mesa de Los Santos se remonta al año 1872, cuando las primeras semillas penetraron en la región desde el territorio de Venezuela y los primeros cultivos comerciales se concentraron precisamente en la zona oriental del país, específicamente en la Hacienda El Roble, ubicada en la cordillera oriental entre Piedecuesta y Los Santos, a 1 650 metros sobre el nivel del mar.

Otro cultivo que está ganando espacio en Los Santos ante el constante cambio climático es el nopal, una planta de pencas espinosas que hasta hace poco pasaba desapercibida en el cañón del Chicamocha. Este cactus originario de México necesita de muy poca agua para vivir y puede crecer entre las rocas y los pedregales más ásperos. Según comenta la corresponsal del periódico El Espectador, María Paulina Baena Jaramillo (2014), este nuevo cultivo cambió por completo el panorama de Los Santos:

El nopal logró cambiarle la cara a un lugar de piedra. A dar vida a un cañón estéril. Con una dosis de sentido común y de rebeldía hacia la tradición, los campesinos creyeron en el nopal. Se adaptaron a su realidad, a la árida realidad, porque se resistían a salir de allí. Entendieron el calor no con desesperación, sino con inventiva.

Utilizaron el cambio climático a su favor y no en su contra, pues de repente no tenían nada y lo tenían todo. (Baena, 2014)

Desde 1992 en la zona existe la Fundación Guaya canal que trabaja en la gestión del ambiente y del territorio, especializándose principalmente en el cultivo y procesamiento de nopal y otras plantas alternativas (quinua, moringa, amaranto, etc.). Patricia Ponce de León de Camargo, su fundadora y directora científica, especialista en agroecología, en entrevista con los investigadores de nuestro equipo explicó que la agroecología “consiste en hacer más con menos”, es decir, producir más con gastos menores. También nos contó cómo fue que se llegó a vivir a Los Santos junto a su esposo Germán Camargo, después de que él se había jubilado de su trabajo de médico. Allí se integró con las mujeres campesinas y juntos comenzaron a hacer labores ambientales, de reciclaje, cultivos alternativos y reforestación. Su proyecto está dirigido más que todo a las mujeres campesinas del municipio de Los Santos, pues les ayuda a mejorar su situación económica y aprender nuevas técnicas de cultivo (Patricia Ponce de León, 2017, entrevista).

En la entrevista realizada a doña Patricia, ella nos contó que se retiró de todo el entorno social, pero muchas campesinas vinieron a buscarla para que les guiara en nuevos proyectos. Así crearon la Fundación Guaya canal y se convirtió en el proyecto de vida de la familia. En el 2006 Ponce de León se dedicó a estudiar y con otras 16 personas alcanzaron el título de Técnicos en Agroecología del SENA. Así conoció el nopal e iniciaron con pequeños cultivos que en seis meses dieron resultados exitosos. Las semillas las

cambiaron con labriegos de Villa de Leyva que estaban incursionando con la sábila. Las mujeres sembraron las pencas al lado de sus casas y en poco tiempo ya preparaban mermeladas de nopal. Hoy son más de una docena de mujeres que obtiene frutos con los que fabrican sus productos, alimentan a sus animales y tienen una alternativa de trabajo.

En cuanto al cultivo de árboles frutales, numerosos intentos de replantarlos han fracasado debido al alto nivel de erosión del suelo. Las raíces de la mayoría de los frutales no logran desarrollarse para nutrir las plantas de una manera adecuada; el único frutal que crece bien en las condiciones climáticas de la Mesa de Los Santos es el maracuyá, pero, según comentan sus cultivadores, la producción de frutas en la zona se orienta exclusivamente al consumo interno por falta de procesadoras y embotelladoras.

El sector pecuario en la zona también es bastante reducido, aunque no carece de importancia debido a que, en comparación con la mayoría de los municipios de Santander, Los Santos posee amplias extensiones de terrenos planos. Sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de unos pastos más bien pobres en vegetación y fuentes de agua, sometidos al sol ardiente y a un viento constante. En los meses de febrero y marzo la mayor parte de la Mesa se convierte en un pajonal seco, incapaz de alimentar el mismo número de cabezas de ganado que habitualmente pastan allí durante el resto del año. Esto obliga a los ganaderos a desplazar a los animales hacia las tierras más bajas y buscarles fuentes alternativas de alimento.

Por otro lado, la desaparición de algunas variedades de plantas también ha empeorado la situación ecológica.

Han desaparecido en su mayoría las gramíneas, que son las que contribuyen a la conservación y la maduración de la capa superior del suelo, e impiden infiltraciones y erosiones posteriores. Tan solo en algunos puntos de la zona donde hay menor erosión y mayor humedad del suelo existen pastizales abundantes.

Productos agrícolas

Café



Ilustración 12. Café. Fuente: las autoras.

Como “café” se les conocen a las semillas del cafeto (*Coffea* en latín), una planta perenne de origen tropical que pertenece a la familia de las rubiáceas, oriundas del continente africano. En dicho lugar crecen en estado silvestre muchas de sus variedades: la más famosa es la *Coffea arabica* que constituye más del 60 % del café que se comercializa actualmente en el mercado internacional.

El café debe su nombre a la provincia de Kaffa al sudoeste de Etiopía. Esta está cubierta en su mayoría por los bosques tropicales pluviosos de la montaña y allí la planta crecía en estado salvaje. La tradición atribuye el descubrimiento de sus maravillosos dones a un joven pastor llamado Kaldi, oriundo de una de las aldeas de la región, quien se percató de que las cabras de su rebaño se volvían briosas en exceso tras haber masticado frutos de un arbusto que resultó ser el cafeto. A mediados del siglo XV comienza la expansión del café hasta Yemen y Egipto; en el siglo XVI a Persia, Turquía y los demás países del Medio Oriente. Luego, a través de los negociantes italianos, el café llegó a Europa. Entró allí por el puerto de Venecia en Italia, de donde pasó a Holanda, Francia, Inglaterra y Alemania. Se difundió el consumo por toda Europa y surgieron los primeros establecimientos para tomar café.

La otra versión de la llegada del café a Europa se remonta al asedio de Viena en 1683 por las tropas otomanas. El escritor H.J.E. Jacob (1935) cuenta la historia de un valiente joven llamado Franz Georg Kolschitzky quien, disfrazado de turco, penetró al campamento otomano para obtener la información exacta sobre la ubicación de sus tropas. Gracias a él, los vieneses pudieron contraatacar con éxito a sus sitiadores quienes huyeron abandonando una gran cantidad de armas, municiones y también 500 costales de café. En agradecimiento, el valiente explorador recibió todo aquel cargamento de café y abrió en Viena la primera cafetería donde inicialmente se servía el café preparado de manera tradicional, a lo turco, es decir, puro y sin endulzantes. Su sabor amargo no atraía muchos clientes hasta que a Kolschitzky se le ocurrió añadirle a cada taza una cucharada de miel y

otra de nata, dando el origen al famoso “café vienés” cuyo éxito comercial fue inmediato.

En el continente americano el café no se conocía hasta el siglo XVIII. La llegada del café a América fue impulsada por la creciente demanda de café en toda Europa y los altísimos costos de su importación de Arabia y Etiopía. Los holandeses fueron los primeros en resolver el problema, creando sus propias plantaciones de café en sus colonias en Java y Sumatra. El éxito de aquella empresa superó todas las expectativas y pronto los holandeses pudieron dictar el precio del café en toda Europa.

Todavía no existe unanimidad sobre la fecha exacta de la llegada del café a Colombia. El testimonio histórico más antiguo de la presencia del cafeto en el suelo colombiano es atribuido al misionero jesuita, escritor y explorador José Gumilla (1944). En su libro *El Orinoco ilustrado y defendido. Historia natural, civil y geográfica de este gran río y de sus caudalosas vertientes*, Gumilla registró la presencia del café en la misión de Santa Teresa de Tabajé, próxima a la desembocadura del río Meta en el Orinoco. El segundo testimonio escrito pertenece al arzobispo-virrey Antonio Caballero y Góngora, citado por Montes Hidalgo (2007), quien en un informe a las autoridades españolas registró el cultivo de café en regiones cercanas a Girón (Santander) y a Muzo (Boyacá).

Los primeros cultivos de café surgieron en la zona oriental del país, incluido el territorio del actual departamento de Santander, donde comenzaron a tener cierta importancia comercial en la primera mitad del siglo XIX. Según escribe David Church Johnson (1984) en su libro *Santander siglo XIX: cambios socioeconómicos*,

en 1831 ya se cultivaba algún café para el consumo local, pero de nuevo se presentaba el problema de las vías de comunicación que debían ser construidas antes para que Santander se encontrara en condiciones de competir con Jamaica o Santo Domingo. (p. 201)

En 1835 tuvo lugar la primera producción comercial del café y los registros muestran que los primeros 2 560 sacos se exportaron desde la aduana de Cúcuta, en la frontera con Venezuela. Un testimonio de la época narra una curiosa anécdota sobre el sacerdote Francisco Romero, párroco del municipio Salazar de las Palmas, quien tuvo la idea de asignar a los fieles que acudían a su confesionario la penitencia de sembrar matas de café. Muchos otros sacerdotes de la región siguieron su ejemplo de manera que, informa el historiador Gustavo Isaac Pinzón (2007), “según la gravedad de las faltas confesadas era el número de plantas de café que se debían sembrar” (p. 168). Como resultado, Bucaramanga y los municipios cercanos se convirtieron en importantes productores de café.

El cultivo se generalizó en todo el departamento de Santander, los alemanes y otros extranjeros residentes en esta zona tomaron partido en la prosperidad cafetera y compraron grandes extensiones de tierra en el vecino municipio de Rionegro, donde fundaron sus haciendas poniéndoles nombres de su nación tales como Bremen y Berlín. (Pinzón, 2007, p. 169)

Con maquinaria importada, introducida por el Magdalena hasta Puerto Wilches y de allí transportada en parihuelas a lomo de peones hasta Bucaramanga, avanzó rápidamente la industria cafetera santandereana. También comenzó la fabricación de las máquinas despulpadoras que cumplían la función de limpiar el

café para su posterior secado, para el procesamiento y para la separación del mucílago (sustancia viscosa que envuelve la pepa del café). Gracias a todas estas innovaciones se hizo posible la exportación del café santandereano a Ecuador, Venezuela, Perú, Bolivia y Panamá.

El Historiador Augusto Olarte Carreño (2006) considera que el objetivo principal de la construcción del ferrocarril entre Bucaramanga y Puerto Wilches era el de facilitar el transporte del café desde los sitios de su producción hasta los puertos fluviales y marítimos.

El cultivo de café tuvo su gran apogeo en el Estado Soberano de Santander durante las dos últimas décadas del siglo XIX y la primera del siglo XX; para la época en que se concluyeron los trabajos del ferrocarril, el cultivo de café se había trasladado a las tierras de la región paisa, pues, hacia 1890 el café se desarrolló en Antioquia, en manos de los terratenientes y las últimas técnicas, convirtiéndose Fredonia en el centro de la industria cafetera. Estos terratenientes, en lo social, pesaban menos que en otras regiones, pero, establecieron con más habilidad el sistema de aparcería con bastante libertad en base a familias residentes, sobre todo, en Amagá, Titiribí y Heliconia, para extenderse en 1903, con fuerza hacia el sur, a la región caldense y el norte del Valle del Cauca, objetos de la colonización antioqueña. Entre otras cosas, en 1914 la zona cafetera antioqueña estaba conectada por ferrocarril con el río Magdalena en Puerto Berrío. (pp. 89-90)

En las primeras décadas del siglo XX la producción cafetera en Santander decayó progresivamente debido a toda una serie de factores. Uno de ellos, sin duda alguna, la Guerra de los Mil Días, con la cual

inició para Colombia el siglo XX. Esta tuvo unos efectos devastadores para la economía nacional. La economía cafetera en Santander, que a fines del siglo XIX producía poco más del 80 % del café colombiano, se vio particularmente afectada, justamente porque fue aquel territorio el que se convirtió en el escenario principal de las actividades bélicas.

Sin duda, el hecho decisivo de las primeras décadas del siglo XX fue la expansión de la economía cafetera, tenida no en el sistema de haciendas, sobre la cual se había desarrollado la producción del grano en los Santanderes, Cundinamarca y en algunas zonas de Antioquia en las últimas décadas del siglo XIX, sino en la pequeña producción parcelaria del occidente del país. Esta expansión representó, según Bejarano Ávila (1988),

no solo un desplazamiento de las zonas de producción sino, ante todo, la presencia de nuevas formas de organización social y productiva, con mayores alcances sobre la estructura global del país que aquellas que hubieran podido provenir del sistema de haciendas. (p. 89)

Hacia los años treinta resultaba ya claro no solo que en la región occidental del país predominaba la producción cafetera, sino que esta se asentaba fundamentalmente sobre la economía parcelaria.

Actualmente, a pesar de no ser el primer productor nacional, Santander sigue teniendo importancia en la producción del café. En el año 2006 había 41 mil hectáreas sembradas en 68 municipios con un total de 31 159 cultivadores; y para el año 2012 el área de cultivo se extendió hasta más de 46 mil hectáreas

(Pinzón, 2007) y en 2020 superó las 51 mil hectáreas (Comité de Cafeteros de Santander, 2020). Los programas de renovación cafetera se siguen adelantando por el Comité Departamental de Cafeteros. El propósito es ubicar el cultivo del café en el primer renglón de la economía de Santander. El Comité de Cafeteros de Santander, con el propósito de mejorar la productividad de los cafetales, ha definido como su objetivo principal desarrollar acciones que fomenten la renovación de cafetales envejecidos y la ampliación de áreas cafeteras con nuevas siembras, de tal forma que se mejoren los ingresos familiares y se dinamice la economía del sector agrícola a nivel municipal y departamental.

La calidad del café santandereano ha sido definida por los expertos de la siguiente manera: un café de acidez y cuerpo medio-alto, con un buen balance y sensaciones de “trópico” que le imprimen un carácter fuerte. Sus notas herbales, fuertes en algunas ocasiones y delicadas en otras, sus delicadas y sutiles sensaciones a tabaco, en algunas circunstancias, su sabor que transmite sensaciones del más puro de los cafés y sus notas dulces, hacen recordar la zona donde se cultiva: grandes montañas con cambios fuertes de altura, vegetación frondosa en algunas zonas y en otras suficiente, con una cultura muy propia y particular que es reconocida por todos los colombianos.

En el ranking de las exportaciones de café se resalta una particularidad en los tres últimos años: de manera consecutiva el primer puesto es para Café Mesa de Los Santos, un producto que nace en la Hacienda El Roble y se encuentra entre los más afamados cafés del mundo. La Hacienda el Roble consta de 320 hectáreas de las cuales 260 están dedicadas

a la explotación cafetera. Los cafetales crecen bajo sombra y su cosecha es recolectada por cerca de 500 trabajadores. Se trabaja con las variedades umpalá, moca y geisha, muy apreciadas en el mundo por su sabor. De acuerdo con Oswaldo Acevedo Gómez, presidente de la compañía Café Mesa de Los Santos, el mayor comprador internacional de su producto es la empresa holandesa *Koffie Winkel The Golden Coffee Box* (Arcila, 2017).

En la Hacienda El Roble se cultivan entonces ocho variedades muy finas de café orgánico, que dentro de las subastas han conseguido ubicarse entre los diez primeros puestos. Los altos precios de venta le han permitido a Café Mesa de Los Santos ubicarse durante cinco años consecutivos como el mayor exportador en dólares de café en Colombia. De todo el café cultivado en la Hacienda El Roble, solo entre el 2 % y el 5 % se queda en el país, pero es, sin duda, uno de los emblemas de Santander (Arcila, 2017).

Paralelamente, en la Hacienda El Roble se desarrolla el proyecto “Coffee Tour” que, según las palabras de Acevedo Gómez, incluye un paseo guiado por la hacienda, similar a lo que hacen los viñedos chilenos y franceses, las fincas de yerba mate en Argentina y otros. Este recorrido consta de una inducción al mundo de los cafés especiales, un paseo por la plantación, una visita al almacigo y, por último, un curso de cata.

En este sentido, el ejemplo de la Hacienda El Roble podría ser usado por otros caficultores de Santander no solo para aumentar el interés hacia su producto, sino también para contribuir al desarrollo del turismo gastronómico en el departamento.

Maracuyá



Ilustración 13. Maracuyá. Fuente: las autoras.

El maracuyá, también conocido como pasionaria o fruta de la pasión, es una fruta tropical de sabor algo ácido y de un intenso aroma. La planta es una enredadera trepadora de tallo rígido y leñoso que puede alcanzar casi 9 metros de longitud en condiciones climáticas favorables. Su fruto es una baya de forma oval o redonda, de entre 4 y 10 cm de diámetro, fibroso y jugoso, recubierto de una cáscara gruesa, cerosa, delicada e incomedible. La pulpa contiene numerosas semillas pequeñas.

Es originario de las selvas tropicales de Brasil y Perú. También crecía en estado silvestre en Paraguay y al norte de Argentina. Era conocido aún en la época prehispanica por los nativos de la zona, quienes crearon en torno al maracuyá numerosas leyendas. Posteriormente, los misioneros jesuitas, con su llegada a Paraguay,

identificaron en la flor de maracuyá los atributos de la pasión de Cristo: sus pétalos representan la corona de espinas, los tres pistilos son los tres clavos, los cinco estambres son las cinco llagas, los zarcillos son las cuerdas con las que Jesús había sido atado a la cruz y las gotas coaguladas de su sangre, según creían los religiosos, eran las minúsculas semillas de la fruta. La suma de sus cinco pétalos y de sus cinco sépalos simbolizarían a los diez apóstoles: los doce menos Judas Iscariote y Pedro, quienes lo traicionaron y negaron.

La comercialización de maracuyá no comenzó antes del siglo XIX, cuando fue introducida con éxito en Hawái, algunas otras islas del Pacífico Sur, en Australia, así como en algunos países asiáticos y africanos.

En Colombia el cultivo comercial de maracuyá comenzó a partir de 1963, cuando el Instituto Colombiano Agropecuario empezó a trabajar con este frutal y dio un fuerte soporte técnico y créditos accesibles a los productores potenciales. Con eso se logró que los primeros cultivos se desarrollaran con semillas y arbolitos en el Centro de Investigación de Palmira. La aceptación por parte del consumidor no se hizo esperar y la difusión de las semillas se realizó a diversas regiones del país con condiciones similares a las del Valle del Cauca, como el Huila, Caldas, Quindío, Córdoba y Santander.

Existen dos variedades de maracuyá que se cultivan en Colombia: *Passiflora edulis f. edulis*, conocida también como gulupa, variedad púrpura que presenta frutos pequeños de color morado o rojo, mejor adaptada a zonas templadas, por lo que puede cultivarse a mayor altura; y *Passiflora edulis f. flavicarpa*

que presenta frutos vistosos de color amarillo, se desarrolla muy bien en zonas tropicales y no soporta la menor helada; es por lo demás más rústica y vigorosa que la maracuyá púrpura, y produce cosechas más regulares. Por su mejor resistencia a los nemátodos y otros parásitos, se utiliza a veces como base para injertos de la variedad púrpura.

A partir de la década de 1980 los productores colombianos de maracuyá se lanzaron al mercado internacional. La superficie dedicada varía entre 2 500 y 7 000 hectáreas, y el 70 % de la producción se exporta, dejando el 30 % (Gómez, 2005, p. 4).

En el territorio de Santander, particularmente en Los Santos, el maracuyá se produce tanto para el consumo interno como para la venta a los productores y embotelladores de jugos. Casi todos los cultivadores entrevistados del municipio comentan que los problemas principales del cultivo de maracuyá están relacionados con el carácter cíclico de la producción y su gran inestabilidad. La superficie cultivada y la producción varían enormemente año tras año, como respuesta de los productores a la gran variación de los precios en el mercado. Por el corto tiempo entre siembra y primera cosecha (6-9 meses), en pocos meses caen abruptamente los precios y convierten la actividad en un negocio poco rentable, lo que motiva a los productores a abandonar sus plantaciones. Por el otro lado, cuando los precios son demasiado altos, los compradores potenciales prefieren sustituir maracuyá por otras frutas menos costosas y esperan precios mejores, lo que causa finalmente una caída drástica de los precios.

Sin embargo, a pesar de todas las dificultades, la producción de maracuyá y sus derivados tiene en Los Santos buenas perspectivas y puede desempeñar un rol importante en el desarrollo del turismo gastronómico en la región, debido a que atrae turistas procedentes de Norteamérica y Europa por la novedad que implica su cultivo, lo exótico, lo diferente.

Atractivos turísticos

La gastronomía de Los Santos, aunque incluye los mismos platos típicos que en el resto de Santander, se diferencia de la cocina tradicional por su toque más moderno e internacional. Esto se debe a la gran popularidad turística de la zona y al creciente número de extranjeros que se asientan en ella. Por ejemplo, en el Mercado Campesino de Acuarela, lugar frecuentemente visitado por los turistas regionales, nacionales e internacionales, junto a una variada oferta gastronómica típica de la región (como cabro, pepitoria, sancocho, caldo, chorizos, chunchulla, distintas variedades de arepa, etc.) se puede encontrar la salsamentaria y cervecera alemana, la heladería italiana, la repostería suiza, entre otras muestras de la gastronomía internacional. En cuanto a las bebidas, resalta la fama del café orgánico Mesa de Los Santos.

Se ha identificado a Los Santos como

uno de los municipios con mayor frecuencia de visitas turísticas en Santander y también en Colombia. Para interesados en la arqueología y la historia, se encuentran múltiples rastros originales de la era del cretáceo, así como una red inmensa de cuevas indígenas con pictogramas y entierros de aborígenes. (Vargas, 2015, p. 31, citando a la Alcaldía Municipal de Los Santos, 2007-2010)

Aquellas muestras de la expresión pictórica de los indígenas guane poseen un gran valor histórico y cultural.

Según la *Guía Turística Santander Colombia* (s.f), se resaltan los siguientes atractivos turísticos ubicados en el municipio de Los Santos:

- El Cañón del Chicamocha con el Parque Nacional Chicamocha, Panachi. Un impresionante lugar que se destaca como uno de los escenarios geográficos más reconocidos y visitados en Santander; con un maravilloso panorama de las montañas santandereanas y el río Chicamocha. Es el segundo cañón más grande del mundo y uno de los principales atractivos turísticos de Colombia. Panachi es un complejo turístico con diversos atractivos donde se practican deportes extremos, así como se disfruta del recorrido por el teleférico que es uno de los más largos del país.
- El Salto del Duende, el Salto del Mico y Santa Rita. Hermosas cascadas, destino ideal para aquellos que gustan de la naturaleza y las vistas panorámicas.
- La Hacienda el Roble. Sitio donde se puede degustar el mejor café orgánico de Colombia y realizar el "Coffee Tour".
- El Mercado Campesino de Acuarela. Uno de los más pintorescos lugares del municipio, con una variada oferta gastronómica típica de la región. Es un mercado tipo plaza con numerosos puestos de venta de frutas, verduras y artesanías tradicionales.
- El Club Náutico Acuarela. Lugar donde se pueden practicar diferentes deportes acuáticos.

Además, en el territorio de Los Santos se encuentran varios sitios para acampar, realizar caminatas, montar en bicicleta, practicar parapente, escalar montañas y participar en fogatas nocturnas. Por lo tanto, no es de extrañar que el municipio de Los Santos tenga grandes expectativas en el desarrollo del turismo gastronómico y cultural a nivel regional, nacional e internacional. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Económico y Social del Municipio de Los Santos, para el futuro se plantea fomentar y orientar el desarrollo turístico hacia la captación de las inversiones, la protección del patrimonio natural y cultural, y la generación de oportunidades y beneficios para la población local.

San Vicente de Chucurí

Breve historia

El nombre inicial de la población era La Angostura. Recibió su nombre actual en honor a San Vicente Ferrer, un santo valenciano del siglo XIV considerado patrón del municipio. El compuesto de “Chucurí” lo recibió en reconocimiento a uno de los clanes de la tribu indígena de los Yariguíes, los primeros pobladores del territorio

Para remontar a la protohistoria del municipio de San Vicente de Chucurí, el historiador Emilio Arenas (2006) la describe con detalles en su libro *Siete leguas: proceso histórico de poblamiento y posicionamiento urbano en Santander*.

En 1803 fray Juan Felipe de Atuesta de la Orden de Predicadores realizó misión entre los vecinos de la parroquia de San Joaquín de Zapatoca, llegando hasta el sitio

de Bustillo de Oro, conocido también como Chucurí, donde propuso a los dispersos feligreses concentrarse a la vera del camino del Chucurí, en torno a una capilla bajo la advocación de San Vicente Ferrer, para la cual solicitó licencia a la Curia Arquidiocesana.

En 1816, Luis Villabrile, capellán real del Ejército Expedicionario de Tierra Firme, quien con la entrada de las tropas españolas a Santafé asumió de facto el gobierno de la Arquidiócesis, erigió en parroquia a la capilla de San Vicente Ferrer de Chucurí, segregando su territorio de la de Zapatoca y de la extinguida La Tora a orillas del río Magdalena.

La nueva parroquia quedó situada a 5 leguas de Zapatoca y dos de Betulia en el camino que llevaba hasta la quebrada La Colorada, afluente del río Opón. (p. 318-320)

La fundación oficial de San Vicente de Chucurí se dio el día 7 de septiembre de 1876. Sus fundadores fueron un grupo de colonos procedentes de los municipios vecinos de Zapatoca, Barichara, San Gil, Aratoca, Mogotes, Curtí, Simacota, Chima y Galán, que llegaron al territorio del actual municipio de San Vicente de Chucurí con el fin de explorar las montañas que en aquel entonces permanecían prácticamente en su estado primitivo. La nueva población fue elevada al rango de aldea el día 6 de octubre de 1881, y se le concedió la categoría de municipio el 30 de septiembre de 1887 (Arenas, 2006). Según el censo de 2018, con vigencia a 2020, el municipio cuenta con una población de 35 232 habitantes; de ellos, el 37,75 % corresponde a población urbana y el 62,25 % a población rural (Plan de Desarrollo Municipio de San Vicente de Chucurí, 2020-2023). El municipio está conformado por 37 veredas y por el corregimiento de



Ilustración 14. La parroquia San Vicente Ferrer. Fuente: las autoras.

Yarima. Geográficamente, San Vicente de Chucurí limita por el norte con Barrancabermeja y Betulia; por el oriente con Zapatoca, Galán y Hato, por el sur y por el occidente con Simacota.

Sector agropecuario

El municipio de San Vicente de Chucurí basa su economía en la agricultura, por lo que es conocido por los sobrenombres de “Capital cacaotera de Colombia” y “Ciudad de los frutos valiosos”. Su principal producto es el cacao con un área cultivada para 2019 de 15 696 hectáreas. El segundo producto por su importancia es

el aguacate y el tercero es el café. El aguacate sobresale no tanto por el volumen de la cosecha, sino por su excelente sabor y calidad. Otros productos importantes de la zona son los cítricos (limón, naranja y mandarina), el plátano, el banano, la yuca, el maíz y distintas variedades de fruta (guanábana, mora, lulo, tomate de árbol y guayaba) (Plan de Desarrollo del Municipio de San Vicente de Chucurí, 2020-2023). La ganadería no tiene la misma importancia que la agricultura, aunque actualmente en el territorio del municipio se cría el ganado vacuno, equino y porcino. En los últimos años, la piscicultura (en su mayoría de cachama y mojarra) ha recibido un gran impulso.

Productos agrícolas

Cacao



Ilustración 15. Cacao. Fuente: las autoras.

La palabra cacao procede de la azteca “cacahuatl” y se remonta a los lenguajes de la familia mixe-zoque que hablaban los olmecas antiguos, quienes fueron los primeros en cultivar dicha planta en Mesoamérica.

En su estado silvestre el árbol de cacao (*Theobroma cacao*) crecía en las selvas tropicales de Amazonía y Orinoquía. Anteriormente se consideraba que los primeros en cultivar el cacao fueron los olmecas en la costa del Golfo de México hacia aproximadamente el año 1500 a. C., pero en 2013, durante el III Encuentro Internacional de Arqueología Amazónica, celebrado en la capital de Ecuador, un equipo de arqueólogos ecuatorianos y franceses presentaron evidencias de que

el cacao se cultivaba y se consumía hace 5500 años en la región de lo que actualmente es la provincia de Zamora Chinchipe, en la Amazonía Ecuatoriana, lo que por el momento se considera la prueba más antigua de la domesticación de aquella planta. (Rostain, 2013, p. 556)

Para los mayas, el cacao simbolizaba el vigor físico, la hombría y la longevidad. Fueron los mayas los que crearon un brebaje amargo llamado “chocolha”, a base de los granos de cacao. Este solo podía ser consumido por reyes, sacerdotes y representantes de la más alta nobleza. Se conocían diversas formas de elaborarlo y perfumarlo, más líquido o espeso, con más o menos espuma, con miel, maíz o chile picante. Los registros arqueológicos indican que los vasos ornamentados con la imagen estilizada de cacao eran colocados en las tumbas de los reyes y otros personajes importantes.

El cacao tenía una función esencial en los ritos religiosos: los mayas creían que la bebida que se conseguía tostando y machacando los frutos les alimentaría después de la muerte. Por eso, se celebraban rituales religiosos en diferentes fases del cultivo del cacao. Una práctica común “era regar la tierra que tenía que ser sembrada con la sangre del

sacrificio de algunas aves criadas especialmente para la ceremonia” (Enríquez y Paredes, 1985, pp. 11-12).

El aprecio que le daban al cacao era tan alto que incluso se convirtió en el pretexto para iniciar la guerra contra los habitantes de la planicie del Soconusco, donde se producía el cacao más exquisito de la época. Como el cacao no podía crecer en la zona de Tenochtitlán, la capital azteca, debido al clima más bien frío del altiplano, los aztecas enviaban periódicamente a sus ejércitos a conquistar el Soconusco con el único fin de poder recoger la cosecha de cacao.

El primer libro sobre el chocolate, titulado *Chocolate: o, una bebida indiana*, fue escrito en 1631 por Antonio Colmenero de Ledesma, médico y cirujano de Écija, Andalucía. En sus páginas, el autor explica de manera novedosa cómo preparar la receta del chocolate caliente, haciendo énfasis principalmente en sus usos medicinales, de modo que la obra fue catalogada como literatura médica. El libro también pone en discusión si el chocolate quebranta el ayuno eclesiástico o si, por el contrario, puede tomarse sin miedo a ello. Tal era la importancia y el debate surgido ante dicha controversia, que en 1633 el licenciado Antonio de León Pinelo publicó *Cuestión moral: si el chocolate quebranta el ayuno eclesiástico*, aunque de ningún modo alcanzó la popularidad del libro de Colmenero.

En 1643 el tratado de Colmenero fue traducido al francés, y en 1652 apareció la versión inglesa hecha por James Wadsworth. De tal forma, el tratado fue difundido por toda Europa a medida que la pasión por el chocolate se extendía por el continente.

En 1657 se inauguró en Londres la primera tienda donde se vendían pastillas de chocolate sólido, listas para preparar la bebida a base de agua o leche. Se hizo tan popular el chocolate que el gobierno británico instauró un impuesto sobre su consumo que establecía un precio equivalente a $\frac{3}{4}$ de su peso en oro. Este impuesto fue abolido solo en el año 1853 (Sánchez, 2005).

En Suiza la fabricación de chocolate se remonta a mediados del siglo XIX, cuando el empresario Henri Nestlé ideó la mezcla de leche condensada azucarada con cacao, creando el mundialmente famoso chocolate suizo. Al otro chocolatero suizo, Rodolphe Lindt, se le ocurrió en 1879 agregar a la mezcla la manteca de cacao procesada. Con eso consiguió que el chocolate ofreciera una textura sólida y cremosa a la vez, y pudiera ser consumido como postre. Posteriormente, el chocolate en tabletas recibió mucha popularidad gracias a las tropas aliadas durante la Segunda Guerra Mundial, ya que resultaba ser un alimento energético y a la vez era fácil y cómodo de transportar.

Actualmente, en el mundo se cultivan tres variedades principales de cacao: el criollo, el forastero (también llamado campesino) y el trinitario (también llamado híbrido o injerto, que en realidad es el cruce de las dos anteriores). El cacao criollo, oriundo de la zona costera de México, cultivado principalmente en México, Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia, Paraguay, Argentina, algunos países de Centroamérica, el Caribe e Indonesia, representa actualmente el 10 % de la producción mundial. Esta es una variedad cuyo grano tiene una cáscara muy fina, que es de excelente calidad por el escaso contenido de tanino, pero la planta

de por sí es frágil y de escaso rendimiento. Además, tiene un precio alto y, por lo tanto, es reservado para la chocolatería más fina.

El cacao forastero o campesino, natural de la cuenca del alto Amazonas, se cultiva principalmente en los países africanos, Brasil y Ecuador. Su grano es de cáscara gruesa, sabor amargo, debido a un alto contenido de tanino y poco aroma. Para neutralizar sus imperfecciones requiere un intenso tueste. De allí proceden el sabor y el aroma a quemado de la mayoría de los chocolates de esta variedad, pero, por otro lado, es más productivo y resistente a las plagas.

Hoy en día, los mayores productores de cacao en el mundo son los países del África Occidental (Costa de Marfil, Ghana, Camerún y Nigeria), aunque Ecuador en los últimos años ha mostrado un ritmo muy acelerado en su producción. También se destacan entre los primeros productores a Indonesia, Brasil Perú. En cuanto a Colombia, ocupa el décimo lugar en el mundo (Fountain y Huetz-Adams, 2020).

Si hacemos un breve esbozo acerca del desarrollo de la producción de cacao en Colombia, veremos que en la época colonial el cultivo de cacao no fue extenso y no predominó el sistema de plantación cacaotera, sino el de haciendas. Señala Tovar (2000) que en Mompox hacia 1750 se hallaban haciendas de cacao de hasta “60 mil árboles”, cuyos cultivos apenas ocupaban 40 hectáreas. También comenta que su cultivo demandó una gran fuerza de trabajo esclava y las técnicas de siembra, recolección y secado no fueron muy avanzadas ni complejas. El cultivo requería de un cuidado especial en los primeros cuatro años y luego empezaba a producir. El cacao se cultiva junto

con otros productos de tierra caliente, en especial la caña de azúcar (Tovar, 2000).

En la época republicana, el chocolate siguió siendo una bebida de distinción de la élite santafereña, como lo certifica el célebre banquete con el que el marqués de San Jorge despidió a Antonio Nariño en 1813. El cacao molido en las casas se acostumbraba a preparar utilizando dos pastillas por taza, con el objetivo de servirlo espeso: “con tales jícaras de chocolate fue que se llevó a cabo nuestra gloriosa emancipación política” (Vergara y Vergara, 2007, p. 74).

A lo largo del siglo XIX ha crecido considerablemente la popularidad del chocolate entre las amplias masas de la población. Según informa el coronel William Duane en *El viaje a la Gran Colombia en los años 1822-1823*,

como el chocolate es no solo una bebida nutritiva sino también refrescante, y cuya preparación al estilo del país resulta fácil, el viajero, luego de asegurarse de la distancia que habrá de transitar, deberá abastecerse de la cantidad de chocolate y de otros artículos del uso diario que hayan de requerirse durante el trayecto. (citado en Restrepo, 2010, p. 45)

Poco a poco el consumo de chocolate es divulgado entre diversos sectores rurales y urbanos menos exclusivos y más necesitados de una buena alimentación. En aquel entonces, según informa el historiador Santiago Londoño Vélez (2000), el procesamiento de cacao era exclusivamente artesanal:

Para entonces, el cacao se secaba al sol luego de fermentado; se tostaba al fuego en recipientes de barro y

se molía manualmente. La pasta obtenida se amasaba, según el gusto y las costumbres regionales, con ingredientes como azúcar o panela, harina de maíz —que espesaba la bebida y la hacía rendir— y distintas especias como canela y clavos.

A medida que avanzó el siglo XX, con el desarrollo de la vida urbana y de la construcción de vivienda así como con el auge cafetero y el relativo avance de la economía, el chocolate ganó presencia en la alimentación de los colombianos. Para mejorar los procesos de producción, los grandes fabricantes contrataron a distintos técnicos europeos a lo largo de los años. Buscaron expandirse hacia otros renglones industriales dentro de una política de diversificación de inversiones, con el fin de conseguir una solidez financiera frente a los vaivenes de la economía nacional e internacional. También promovieron el cultivo del cacao y, gracias a estos esfuerzos, el país logró la autosuficiencia en la década de 1970, lo que significó empleos en el campo y ahorros importantes en divisas. (p. 55)

Para el 2019, el municipio de San Vicente de Chucurí aportó el 12,44 % de la producción nacional y el 29 % de la producción departamental (Plan de Desarrollo del Municipio de San Vicente de Chucurí, 2020-2023). Durante la visita de nuestro equipo de investigadores a dicho municipio tuvimos la oportunidad de entrevistar a algunos de los productores de cacao de la zona. Entre ellos, Margarita Acevedo (2018) de la vereda Santa Inés, quien comentó respecto al origen de su cultivo que inició desde la década de los años 1990, cuando, a causa de los cambios climáticos, los cultivos del café desaparecieron de la zona casi por completo. Por ello, el cacao se convirtió en el producto principal. Sin embargo, su producción ha resultado

mucho más problemática que la del café, ya que los precios resultan muy inestables y tienen una notable tendencia a bajar (Acevedo, 2018).

Atractivos turísticos

El turismo en San Vicente de Chucurí aún no ha alcanzado el mismo nivel de desarrollo como en Barichara, Los Santos y Zapatoca, pero tiene excelentes expectativas para el futuro, debido al gran número de lugares de interés y la creciente popularidad del Cacao Tour. Mencionemos algunos de los atractivos turísticos más importantes del municipio y sus alrededores, según se referencian en la Guía Turísticas de San Vicente de Chucurí (2019):

- La Cueva de los Aviones. Sitio con hermosos paisajes, “un paraíso natural” rodeado de quebradas, cascadas y pozos. Uno de los mejores lugares de la región en donde disfrutar del contacto con la naturaleza; también es un espacio ideal para los amantes del turismo de aventura.

- Parroquia San Vicente Ferrer. Monumento de arquitectura contemporánea cerca del parque principal.

- Serranía de los Yariguíes. Parque nacional que corresponde al área boscosa mejor conservado en el territorio de Santander, con unas 59,063 hectáreas. En él confluyen parte de las cuencas hidrográficas de los ríos Suarez, Sogamoso y Opón, y de él dependen los agrosistemas del cacao, del café y de los frutos tropicales.

- Santuario María Auxiliadora. Construido en el año de 1989 por iniciativa del padre Floresmiro López,

quien con el apoyo de la comunidad creó un espacio apropiado para los feligreses. Cuenta con una hermosa vista panorámica, zonas verdes y una plazoleta en donde se realizan actividades como conciertos y exposiciones culturales.

- Reserva natural “Reinita Cielo Azul”. Ubicada sobre la vertiente occidental de la Cordillera Oriental. Es la primera reserva que se crea con el fin de conservar el ave migratoria Reinita Cerúlea en el ámbito nacional.

Con todo lo anteriormente mencionado y teniendo en cuenta el creciente interés de los visitantes por la producción chocolatera en la zona, el turismo en San Vicente de Chucurí tiene grandes expectativas para el futuro como parte del trayecto de la ruta turística gastronómica.

Caminos Reales

Uno de los atractivos turísticos que rodean la ruta turística gastronómica que aquí proponemos, son los caminos reales o de herradura, también conocidos como los caminos guanes o de Lengerke. Estos hacen parte del patrimonio histórico, arqueológico y cultural de Santander. Dichos caminos presentan una red que serpentea a través de los valles, montañas, bosques y poblados, añadiéndole al paisaje un colorido particular y haciendo a la naturaleza santandereana aún más atractiva para los visitantes nacionales e internacionales. Los orígenes de aquellas rutas se remontan a los tiempos inmemorables, pues las historias locales cuentan que, al llegar a las tierras del actual Santander, los conquistadores españoles encontraron allí toda una red de caminos utilizados por los indígenas para trasladarse de un lugar a otro



Ilustración 16. Información en la entrada del Camino Real Barichara-Guane. Fuente: las autoras.

y facilitar el trueque de productos de las diferentes zonas. Por ejemplo, de Zipaquirá se traía la sal y de Santander se llevaban mantas de alta calidad, entre otros productos.

En todos los municipios incluidos en el recorrido de la ruta se destaca un camino real. Algunos de ellos están habilitados para su uso, y en otros el tránsito es mucho más complejo por la topografía, la naturaleza del lugar y por el abandono. Así, tenemos el

camino que conecta a Los Santos con Jordán, y a este con Villanueva. De Villanueva hay otro que lleva a Barichara, y también está el de Zapatoca-Paso de Ruedas-Río Suárez-Guane-Barichara. Todos estos caminos se encuentran habilitados para su uso, aunque se deben tomar ciertas precauciones para emprender su recorrido. Al parecer, existen otros que conectan a Zapatoca con San Vicente de Chucurí, pero se encuentran inhabilitados.



Ilustración 17. Recorrido Camino Real Barichara-Guane. Fuente: las autoras.

La historia oficial de los caminos reales comienza en los años 60 del siglo XIX, cuando el entonces Estado Soberano de Santander designó su construcción al empresario alemán Geo von Lengerke. El primer contrato de construcción se celebró el día 2 de enero de 1860 con el ayuntamiento de Zapatoca, para reparar y rectificar completamente la vía entre la ciudad y el punto llamado el Naranjito, pasando por San Vicente de Chucurí.

Actualmente, los caminos reales se han convertido en uno de los atractivos turísticos más importantes



Ilustración 18. Camino Real Villanueva a Jordán.
Fuente: las autoras.

de la región. En total, se estima que existen entre 800 y 1 300 kilómetros de caminos en estados de conservación desiguales —ante todo precarios—, que conectan municipios y caseríos en la vastedad y la aridez del paisaje (Trujillo, 2016). Según nos comentó Gilberto Camargo (2017), un experto caminante que lleva muchos años recorriendo estos caminos, en Santander existen 1 200 kilómetros aproximadamente de caminos (tierra y piedra): un 70 % de ellos

está totalmente deteriorado, pero aún son usados por arrieros, campesinos de a pie, gente a caballo y caminantes. Camargo señala que los caminos más usados son los de la ruta Lengerke (Zapatoca-Paso de Ruedas-Río Suárez-Guane-Barichara), los que atraviesan el Cañón del Chicamocha (Villanueva-Jordán-Los Santos) y el que conecta a Barichara con Guane.



Ilustración 19. Camino Real Villanueva a Jordán.
Fuente: las autoras.

Algo característico de los caminos reales es que actualmente algunos de ellos siguen siendo usados por los habitantes de las zonas rurales cercanas. Por ejemplo, el camino que conduce de Los Santos a Jordán Sube se usa para comercializar productos (principalmente tabaco, café, maíz, frijól, lechosa y fique), una tradición que se mantiene desde la década de los 1860, es decir, desde el momento de su construcción (Forero González, 2012). Las personas que los usan señalan que estas rutas son una parte fundamental de su vivir diario y, por lo tanto, coinciden en su opinión acerca de que todos los tramos de los caminos reales merecen una mayor atención por parte de las

autoridades locales, departamentales y nacionales, siendo los ciudadanos los actores principales en su conservación y protección. En la entrevista realizada a Gilberto Camargo (2017) le preguntamos cómo calificaba la importancia de los caminos reales para el desarrollo del municipio y del departamento, y esto nos contestó:

De mucha importancia. Cada vez que pasa un grupo de personas por una tienda rural dejan entre 200 a 300 mil pesos. Pero no hay nada organizado. En Santander todo está por hacerse, comenzando por los alcaldes, que desconocen el inventario de su patrimonio, sus valores y su productividad, y si se canalizaran como parte de una gestión pública. Hoy es un turismo internacional ya constituido con 120 millones de practicantes, que cada día buscan un lugar con historia y mucho reto para ser andado. En Colombia ya casi llegamos al medio millón de personas, en Santander ya somos 10 mil los caminantes. En Colombia a nivel del sector público es poca la promoción, pero en el caso de la inversión en su recuperación, en los últimos 10 años ha superado ya los 6000 millones de pesos, sin ninguna planeación. Hace falta crear una organización mixta, donde lo público se fusione con lo privado, los caminantes y el lugareño de borde. Hecho esto esas inversiones aisladas o esporádicas se notarán. Contrario a lo que pasa en rutas como la de España-Compostela, el Camino de los Apalaches-USA, el Camino Inca-Perú y el camino Maya de Centroamérica, que están incluidas en la red de oferta turística y hacen parte del plan de desarrollo de cada región. Acá todo proyecto de recuperación solo se hace pensando en la construcción material, pero jamás se dan recursos para incluir el componente social. Dicho componente será quien se empodere de

la actividad y la administre bajo el consentimiento del ente público respectivo, quien lo regula.

Debido a la gran riqueza arqueológica y cultural que aportan los caminos reales a la conservación de la memoria histórica de Santander y de Colombia en general, es fundamental desarrollar una estrategia apropiada que despierte el interés hacia dichos bienes patrimoniales y garantice su conservación en el futuro. La destrucción y el desaprovechamiento de los caminos reales ocasionaría una pérdida irreparable para el patrimonio histórico y cultural de Santander; por lo tanto, el desarrollo del turismo en la zona podría contribuir considerablemente a la preservación de los caminos reales y a impedir su desaparición definitiva. Así, cualquier proyecto de desarrollo turístico deberá generar las acciones necesarias que permitan involucrar a los habitantes de los municipios ubicados en la cercanía inmediata a los caminos reales, para que sean parte del proceso de desarrollo sociocultural y económico de la región. Sin duda, la participación de la población local y su vinculación en el proyecto del desarrollo turístico de la zona es un factor clave para la conservación del patrimonio cultural y para la recuperación del pasado y de los espacios históricos y culturales de la región.

CAPÍTULO III

IDENTIDAD, CULTURA Y TURISMO: UNA
MIRADA DESDE LOS REFERENTES DE LA
GASTRONOMÍA SANTANDEREANA



Capítulo III

Identidad, cultura y turismo: una mirada desde los referentes de la gastronomía santandereana

En este capítulo se presenta la gastronomía en su dimensión cultural como un componente clave para el desarrollo de iniciativas turísticas en el departamento de Santander. Para ello, es oportuno reconocer su relación con la identidad cultural y el territorio, trascendiendo la significancia meramente biogeográfica, espacial o jurídica del sitio. Esto permitirá entender la gastronomía como un lugar con construcciones históricas y culturales que la hacen significativa para un colectivo, y que pone de manifiesto su potencial para el desarrollo de la región.

Como hemos hablado en los capítulos anteriores, Santander se caracteriza por una diversidad ecosistémica significativa, lo que se ve reflejado en el aprovechamiento de una amplia variedad de productos alimentarios que conforman una sólida gastronomía. A pesar de la diversidad agroalimentaria, el mayor reconocimiento regional está orientado principalmente hacia la oferta de platos elaborados con proteínas de origen animal, en particular de res y de cabro, dejando en un plano secundario los frutos, hortalizas y demás alimentos ampliamente usados en la región.

En Santander se evidencia que la gastronomía tiene una función social de cohesión y de representación

de la región, pues el santandereano es identificado culturalmente a través de alimentos como la hormiga culona, el cabro con la pepitoria, la arepa, la chicha, la carne oreada, el café y el cacao. Así mismo, la región es reconocida por la abundancia de las porciones en la mesa, lo que en términos propios representa la hospitalidad de los coterráneos.

Por eso, las apuestas turísticas que involucran la dimensión social y simbólica de la cultura y, para este caso puntual, la transformación de los alimentos y las comidas en recursos turísticos, deben planificarse adecuadamente, evitando la mercantilización de los aspectos simbólicos que tienen valor por lo que expresan de forma directa o indirecta para los pobladores de cada uno de los territorios. En otras palabras, si bien la propuesta de una ruta permite la obtención de beneficios económicos, estos no deben sobrevalorarse por encima de la cultura alimentaria misma, pues se podría perder lo simbólico en lo que se enmarca la gastronomía. Es por eso que es importante reconocer los factores culturales en los que se enmarcan algunos de sus elementos más representativos.

Lamentablemente, la situación descrita se puede ver en algunos restaurantes de la región, en los que de manera descontextualizada ofrecen “comida típica” como si existiera una sola manera de suponer la identidad gastronómica del departamento. Sin embargo, aquí se propone generar una distinción entre las categorías que son empleadas arbitrariamente en la cocina tradicional como, por ejemplo, la cocina ancestral, tradicional, popular y típica. En ese orden de ideas, se invita a vincular la tierra, la producción, las técnicas culinarias, los saberes

tradicionales asociados a los oficios y las formas de consumo dentro de esta estrategia, la cual espera contribuir hacia una propuesta que reconozca estos distintos elementos.

Metodología

Este apartado se construyó principalmente con la información obtenida durante las visitas a los diferentes municipios en el año 2017, en las que se realizaron observaciones directas a la oferta gastronómica y los cultivos más representativos. En el trabajo de campo también se entrevistaron a cocineras tradicionales, campesinos, artesanos, restauranteros y emprendedores que transforman la materia prima en distintos productos.

La información obtenida de las fuentes primarias fue articulada con la revisión de fuentes secundarias. Específicamente, se consultaron investigaciones sobre la gastronomía en Santander y su relación con la identidad cultural y el turismo. Igualmente, se revisaron algunos de los referentes internacionales sobre este tema. Además, se tuvo en cuenta la información derivada de la encuesta aplicada a los visitantes de los municipios escogidos y que se describen en la introducción de este libro.

Identidad cultural, cocina y turismo

La propuesta de esta ruta gastronómica por algunos municipios de Santander requiere una aproximación a la relación entre identidad, gastronomía y turismo. La identidad cultural en este análisis importa en

cuanto encierra el sentido de pertenencia en un grupo social determinado con el cual se comparten rasgos culturales, costumbres, valores, creencias, entre otros (Molano, 2007). La memoria y el patrimonio cultural juegan un papel clave en la construcción de dicha identidad.

Dentro de las ciencias humanas y sociales el concepto de identidad ha sido ampliamente debatido, construido y deconstruido. Las identidades “son puntos de adhesión temporarias a las posiciones subjetivas que no construyen las prácticas discursivas” (Hall, 2003, p. 20), es decir, no se pueden considerar por fuera de los discursos y deben ser consideradas como producciones de contextos históricos e inclusive dentro de ámbitos institucionales específicos que implican determinadas relaciones de poder. La identidad es la relación entre la praxis de los sujetos, los sentimientos, las experiencias vividas, el nivel de conciencia de pertenencia a un universo local y el “resultado de un hecho objetivo (el determinante geográfico-espacial, los datos históricos, las específicas condiciones socioeconómicas” (Arévalo, 2004).

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. (Molano, 2007, p. 74)

Precisamente uno de los símbolos de la identidad cultural es la alimentación. La identidad está relacionada con lo que comemos, dónde y con quién lo hacemos: “la expresión ‘eres lo que comes’ se refiere no solo a la necesidad material y fisiológica de alimento y al bienestar psicológico que da la comida, sino a las

dimensiones sociales y simbólicas de la dieta de los pueblos”, afirma Juana Camacho (2006, p. 1).

En la cotidianidad de los seres humanos, en el hablar del día a día, en esa *doxa* de la que nos ha ilustrado muy bien Pierre Bourdieu, el concepto de identidad continúa en discusión, pero generalmente denota características específicas que permiten diferenciarse del otro. Uno de los casos más evidentes de que este concepto se encuentra vigente es la presencia de los elementos propios de las construcciones de identidades nacionales que se generaron a su respectivo tiempo por los proyectos de Estado-nación. Así como se dieron esas “invenciones de identidades nacionales”, en Colombia también surgieron las identidades regionales, las cuales continúan haciendo presencia en la vida cotidiana y festiva a lo largo y ancho del territorio nacional. Los matices geográficos, culturales e históricos han hecho que el país pueda ser entendido desde las regiones de carácter andino, amazónico, caribeño, pacífico, orinoquense y que, inclusive, dentro de esas categorías algunas poblaciones hayan optado por diferenciarse aún más.

Ese es el caso del departamento de Santander, localizado en la zona andina colombiana. En esta zona del país, los santandereanos se autorreconocen como una población de ascendencia principalmente española, con ancestros alemanes e italianos. Aunque en porcentaje menor, también reconocen la herencia de las poblaciones prehispánicas que habitaban ese territorio. Las publicaciones históricas del departamento han contribuido a la construcción de un imaginario en el que la cultura santandereana es la expresión de ese proceso de sincretismo en el que se han conjugado elementos musicales, artísticos, temperamentales

y alimentarios, para crear una representación de “lo santandereano”. Esta, si bien puede que no identifique a la totalidad de su población, ha sido empleada como estrategia para posicionarse frente a otras regiones e impulsar el turismo (Acevedo Tarazona, 2018).

Desde los aspectos políticos también se han generado implicaciones en la representación de la identidad santandereana, con el imaginario de una población “trabajadora, berraca, frentera, emprendedora, de carácter agreste y fuerte, *echada pa’ lante*, competidora, donde el honor es componente fundamental”, entre otras características (Durán, 2018; Pinzón *et al*, 2017; Mesa y Ardila, 2012).

Como se mencionó anteriormente, la identidad también es construida gracias a la memoria y a la práctica e invención cotidiana de los habitantes de la zona, que posibilitan la existencia de los rasgos culturales en la contemporaneidad. La identidad implica apropiarse de la memoria histórica, de un pasado reconstruido o inventado. “El valorar, restaurar, proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinversión y apropiación de una identidad cultural” (Molano, 2007, p. 84). La falta de recordación, de indagación y de interés por los componentes históricos tanto a nivel social como familiar marginan el reconocimiento de las conexiones del territorio con los distintos actores que se han visto involucrados en él. La escasez de memoria sobre los orígenes aleja la posibilidad de conocerse a sí mismo y de reconocer lo diferenciador y distintivo que puede tener un lugar determinado. Por ello, cualquier propuesta de desarrollo local que sea pensada y planteada desde los componentes identitarios de una población debe ir

acompañada de una búsqueda holística de la identidad cultural propia, en la que la memoria, el patrimonio y el territorio cobren un rol protagónico.

El territorio incide de manera directa en las características económicas y culturales de una región. El departamento de Santander cuenta con subregiones con pisos térmicos diferenciados, con características geológicas, geográficas y medioambientales muy diversas que se manifiestan por medio de ecosistemas que van desde páramos, la cuenca media del río Magdalena, hasta las zonas de ambientes muy secos, como la región del Cañón del Chicamocha. Esta variedad a nivel ecosistémico transgrede los límites físicos y afecta las dinámicas culturales del departamento, constituyéndose en expresiones propias de la cultura como, por ejemplo, la alimentación, las celebraciones, los sistemas tradicionales de subsistencia y de creencia, la sociolingüística, el arte, entre otros. Cuando se aborda la cultura santandereana de pobladores de los municipios de Vetas o California se evidencian manifestaciones culturales traducidas, por ejemplo, en celebraciones religiosas muy distintas a las de municipios como Barrancabermeja. Mientras en unos se le rinde un homenaje más representativo a San Isidro Labrador o San Antonio de Padua, en el otro La Virgen del Carmen, que navega por ríos y ciénagas, toma un protagonismo mayor (Espindola, 2016; Quiroga, 2016).

“Somos lo que comemos”

Los rasgos culturales más representativos referentes a la alimentación también manifiestan especificidades de acuerdo con la confirmación territorial provincial. El consumo de determinados platos y su posicionamiento

como los más representativos de una zona arrojan información valiosa no solo para aproximarse a las prácticas, usos y significados de los alimentos, sino también para lograr proponer estrategias de desarrollo local que fortalezcan a estas comunidades, buscando generar un impacto menor de cambio cultural y mercantilización de la cultura. Eso sucede con la comida, ya que las preparaciones más distintivas de Barichara, por ejemplo, pueden ser el cabrito junto con la chicha, mientras que en San Vicente de Chucurí la gallina tiene un papel más importante en la alimentación. No se puede olvidar que, mediante las elecciones, los hábitos y las prácticas alimenticias, las personas comparten un sentido social y se distinguen.

De acuerdo con el Ministerio de Cultura (2012), la base alimentaria y las manifestaciones culinarias más populares de los Santanderes son las siguientes:

Tabla 1. Base alimentaria de los Santanderes

ANDES	
-Santanderes	<i>Carne oreada; mute santandereano; caldo de papa; caldo teñido; sancocho; sopa de pichón, de frijol negro, de avena y de ruyas; hormiga culona; arepa santandereana; arepa ocañera; arepas fritas; hallacas; carne desmechada; cabrito asado o al horno; pepitoria de cabrito; sobrebarriga; lengua en salsa; copón relleno; cazuela de conejo y de callos con garbanzos; pastel de garbanzos; tortilla de barbatusca; yuca frita; regañonas de mazorca; hayacas de carne, de pollo o dulce; cebollitas; habas secas; chicha de maíz, chicha de corozo, guarapo, masato de arroz; fresco de ciruela cocota; chocolate; carisecas; cortado y panelitas de leche de cabra; bocadillos y dulces de guayaba; dulce de grosellas.</i>

Fuente: Fragmento de tabla extraída de Ministerio de Cultura, 2012, p. 41.

Así, el hecho de que el departamento de Santander se reconozca a nivel nacional por preparaciones como la arepa santandereana, la carne oreada, el cabrito, la pepitoria, el tamal, el mute, el guarapo, la chicha, las hormigas culonas y los dulces, entre los que se destaca el bocadillo, remite directamente a la cultura de toda la región y de manera más específica a su identidad. Así mismo lo indica el antropólogo Ramiro Delgado Salazar (2001):

Los universos de la comida construidos por cada grupo humano permiten pensar la identidad amarrada directamente a los diversos sabores, colores, olores, texturas, sonidos y pensamientos en los cuales hombres y mujeres recrean cotidiana y extraordinariamente su sentido de pertenencia a unos referentes propios llenos de significado. (p. 92)

Los campesinos santandereanos acostumbraban a consumir sus alimentos en seis momentos en el día, también llamados popularmente como “seis golpes”, y reunirse en medio de abundante comida y bebida. La primera ración de alimentos la solían consumir bien temprano en la mañana y consistía en un café o agua de panela caliente acompañada de un carbohidrato (pan o maduro cocinado); luego venía el desayuno el cual se conformaba de caldo de papa o caldo con leche, arepa y café; la tercera comida, conocida en algunas zonas del departamento como *rumbiador* o *puntal*, se consumía hacia las 9:30 am y consistía en un café o agua de panela con un pedazo de arepa o de queso; a las 11 am llegaba la hora del almuerzo, es decir, un buen plato de sopa, el cual generalmente llevaba maíz; a las 3 pm recibían otro plato de sopa; y al final del día llegaba la hora de la comida (Blanco, 2012).

La capacidad de ofrecer una buena comida proporcionaba estatus dentro de la sociedad a la que se pertenecía, pero también cumplía la función de cohesionar los lazos familiares y políticos de los grupos. El estatus también se asocia a la capacidad adquisitiva y, por ende, estuvo relacionado con la ingesta de preparaciones abundantes en las que predominaban las proteínas animales por encima de los vegetales.

Y es que más allá de hábitos y comportamientos alimentarios, las cocinas indican formas de percibir y expresar el modo o estilo de vida que representa a determinado grupo. “Así, lo que es colocado en el plato sirve para nutrir el cuerpo, pero también señala una pertenencia, sirviendo como un código de reconocimiento social” (Maciel, 2005). Igualmente, lo dice Nancy Bayona (2017), cocinera de Barichara: “La gastronomía es muy importante porque resalta la cultura, la tradición de un pueblo”.

La alimentación simboliza quiénes somos; representa la relación con los ancestros, con la tierra; permite aproximarnos a quienes tenemos lejos; permite conectarnos con nuestros orígenes tanto a nivel temporal como espacial. Bien lo expone Leila Abu-Shams (2008) en su análisis sobre la relación entre la cocina, la identidad y la inmigración. Ella cuenta que, para los marroquíes inmigrantes en España, la cocina tradicional continúa siendo la elección preferida. Aunque pierdan la conexión físico-geográfica, ellos buscan mantener las raíces culturales mediante la “reconstrucción de su modelo culinario original en el país de acogida: ingredientes, utensilios, preparación y presentación”. De modo similar les sucede a los santandereanos que se radican en otras ciudades del país, quienes buscan reproducir sus tradiciones

culinarias consumiendo en restaurantes especializados en comida de su región (Ríos, 2002), instalando un restaurante o encargando comida preparada en su departamento.

De lo simbólico al mercado del turismo

La alimentación, la cocina y la gastronomía no solamente nos importan porque nutren, sino porque se encuentran con la naturaleza y la cultura frente a frente. Las elecciones alimentarias representan los significados que se les atribuyen a los alimentos: no todo lo que se clasifica como comestible es consumido por todos los grupos humanos y eso responde a dinámicas históricas, culturales y simbólicas.

El “deshogue” de las copricó, experiencia con umami

Para otras regiones de Colombia el consumo de hormigas culonas (*Atta laevigata*) es extraño, pero en Santander esta práctica responde a una herencia indígena que existía desde antes del primer periodo de contacto con los españoles. Los guanes, principales indígenas que habitaban lo que actualmente conforma el departamento de Santander, no solo practicaban la ingesta de estos insectos, sino que, de acuerdo con Gonzalo Jiménez de Quesada, esta comunidad las criaba en corrales elaborados con hojas y las aprovechaban junto a la yuca para preparar un tipo de pan. Los corrales de hormigas han sido interpretados como un primer rasgo de propiedad privada; además, denotaban estatus en la comunidad.

Este insecto era llamado *copricó*, vocablo guane que significaba alimento nupcial o comida matrimonial, de tal modo que era un regalo muypreciado en la noche de bodas, pues se consideraba que ayudaba a concebir hijos más sanos y fuertes.

Hoy en día las hormigas no se encuentran disponibles a lo largo del año, sino que se deben esperar las lluvias cercanas a la tradicional Semana Santa. Los conocimientos sobre la luna, la lluvia y el comportamiento de las hormigas les permiten a los santandereanos, principalmente de las provincias Guanentina y Comunera, estar atentos en el momento preciso en el que este manjar comienza a salir de la tierra. El inicio del proceso de recolección está marcado por la salida de los “padrones”, manera como se designan a los machos con quienes pretenden copular las reinas. Estos alcanzan a llegar a cabeceras municipales o las casas campesinas próximas a los hormigueros, avisando la pronta salida de tan apetecido alimento. Desde tempranas horas de la mañana, los campesinos dejan sus actividades cotidianas y se desplazan hasta los hormigueros para marcarlos con una bandera, un balde, una olla u otro tipo de marca, cumpliendo la función de indicar la toma de posesión del hormiguero e impidiendo que posteriormente algún intruso pretenda apoderarse de él.

La recolección de las hormigas se realiza de forma manual. Equipados con botas de caucho, pantalones largos y un buen sombrero, los campesinos rodean los hormigueros esperando que el sol caliente la tierra y surjan las reinas, que salen buscando los rayos de sol y los padrones para su apareamiento. Mientras esperan, los campesinos libran batallas contra los soldados y los cortadores, quienes intentan defender

el hormiguero mordiéndolos. Poco a poco, “las culonas” comienzan a salir de las distintas bocas de los hormigueros, se desplazan unos pocos centímetros, esperan unos instantes como si despertaran de un profundo sueño. Entonces, se empieza a escuchar un ligero zumbido que indica que están abriendo sus alas y se preparan para salir volando. Sin embargo, muchas de ellas no alcanzan a realizar todo este ritual, ya que, justo cuando van saliendo del hormiguero, son capturadas por los campesinos o, incluso antes de salir, con la ayuda de una rama delgada son sustraídas y depositadas en una olla o recipiente de plástico.

Hay días en las que solo salen unas pocas hormigas. A estos días los llaman pajareras y se pueden recoger de media a máximo dos libras. Pero el día principal es el día del “deshogue”, el cual sucede después del cambio de luna. En esta ocasión se pueden coleccionar hasta 7 u 8 libras de hormigas por hormiguero. Cuando es el “deshogue”, los campesinos no dan abasto para capturarlas a todas y deben hacer uso hasta de sus sombreros, gracias a los cuales pueden atraparlas en el aire cuando ya han emprendido vuelo.

Después de pasar horas bajo el sol capturando a las hormigas, se les debe “despicar”, es decir que se les debe retirar las alas, la cabeza y las patas. En seguida se lavan con agua varias veces para eliminar la tierra que traen consigo tras haber permanecido tanto tiempo en el hormiguero. Después de limpiarlas cuidadosamente se deben dejar por lo menos media hora en agua con sal. Posteriormente, se calienta un tiesto y ahí se depositan las hormigas.



Ilustración 20. Hormigas capturadas. Fuente: las autoras.



Ilustración 21. Proceso de “despique”. Fuente: las autoras.



Ilustración 22. Hormigas “despicadas”. Fuente: las autoras.



Ilustración 23. Hormigas en agua con vinagre y sal.
Fuente: las autoras.

Hasta hace algunas décadas, la tostada de las hormigas se realizaba exclusivamente en un tiesto de barro, pero en la actualidad se emplean otros materiales como aluminio y acero. Se deben tostar a fuego medio, sin dejar de mover para evitar que se quemen y, si es necesario, agregar un poco de aguasal (ver Ilustraciones 20 a 24). Mientras se realiza este procedimiento, el olor invade las casas, lo que inmediatamente genera que quienes están presentes o de paso por los hogares se antojen de tan apreciado manjar que tiene un particular sabor umami.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), los insectos “más comunes que son consumidos en el mundo son los escarabajos (31 %), las orugas (18 %), las abejas, avispas y hormigas (14 %) y los saltamontes, las langostas y los grillos (13 %)” (Van Huis *et al.*, 2013). El consumo de insectos podría reducir considerablemente la inseguridad alimentaria del planeta; por lo tanto, se considera como una apuesta importante para suplir las demandas nutricionales, en especial de zonas no desarrolladas.



Ilustración 24. Proceso de tostado de las hormigas.
Fuente: las autoras.

El valor simbólico y nutricional que recae sobre la hormiga culona ha llevado a que hoy en día sea un elemento clave en la presentación y promoción del departamento, así como también su carácter exótico ha beneficiado a cientos de familias que pueden obtener ingresos adicionales por la producción y comercialización de este alimento. Actualmente, también se encuentran productos artísticos en forma de esculturas (Ilustración 25), pinturas y *souvenirs* en forma de llaveros, placas para la nevera, figuras miniatura, entre otros, que evidencian la importancia de esta hormiga.



Ilustración 25. Exposición artística de hormigas culonas en el Paseo el Comercio, Bucaramanga, 2016. Fuente: las autoras.



Ilustración 26. Hormigas culonas para el consumo. Fuente: las autoras.

La hormiga culona contiene diversas características a partir de las cuales se puede generar una experiencia turística. El visitante puede acompañar el proceso de captura en los hormigueros, puede observar el “despique”, la preparación, y finalizar consumiendo las que han sido elaboradas por ellos mismos, de tal manera que los habitantes de municipios como

Barichara no solo obtengan recursos por la venta del producto final (Ilustración 26). Sin embargo, es necesario aclarar que la propuesta debe tener principios de sostenibilidad, ya que una acción depredadora puede impactar negativamente la reproducción de esta especie.

Gracias al ejemplo de las hormigas se puede apreciar que la cultura produce distintos sistemas alimenticios donde intervienen factores de orden “ecológico, histórico, cultural, social y económico, que implican representaciones e imaginarios sociales que envuelven elecciones y clasificaciones” (Maciel, 2005, p. 49).

Patrimonio gastronómico y mercado

Siguiendo esa línea de pensamiento sobre la relación entre cultura y alimentación, Jesús Contreras (2002) define la cultura alimentaria como “el conjunto de representaciones, de creencias, conocimientos y prácticas heredadas o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado dentro de una cultura” (p. 222). De la misma manera que sucede con los rasgos identitarios de un grupo determinado, la cultura alimentaria es plausible de ser patrimonializada, si bien no sucede en su totalidad.

Elena Espeitx (2004) explica que en el proceso de patrimonialización algunos de los elementos de la cultura alimentaria se fragmentan y se descontextualizan, lo que genera que los sentidos y las funciones de estos se modifiquen, ya que comienzan a ser parte de contextos diferentes en los que son pensados como factores de obtención de recursos económicos. En

muchos casos, para poder agradar al visitante y a los nuevos actores que lo identifican como patrimonio, los elementos se modifican y llegan a corresponder aún más a la sociedad que los “patrimonializa” que a la sociedad que los produce originalmente.

Esta situación se entiende a medida que el patrimonio gastronómico se vincula con la industria del turismo, ya que este permite conocerlo, fortalecerlo, pero al mismo tiempo lo pone en riesgo. El turismo moderno y contemporáneo sigue vinculado a la idea de ocio. En el caso puntual, la tendencia de consumo o vivencia de experiencias como oportunidad dentro de la dimensión turística es una realidad del sector, en donde el motivo del viaje es conocer lugares o asumir experiencias nuevas. Destinos de talla mundial, así como muchos de los procesos de resignificación territorial del turismo, reconocen recursos de oferta experiencial como activos necesarios para el posicionamiento turístico en las diversas regiones del mundo.

En la noción de la economía de la experiencia, entendida desde hace más de dos décadas como un factor de transición de la realidad de intercambio de la era industrial, y la escala de producción en serie de bienes y servicios, hacia una etapa en donde la economía se basa en la mercantilización de experiencias de todo tipo dentro de la lógica propia de la globalización, se manifiesta la oportunidad para la economía de mercado de redescubrir y potencializar el acceso a las múltiples y variadas experiencias culturales. Sin embargo, esta tiene el riesgo de perder, si no se da un manejo adecuado al valor simbólico cultural y a su vinculación contextual de la expresión cultural (Pine y Gilmore, 2000).

Las vivencias, el reconocimiento de habilidades, diferencias y rasgos distintivos posibilitan el acceso a conocimientos derivados de la observación. La experiencia media aspectos tangibles e inmateriales que vislumbran y despiertan emociones, sentimientos, placeres, valores y juicios propios del día a día. En cierta medida, la economía de la experiencia radica su vitalidad en asignarle valor y tasar monetariamente y de forma vinculante a las diferentes expresiones del quehacer humano y social mediante la inclusión, la creatividad en procesos de transformación y de innovación de cadenas de valor desde la economía local, en un mundo interconectado y con segmentaciones más específicas y volátiles en el mercado.

La preponderancia de la lógica del mercado ya ha impactado al patrimonio gastronómico del departamento. Se puede ilustrar esta dinámica en Santander cuando se aprecia que en la mayoría de los restaurantes de “comida típica” del departamento se ofrece cabrito asado. La crianza de este animal corresponde tradicionalmente a zonas poco fértiles que generalmente no se pueden aprovechar para la agricultura. Aun así, actualmente se puede encontrar oferta de esta preparación en municipios que no se han dedicado históricamente a la crianza de este animal, sitios donde no se tiene el conocimiento específico para su sacrificio y para su preparación culinaria. La razón de la oferta comercial de este plato radica en que al estar “institucionalizado” como un plato emblemático del departamento, es considerado como una fuente de ingresos económicos, lo que hace que el cabrito pierda su contexto cultural, histórico y simbólico.

Esta situación convoca a realizar acciones orientadas a la prevención de la pérdida del valor simbólico de la cultura culinaria. Teniendo en cuenta la anotación anterior, se propone que el patrimonio gastronómico se entienda como una “cultura de la alimentación” en la que se incluyen “los sistemas agroalimentarios, los productos de la tierra, las cocinas regionales o tradicionales, la gastronomía, la producción de alimentos, las técnicas agrícolas y culinarias, las dietas, la valorización de alimentos tradicionales y los microambientes con sus sistemas y sensibilidades” (Romero Contreras *et al.*, 2010), y no exclusivamente como la oferta culinaria que se puede encontrar indistintamente en un departamento. Desde este enfoque, la gastronomía cada vez se ha ido posicionando como factor determinante a la hora de la consolidación y el desarrollo de los destinos turísticos. Actualmente, el turista considera como elemento clave la oferta gastronómica y esta valoración mejora en la medida en que la oferta incluye no solo preparaciones gustativamente atractivas, sino que se enmarca en experiencias que le permiten al visitante aproximarse de una manera más profunda a los significados, a las formas de obtención y de transformación de los alimentos, y a los sujetos que los producen. Hoy en día este aspecto llega a ser tan importante que algunos segmentos de turistas eligen su destino en función de él.

Turismo gastronómico, una búsqueda por la conexión territorial

De acuerdo con la juiciosa revisión realizada por Tomás López-Guzmán y María Margarida Jesús (2011), la tipología de turismo culinario se funda en el Congreso

Internacional “*Local Food and Tourism*” en noviembre del año 2000 en Chipre, evento auspiciado por la Organización Mundial del Turismo. A partir de ese momento han sido múltiples y variados los términos para abordar la relación existente entre la cocina y el turismo.

Con independencia del término que utilicemos, se puede definir el turismo culinario como una tipología de turismo en el cual se compra o se consume productos regionales (incluyendo bebidas) y/o se observa la producción de alimentos (desde la agricultura hasta las escuelas de cocina. (López-Guzmán y Jesús, 2011, p. 917)

Si bien esta definición es apropiada, aún es necesario hacer la distinción, por un lado, entre la producción u obtención de alimentos, que efectivamente corresponde a la fase agrícola, y por el otro, la transformación de los alimentos, que puede ocurrir bien en escuelas de cocina o en el ámbito familiar, cotidiano o comercial. En esta actividad participan decenas de personas que portan y ponen en práctica los conocimientos culinarios que han sido heredados generalmente al interior de la familia.

El turismo gastronómico también implica una relación de relevancia significativa con los territorios. Al ser la cocina una expresión de la cultura y una expresión de los recursos de la tierra, el territorio cobra una importancia vital. Las cocinas regionales no pueden ser comprendidas sin esa estrecha relación con este. Las características geográficas y culturales generan que la correspondencia entre las personas que lo habitan y lo viven se vea representada en la experiencia cultural que se puede ofrecer al turista.

Como propone Margarida Castells (2008), en las últimas décadas ha crecido el perfil del *gastronauta* dentro del segmento del turista cultural. Este personaje tiene como interés principal la búsqueda de nuevos sabores conectados con los lugares de visita: “el patrimonio gastronómico se encuentra asociado a tres placeres que además coinciden con tres tendencias del turismo actual: el placer del ocio, de conocer y de comer” (p. 11).

El turista actual, que se desplaza de su entorno habitual con un espíritu lúdico, requiere experiencias gratas y placenteras, condición que el hecho de comer cumple ampliamente, y que hace que la alimentación ocupe un lugar destacado en el abanico de elementos que se movilizan para dar satisfacción al visitante. (Espeitx, 2004, p. 211)

De tal manera, el turismo gastronómico está destinado a un segmento particular de turistas que buscan experiencias, vivir, sentir, oler, degustar placeres propios o novedades insólitas, a las que solamente el desplazamiento hasta un lugar determinado les da acceso. Este tipo de turista que busca acercarse a la cultura y opta por la gastronomía y las raíces culinarias cada día toma más impulso. Los significados, las formas de preparación y el valor patrimonial de la cocina son cada vez más valorados, porque potencializan y distinguen los destinos turísticos (Schlüter, 2006).

Para ello, en muchas ocasiones primero se lleva a cabo el proceso de “patrimonialización” de productos y platos, que luego se convierten en recursos turísticos equiparables a otros elementos del patrimonio cultural (Espeitx, 2004). Siguiendo a Espeitx (2004), el patrimonio alimentario se destaca por la alta

adaptabilidad al mercado, lo que le permite ser más fácilmente aceptado. La adaptabilidad se debe a que el patrimonio alimentario desaparece una vez es consumido, es decir que para cada consumo debe ser nuevamente elaborado y no permanece dispuesto. En ese proceso de reproducción de los alimentos y preparaciones, los productos se modifican y se adecúan a las nuevas circunstancias, a las expectativas y a sus consumidores. Sin embargo, aunque se modifiquen, conservan los rasgos centrales que los distinguen y les confieren plasticidad y capacidad de supervivencia.

Experiencias de turismo gastronómico

Existen diversas iniciativas de turismo gastronómico que han sido exitosas a nivel mundial. No obstante, se mencionarán especialmente dos estrategias del mundo occidental que son exitosas globalmente. La referencia al mundo occidental no pretende desmeritar al mundo oriental, ya que la literatura y los indicadores demuestran que en diversos países del continente asiático este tipo de turismo se viene desarrollando con fuerza (Castells, 2008). Específicamente, mencionaremos la experiencia de la dieta mediterránea y la cocina peruana.

La dieta mediterránea consiste en la unión de alimentos ricos en fibra vegetal, vitaminas obtenidas de las frutas, presencia de pescados ricos en ácidos grasos como el omega 3, consumo moderado de grasas animales y de algunas bebidas de baja graduación alcohólica como el vino. En esta dieta se promueve el uso de productos frescos, locales y de temporada, que permiten ingeniar diversas preparaciones con alto

valor nutritivo. De acuerdo con la FAO, esta dieta es considerada como modelo alimentario de calidad, precisamente por el uso de productos locales y porque contribuye a prevenir enfermedades y combatir estilos de vida poco saludables.

Margarida Castells (2008) reconoce que la dieta mediterránea no es solamente una fuente de salud, sino que además es una “experiencia cultural cuyos valores y rasgos la hacen aún más singular y significativa”. Esta dieta es el resultado del intercambio de prácticas y restricciones alimenticias muy diversas que llevaron consigo practicantes del judaísmo, el cristianismo y el islam; conocimientos especializados relativos a la interacción con el medio ambiente, conocimientos agropecuarios, pesqueros, elaboraciones gastronómicas creativas, mercados, tradiciones, celebraciones y rituales. La dieta mediterránea es la herencia de una tradición transmitida de generación en generación; una dimensión simbólica representada en la importancia de “sentarse a la mesa”, adelantar rituales comunitarios, comer en reunión familiar, en una celebración social; y es el estímulo de producción y consumo de productos locales lo que “fomenta una agricultura respetuosa con el medio ambiente, y promueve los intercambios e iniciativas regionales, contribuyendo así a la revitalización económica y social de las comunidades ribereñas del Mediterráneo” (Castells, 2008, p. 4).

En el año 2010 se logró obtener la declaratoria como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad para la dieta mediterránea. Este acontecimiento no solo la visibilizó a nivel mundial, sino que promovió su salvaguardia, teniendo en cuenta que en las décadas anteriores se habían identificado tres problemas: los

jóvenes han abandonado los hábitos alimentarios tradicionales, los referentes patrimoniales han ido desapareciendo y, debido a la globalización, el gusto se ha ido estandarizando. Este posicionamiento además generó un cambio en el turismo tradicional de sol y playa en el Mediterráneo, y abrió las puertas a dinámicas de turismo cultural y más específicamente al turismo gastronómico.

En el caso específico de España, de marzo de 2005 a marzo de 2006, Barcelona declaró el Año de la Alimentación, la Cocina y la Gastronomía. Gracias a ello generaron alianzas entre mercados, hoteles, museos, restaurantes, cursos y talleres, a partir de los cuales se pudiera fomentar la cocina catalana y no catalana. Se realizaron actividades académicas, degustaciones, fiestas, exposiciones artísticas, literarias, ciclos de cine y música, entre otros. Para el año 2015 llegaron 68 millones de turistas, de los cuales 7 millones tuvieron como principal interés el turismo gastronómico, lo que representaba el 10,3 % aproximadamente.

Por otro lado, en el mismo territorio continental de Colombia, Perú lleva más de dos décadas generando estrategias para dar a conocer su cocina como recurso turístico. A partir de la década de los años noventa los alimentos andinos y amazónicos considerados “tradicionales” y autóctonos, e históricamente relegados de las “grandes mesas” por causa de los cocineros con historias de vida privilegiadas, comenzaron a visibilizarse. Desde el año 1994 comenzaron a publicarse libros sobre la cocina peruana y el país inició participaciones en festivales gastronómicos internacionales que buscaban su posicionamiento como referente gastronómico. En el año 2005 el Estado

peruano nombró la gastronomía como producto bandera para representar la imagen del país en el exterior. Paralelamente, la figura del agricultor comenzó a hacerse más explícita, asociada a la relevancia que comenzó a tener la diversidad biológica: piedra angular del presente y futuro de la cocina y gastronomía del país. En el año 2008 se organizó la Primera Feria Gastronómica de Lima: “Perú, Mucho Gusto”; en el año 2009 se creó la Sociedad Peruana de Gastronomía. En el año 2011 se presentó de forma oficial en Lima la marca “Perú”; la gastronomía peruana fue nombrada Patrimonio Cultural de las Américas y ese país fue elegido el mejor destino culinario del mundo, según los *World Travel Awards*. En el año 2016 Lima se convirtió en la sede del II Foro Mundial de Turismo Gastronómico (PromPerú, 2017).

Para lograr posicionar la gastronomía peruana como recurso turístico fue necesario el reconocimiento de su complejidad y el aprovechamiento de la diversidad geográfica, histórica y arqueológica de la región. Tanto la gastronomía propia de la zona selvática, la de las costas, la de la zona andina y la del desierto fueron aprovechadas por sus características particulares, y hoy son ofrecidas al mundo entero gracias al conocimiento de rasgos diferenciadores. El chef Gastón Acurio se encargó de considerar la cocina peruana no solamente con base en sus recursos biológicos, sino como una “suma de cocinas” que evidentemente cuentan con un potencial económico, latentemente explotable gracias al desarrollo y el establecimiento de conceptos y marcas sólidas. En el año 2016 la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PromPerú presentó la evaluación del turismo gastronómico en el Perú. En ella se evidenció que el 59 % de los turistas que visitaban al vecino

país lo hacían motivados por su gastronomía, y que la mayoría de los turistas (82 %) reconocían este país como destino gastronómico (PromPerú, 2017).

Al considerar de manera más cercana la relación entre turismo y gastronomía en Colombia, primero es necesario hacer referencia a la “Política Pública para el Conocimiento, la Salvaguardia y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales en Colombia”, en la que se reconoce la diversidad regional de las cocinas colombianas. Esta política, promovida desde el Ministerio de Cultura, se encuentra disponible en la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales de Colombia, donde en 17 tomos se recopila parte de la producción bibliográfica del país en este campo, hasta el año 2012. Por su parte, instituciones públicas y privadas se pusieron la tarea de compilar y registrar recetas, historias de vida y experiencias de cocineras, cocineros y de grupos que conservan y reproducen los saberes tradicionales que existen alrededor de productos y preparaciones.

La valoración y divulgación de las cocinas regionales ha sido objeto de interés constante en los últimos años; tanto así que el Premio a Mejor Libro de Gastronomía del Mundo 2017 fue otorgado al libro del colombiano Carlos Gaviria Arbeláez: *Técnicas Profesionales de Cocina Colombiana*. Igualmente existen varias publicaciones que tienen por objetivo visibilizar prácticas, saberes y conocimientos culinarios regionales con potencialidades turísticas, por ejemplo, en Bogotá (Valcárcel y Venegas, 2015), Nemocón (Llano, 2017), Cartagena (Castillo *et al.*, s.f.), la Guajira (Arregocés y de Jesús, 2013), el Meta (Prieto y Triana Valiente, 2019), Santander (Castellón y Fontecha, 2018) o de modo general (Arango *et al.*, 2018).

Los festivales gastronómicos reconocidos por la Red Colombiana de Eventos Gastronómicos y los realizados de manera informal se han incrementado en la última década. De los 59 eventos que son avalados y apoyados por la Red, cinco se realizan anualmente en el departamento de Santander. Estos son “Cocinas y Fogones”, en Barichara, punto de encuentro de “Saberes y Sabores”; “Cocina al Parque y Semana de la Gastronomía”, “Sabores de Bucaramanga” y “Sabor Santander”.

Actualmente, en el departamento se cuenta con un programa presencial a nivel profesional en Gastronomía y Alta Cocina, y un programa de tecnología a distancia en Gestión Gastronómica, ambos ofrecidos por la Universidad Autónoma de Bucaramanga. También el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA abre convocatorias dos veces al año para el programa presencial de Técnico en Cocina y la Institución Colombia College oferta un programa técnico laboral en cocina y otro en panadería y pastelería.

El SENA ha diseñado además diez rutas turísticas culinarias: siete en zona urbana del área metropolitana de Bucaramanga (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015), tres en la Provincia de Soto (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2016) y cuatro en la Provincia de Mares. Si bien son una iniciativa importante para el sector turismo en la región, donde se reconoce el valor histórico y cultural de las preparaciones culinarias, aún falta apropiación tanto por el sector turismo como la puesta en marcha por parte de las comunidades.

Específicamente sobre la relación entre la cocina colombiana, las cocinas regionales y el turismo, en el año 2017 se lanzó la campaña “Colombia a la mesa”,

la cual tiene como propósito principal el posicionamiento del país como destino turístico gastronómico. Dentro de la estrategia se cuenta con los programas “Nuestras cocinas, Nuestra identidad, una experiencia gastronómica con potencial turístico”, “Colombia, un viaje de sabores”, “Gastronomía productiva”, “Todos a la mesa” y “Colombia sí sabe”. Pero hasta el momento no existe una estrategia regional clara en Santander para el desarrollo del turismo gastronómico.

Para su fortalecimiento, un aspecto que otorga visibilidad es la declaratoria y el reconocimiento de la cocina santandereana como patrimonio cultural inmaterial del departamento (Rodríguez-Martínez y Cáceres-Flórez, 2016; Rodríguez-Martínez y Dallos, 2020). La cocina de esta región es altamente rica en historias, en sabores y saberes. Al igual que sucede con otros territorios de la geografía nacional, la cocina santandereana se compone de la relación sincrética entre indígenas, europeos y negros.

Antes de la llegada de los españoles a lo que actualmente se delimita como Colombia, indígenas de las etnias guane, yariguíes, chitareros, tunebos, entre otras, habitaban el territorio que hoy en día se conoce como Santander. Como dijimos, su dieta se basaba principalmente en proteínas de fuente animal, pequeñas aves, mamíferos y peces, maíz, algunos tubérculos y muchos frutos. Tenían una práctica muy particular de cría de hormigas las cuales usaban como dote en ceremonias matrimoniales y sobre las cuales se creía que contribuían a la fertilidad y a la concepción de niños más sanos y fuertes, tal como se expuso anteriormente.

Con la llegada de los españoles a lo que actualmente es Colombia, se introdujeron una serie de productos

alimenticios como el ganado bovino y caprino. En Santander cobraron una significativa presencia ya entrados los siglos XIX y XX. En este departamento también se reprodujeron tradiciones culinarias de otras zonas de Europa como alemanas e italianas, y también hubo espacio para las manifestaciones de la cocina árabe. Gracias al intercambio de ingredientes y de preparaciones hoy es posible degustar deliciosos platillos de la tierra santandereana, como por ejemplo el mute⁴, los sancochos⁵, y si traen *chorotas*⁶ aún mejor, la sopa de ruyas⁷, el cabro con pepitoria, las arepas y la inigualable chicha de maíz. Estos platos son reconocidos por los habitantes de Santander como parte de la identidad “del propio santandereano”. Así lo dice Nancy Bayona (2017):

Claro que considero que estos platos (cabro-pepitoria, chicha de maíz, ruyas, el mute, las arepas) representan la identidad de Barichara porque es nativo de aquí, es, junto con la chicha de maíz, lo que los indígenas hacían. Y la tradición es venir a Santander, a Barichara y comer en el mercado.

⁴ Sopa tradicional en Santander que se elabora a partir de maíz pelado, callos de res, carnes y verduras.

⁵ Sopa tradicional presente en todo el territorio colombiano. Se elabora a partir de la técnica de hervido. Contiene un bastimento generalmente compuesto por plátano, yuca, papa y mazorca, como mínimo. Puede incluir una o varias proteínas de origen animal y esta característica es la base para su nombre (de gallina, de pescado, trifásico, entre otros). Tiene versiones de acuerdo a las regiones donde se elabora.

⁶ Las chorotas son cuencos elaborados con masa de maíz pelado condimentada con cebolla, ajo y orégano, las cuales se solían adicionar al sancocho. En algunos municipios se las prefiere rellenar con carne de cerdo molida. La receta varía de acuerdo con la tradición familiar.

⁷ Rollos elaborados a partir de la masa de maíz pelado y condimentada con ajo y cebolla. La masa se aprieta con la mano y se deja escurrir el excedente por entre los dedos. Actualmente se adiciona la masa a la sopa y se disuelve, sin realizar el paso anterior.

De lo típico a lo tradicional

Dentro de la cocina santandereana se encuentran platos que pueden ser catalogados como típicos, tradicionales, ancestrales y populares. La primera categoría, la comida *típica*, corresponde a aquella oferta que de manera intencional se encuentra articulada con el turismo tradicional que se viene desarrollando en la región y es recurrente en la oferta. Se compone de aquellos platos que se ofrecen en los distintos restaurantes que se ubican por las carreteras del departamento y en los municipios dentro de la denominación común de “comida típica santandereana”. Dentro de ella se encuentran, por ejemplo, el cabro con pepitoria, la carne oreada y la sobrecarriga. En muchos de los restaurantes en donde se ofrece este tipo de comida, las preparaciones, los ingredientes y la acción de cocinar han perdido su significado tradicional, volviéndose simplemente una mercancía más. En otras palabras, los productos empleados en su preparación y disposición han perdido su relación con las personas y con el territorio.

Las preparaciones *tradicionales* corresponden a los platos que son elaborados a partir de un conocimiento especial que se ha transmitido de generación en generación, que tiene un sentido de pertenencia para los individuos y para el colectivo que lo elabora, y que no necesariamente se encuentra en la oferta de restaurantes. Son platos originados a partir del sincretismo culinario propio de la región y que se reconocen como parte de la identidad actual de los habitantes del lugar, como puede ser el caso del ajiaco santandereano, una sopa de ruyas o una cazuela de pisco. Por ejemplo, el tamal santandereano se elabora

a partir de una técnica de cocción netamente indígena: cocinar la masa de maíz en hojas. Sin embargo, actualmente se emplean hojas de plátano, que no son comunes, y a los tamales se les adiciona proteína de animales que no habitaban el continente americano antes de la llegada de los españoles. También llevan garbanzo, una especie domesticada en el continente asiático.

Por otro lado, la cocina *ancestral* se identifica gracias al vínculo que tienen las técnicas y los ingredientes empleados en la elaboración de los platillos con las poblaciones nativas de la América. En esta categoría, el ingrediente más representativo es el maíz. De acuerdo con las investigaciones arqueológicas, la domesticación de esta planta data de hace más de 7 000 años AP y ocurrió en el Valle de Tehuacán, en Centroamérica. Desde entonces ha sido aprovechada por las comunidades indígenas de toda América, incluyendo a las que habitaban el territorio santandereano.

De la transformación del maíz se pueden obtener arepas, bebidas fermentadas y sopas. Actualmente, es casi imposible encontrar en Santander preparaciones que sean netamente ancestrales. La mayoría de las recetas pueden tener como ingrediente principal un alimento ancestral o puede que se elaboren mediante una técnica ancestral, pero se han ido modificando y adaptando a los contextos contemporáneos, de tal manera que incluyen elementos que un día fueron foráneos, pero que hoy son familiares.

Por último, la comida *popular* se encuentra generalmente en establecimientos de venta informal de comida. Esta es de fácil acceso, ya que los precios son bajos

en comparación con otras preparaciones que son elaboradas en el momento de compra. Se consumen rápidamente y el horario más frecuente es por la tarde, después de las cuatro o cinco de la tarde, o en las noches. En muchos de los casos se comparten rasgos con la cocina tradicional y una de las técnicas que es usada con mayor frecuencia es la fritura, técnica que se incorpora gracias al intercambio gastronómico con las poblaciones llegadas de África en la época de la Colonia.

Desafortunadamente, estos términos para identificar la comida regional se emplean sin mayor distinción y, cuando el turista viaja, se le suele ofrecer “comida típica”. Desde la propuesta de turismo gastronómico es necesario reconocer la relación que tienen los ingredientes y las preparaciones con los territorios y con las poblaciones de las cuales hacen parte y se encargan de reproducirlas. Por lo anterior, es indispensable que las preparaciones no sean ofrecidas simplemente como una mercancía que se puede obtener en cualquier otro lugar gracias a los procesos de globalización y, por lo tanto, que se llegue más allá de la categoría de comida típica. El departamento y las poblaciones deben tener como propósito mantener el vínculo y la conexión que hacen significativa a la gastronomía santandereana. Los actores que se involucran en el sistema alimentario, es decir, los agricultores, los comerciantes de los mercados locales, los cocineros y los consumidores deben conectarse en la experiencia que se le ofrece al turista dentro del concepto “del cultivo a la mesa”.

La cocina tradicional como una experiencia de turismo en Santander

Para generar una experiencia de turismo gastronómico es preciso reconocer las características que permiten considerar la cocina santandereana como patrimonio, para así poder ofrecer una experiencia que respete la relación con la identidad y el territorio. De acuerdo con el Ministerio de Cultura (2012), las cocinas se caracterizan por lo siguiente:

1. Son el resultado de un largo proceso histórico y colectivo que resulta en un saber transmitido principalmente en el seno de la familia, de generación en generación. Cada cocina tiene su historia y su propia narrativa, así como un acervo de conocimientos y prácticas que se transmiten de manera viva y directa. La cocina se aprende haciendo.
2. Expresan la relación con el contexto ecológico y productivo del cual se obtienen los productos que se llevan a la mesa; es decir, dependen de la oferta ambiental regional y están asociadas de manera profunda con la producción tradicional de alimentos.
3. Cumplen además una función cohesionadora, ya que generan, por excelencia, sentimientos de identidad, pertenencia y continuidad histórica. Alrededor de ellas se reúnen familias, se fomentan la asociatividad y valores como la generosidad y la solidaridad de las personas.
4. Son un ámbito por excelencia —aunque no exclusivo— del saber femenino.

5. Cada sistema culinario, con sus recetas, platos y formas de consumo, remite a una tradición y a un universo simbólico particular, así como a un “orden culinario” que contiene reglas de comportamiento, prescripciones y prohibiciones culinarias, rituales y estéticas particulares. (pp. 9-10)

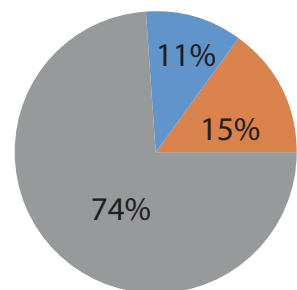
Las cocinas son maneras culturales diferenciadas, establecidas, codificadas y reconocidas, en las que los platos son los elementos constitutivos (Maciel, 2005). En ese sentido, no se trata únicamente de la degustación del plato en el momento en el que es servido a la mesa, sino que es fundamental que el turista pueda conocer el proceso histórico, colectivo y personal de lo que está consumiendo o lo que está comprando para consumir posteriormente. Así, el turista se aproxima al contexto en el cual son producidos los ingredientes principales empleados en la elaboración.

Con las encuestas y las visitas de campo realizadas por el equipo de investigación se identificaron algunos productos y preparaciones culinarias que tienen un inmenso potencial para ser aprovechadas mediante una propuesta sólida y organizada de turismo gastronómico. Eso porque el 74 % de las personas encuestadas los relacionan con la identidad santandereana (Gráfica 1), aunque todavía no se encuentren articulados al territorio como recursos turísticos.

Las preparaciones preferidas por los encuestados son las siguientes: el cabro (32 %), la arepa santandereana (14 %), la sopa de mute santandereano (12 %), la pepitoria (11 %) y las hormigas (7 %). La combinación de cabro con pepitoria (como se acostumbra a servir) fue referenciada de manera específica por el 3 % de

Gráfica 1. Asociación de las preparaciones culinarias con la identidad santandereana

¿Cree usted que ese plato que nombró representa la identidad santandereana?

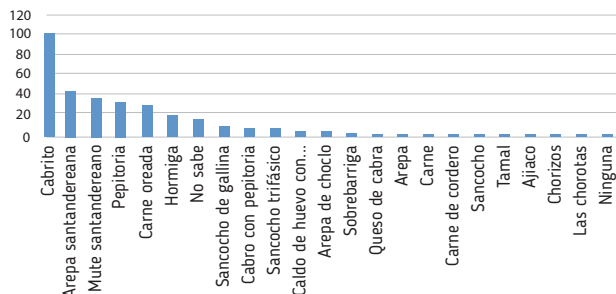


■ no ■ no sabe ■ sí

Fuente: las autoras.

Gráfica 2. Preferencias de preparaciones de la cocina santandereana por turistas

¿Podría nombrar un plato típico de la región que más le haya gustado?

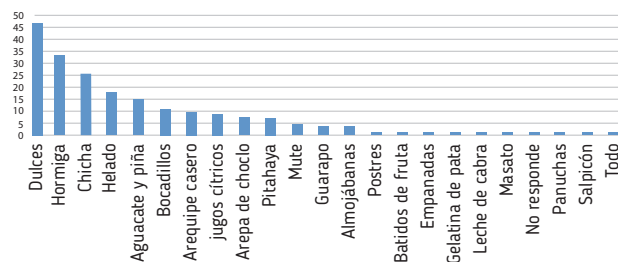


Fuente: las autoras.

los encuestados (Gráficas 2 y 3). En menor medida, y de acuerdo con conversaciones informales, también se pueden identificar la chicha de maíz, los dulces y productos específicos como la piña, el cacao, el café, el nopal, las uvas y los cítricos en general. Con todo, existen otros alimentos y preparaciones con potencial que por tiempo y espacio no fueron abordados.

Gráfica 3. Otras preparaciones culinarias con potencial en la región

¿Qué otros alimentos: frutas, bebidas, le gustaron de la región?



Fuente: las autoras.

Se identificó que, a la fecha, la gastronomía aún no es un determinante en el viaje de turismo a Santander, pues el 85 % de los encuestados por Vázquez et al. (2020) así lo afirmaron. Igualmente, a partir de la encuesta aplicada por ellos, el 90 % de los visitantes no conocen ningún tipo de ruta gastronómica, ni consideran la gastronomía como un producto turístico, pero sí se genera un interés por un posible retorno al departamento, motivado por la gastronomía. Esto posiblemente asociado a que el grado de satisfacción con la gastronomía en la visita turística al departamento se ubicó en 4,1 sobre 5,0 puntos.

Preparaciones identificadas para una ruta gastronómica



Ilustración 27. Capricultura, municipio Los Santos. Fuente: las autoras.

En el caso del cabro con pepitoria, esta preparación se encuentra disponible en restaurantes de casi todo el departamento y en cada uno de ellos su modo de preparación y su sabor son diferentes. Esto porque la elaboración de cada receta es la expresión de un conocimiento especializado, que en muchos de los casos ha sido transmitido de generación en generación al interior de las familias.

Antes de la llegada de los españoles a América no se encontraban cabros en el territorio colombiano. El primer registro que hace relación a este animal es del 27 de julio de 1524, día en el que Rodrigo de

Bastidas llegó a Santa Marta con un cargamento de cabras de razas malagueña, serrana, andaluza, canaria, murciana y granadina, las cuales traían como lugar de origen España, aunque provenían inmediatamente de islas de Centroamérica.

Del cruce entre estas razas y por las condiciones medioambientales de los lugares donde habitaron, se generaron las razas sabanera y santandereana (Ilustración 27). Esta especie se adapta fácilmente a condiciones rústicas, no requiere suelos muy fértiles por lo que puede subsistir con una alimentación a base de forrajes. Su habilidad para trepar en las

rocas y la austeridad de su alimentación le facilitaron la adaptación a la región del Chicamocha, donde la planta de orégano se volvió su fuente principal de alimento, que además le proporcionó un sabor aromático a su carne. Debido al bajo riesgo financiero y los bajos capitales de inversión, numerosas familias santandereanas viven de la cría de este animal.

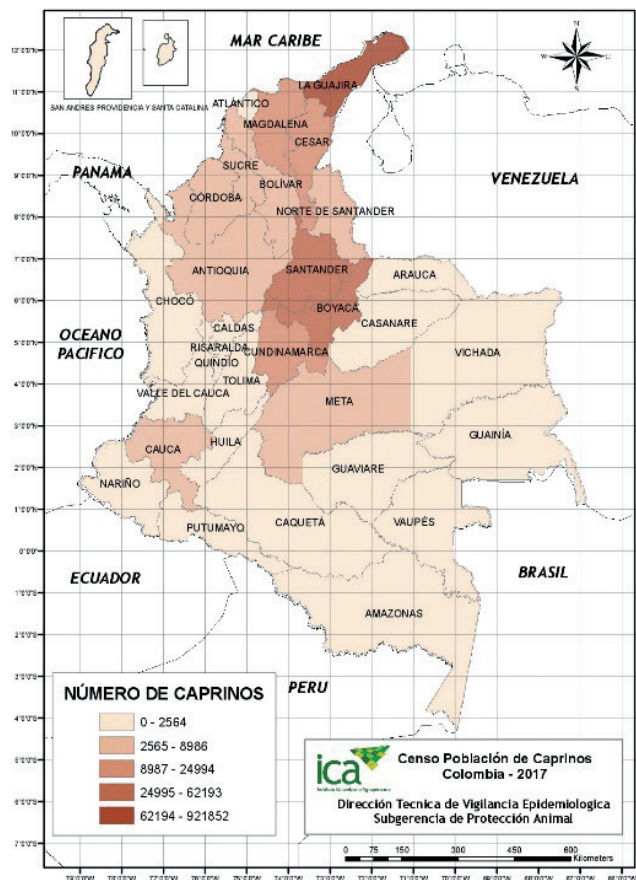


Ilustración 28. Mapa de distribución caprina en Colombia. Fuente: ICA (2017).

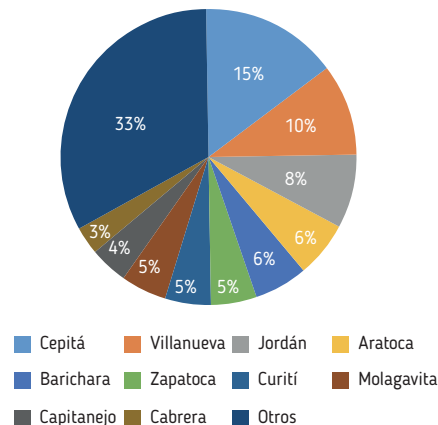
Tabla 2. Total de caprinos en los seis primeros municipios de Santander

# EN EL DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	TOTAL CAPRINOS 2017
1	SANTANDER	CEPITÁ	9.000
2	SANTANDER	VILLANUEVA	6.000
3	SANTANDER	JORDÁN	5.000
4	SANTANDER	ARATOCA	4.000
5	SANTANDER	BARICHARA	4.000
6	SANTANDER	ZAPATOCA	3.200
			31.200

Fuente: ICA (2017)

Gráfica 4. Porcentaje de caprinos por municipio en Santander

Porcentaje de caprinos por municipio en Santander



Fuente: ICA (2017)

Para el año 2017, Colombia registraba 1 140 466 animales caprinos en todo el territorio nacional, con una población concentrada en el departamento de la Guajira. Allí, de acuerdo con el ICA (2017) se contabilizaba el 80,3 % de la población censada, seguida por Santander con el 5,45 % (Ilustración 28)⁸. El departamento de Santander era uno de los mayores productores de esta especie (Tabla 2) y ocupaba el segundo puesto con 62 193 cabezas, solamente después de la Guajira.

El 49 % de esta producción se concentra en seis municipios, de los cuales tres hacen parte de la ruta propuesta: Cepitá con el 14 %, Villanueva con el 10 %, Jordán con el 8 %, Aratoca con el 6 %, Barichara con el 5 % y Zapatoca con el 5 % (Ver Tabla 2- Gráfica 4).

Ejemplares de entre ocho meses y un año son los empleados para preparar uno de los platos emblemáticos del departamento. Para sacrificar el cabro, adobarlo y cocinarlo, se deben conocer muy bien las técnicas y los procedimientos a seguir, los cuales tienen sus tiempos y modos característicos. Si alguien no sabe sacrificarlo “correctamente”, este quedará con “berrinche”⁹, que le da un sabor muy fuerte y para algunos comensales es desagradable.

El cabrito suele ser adobado con diversas especias y con el “toque secreto” que cada cocinero le da. Luego, pasa a las ollas de restaurantes y de casas de familia, y se consume principalmente en días festivos. Tras haberlo condimentado, se pone a cocinar durante

tres horas aproximadamente, se le adiciona pan tostado y color, y se dispone a la brasa o al horno. En Barichara, el cabro se prepara asado u horneado, y se acompaña con pepitoria. La pepitoria que allí se prepara tiene la característica de no incluir la sangre ni otros ingredientes como papa o alverja; únicamente se emplean las vísceras del cabro para su elaboración. A nivel departamental se ven variaciones que responden a gustos contemporáneos o a restricciones alimentarias adoptadas por religiones que se han comenzado a practicar desde el siglo XX en la región.

Con la Ruta Gastronómica, el turista puede encontrarse con una experiencia de aprendizaje y de placer en la cual conoce la historia y las características del animal, la forma de producción caprícola a pequeña y mediana escala en la región; al mismo tiempo puede apreciar el paisaje del cual es propio este animal y luego entender que un plato de cabrito con pepitoria es mucho más que sabores nuevos. Este plato representa parte de la identidad departamental, tanto así que hasta los ciclistas son apodados en honor a él (Hernán Buenahora es conocido como El Cabrito de Barichara).

De igual manera sucedería con la chicha tanto en Barichara como en el corregimiento de Guane, que es donde se vende la mejor de la zona. Marta Granados (2017) afirma que la chicha es parte de la tradición del municipio: “La gente dice que venir a Guane y no tomar chicha es perder el viaje” (Granados, 2017).

La chicha que se elabora en esta zona del departamento es una bebida a base de la fermentación del maíz. Sin embargo, también hay variedades elaboradas a base de tubérculos y de frutas. En el periodo

⁸ Para el año 2020, el departamento de Santander bajó al quinto puesto en producción caprícola, representando el 2,9 % de la producción nacional.

⁹ Almizcle característico de los machos sin castrar.

prehispánico, la técnica de elaboración se basaba en mascar los granos y escupirlos en una múcura. Actualmente, su receta consiste en primero moler el grano (los indígenas realizaban este procedimiento mediante el uso de metates o piedras de moler, luego se pasó a emplear molino de mano y actualmente hay quienes obtienen la harina mediante el uso de molinos eléctricos industriales¹⁰), luego se humedece la harina de maíz con agua, se cubre con una tela y se deja reposar por un día. Posteriormente, se porciona la masa y se pone en los ameros de maíz, de la misma manera como si se fueran a elaborar ayacos o envueltos, y se cocina en agua hirviendo durante aproximadamente ocho horas. En la piedra de moler se maceran los ayacos hasta tener una masa homogénea. Luego se cuele en una tela; el líquido se deposita en una vasija de barro; se le adiciona la panela y se deja fermentar por uno, dos o tres días, de acuerdo con el gusto.

La bebida típica de Guane es la Chicha. Para prepararla y que esté al punto se echan cuatro días. Toca cocinarla, la masa primero, mojarla un día antes y luego cocinarla, resobarla y luego colarla en el colador de tela, luego fermentarla, se deja hasta meterla al refrigerador a enfriar. (Marta Granados, 2017)

Para muchas comunidades indígenas andinas la chicha ha tenido funciones tanto de alimento como simbólicas y espirituales, ya que era parte de la dieta básica, pero también servía como catalizadora de estados anímicos individuales y colectivos (Restrepo Llanos y Cifuentes, 1994). De acuerdo con los cronistas, los guanes usaban esta bebida tanto para funerales

como para matrimonios. Hay evidencias de que el ejército de Martín Galeano también la consumió. Sin embargo, hacia finales del siglo XVII y comienzos del XIX la chicha se salió del contexto exclusivamente indígena y comenzó a ser popularizada en los contextos mestizos y de esclavos negros (Pico, 2012). Las chicherías se consolidaron como espacios importantes para la socialización.

A pesar de los proyectos institucionales que han intentado acabar con la elaboración y el consumo de chicha artesanal, y a la poca importancia que representa para las nuevas generaciones esta bebida ancestral, varias familias han decidido no dejar perder la tradición que ha hecho parte tanto de las fiestas como de la vida cotidiana de los habitantes actuales de la zona. Respecto a esto, y de acuerdo con Álvaro Aguilar Castellanos (2011), el municipio de Barichara emitió un decreto en el año 2005 para declarar la chicha como Patrimonio Cultural Inmaterial del municipio:

Por medio del cual se crea un patrimonio cultural inmaterial para el municipio de Barichara Santander, el concejo municipal, en uso de sus atribuciones legales y constitucionales y en especial las conferidas por la ley 136 de 1994 y considerando: que el municipio de Barichara no posee un producto que culturalmente lo identifique a niveles externos, que culturalmente e históricamente Barichara ha tenido como bebida tradicional la chicha, la cual identifica a nuestra región desde tiempos de nuestros antepasados, los indios guanes como descendientes de los chibchas, que se hace necesario crear un patrimonio cultural inmaterial como complemento de nuestros platos típicos y como herencia conservada de identidad; que se ha promocionado a nivel literario, en diversos escritos siendo popular,

¹⁰ Estos objetos se pueden apreciar en el Museo Arqueológico Regional Guane.

sin que hasta la presente se muestre como producto autóctono de algún pueblo específico. Se acuerda: adóptese la chicha como patrimonio cultural inmaterial de Barichara, copia del presente acuerdo será enviado al Ministerio de Cultura y la UNESCO como entidades que reconocen el patrimonio cultural de nuestra nación y de la humanidad respectivamente, firmado por concejales y alcalde el 12 de diciembre de 2005. (pp. 398-400)



Ilustración 29. Venta de chicha en Guane.
Fuente: las autoras.

Tanto en Barichara como en Guane el turista puede encontrar distintos lugares en donde disfrutar de un delicioso vaso de chicha (fresca o suave, según el gusto). Pero, de acuerdo con las visitas realizadas, aún no hay forma de acceder a una experiencia que lo transporte histórica, étnica y espacialmente a su proceso (Ilustración 29). Para generar una propuesta de turismo gastronómico se sugiere incluir visitas a cultivos de pancoger, en donde se evidencie la importancia que ha tenido el maíz para las poblaciones

indígenas que habitaron el territorio y para los habitantes mestizos. Para ellos tiene un valor simbólico especial en la actualidad. Además, la zona en mención tiene una riqueza arqueológica considerable que sirve para la construcción de guiones para el turismo. Igualmente, se recomienda la capacitación de guías y vendedores sobre el papel desempeñado por esta bebida en las distintas etapas históricas de la región y del país.



Ilustración 30. Envueltos de mazorca elaborados en la zona rural de Barichara. Fuente: las autoras.

Por otro lado, estas visitas a la zona rural del municipio también permitirían conectar el maíz con las otras preparaciones representativas de la región, que tienen este grano como ingrediente principal, como, por ejemplo, las arepas de maíz pelado, las arepas carisecas, los envueltos (Ilustración 30), también llamados molidos, los tamales y las sopas como el mute; y de la mazorca tierna hay mazamoras y arepas, productos que pueden acompañar un delicioso vaso de chicha.

Otra de las preparaciones de mayor reconocimiento a nivel regional es la arepa santandereana. Santander es reconocido a nivel nacional por la elaboración de esta arepa de maíz pelado, también conocida como arepa amarilla. Esta preparación únicamente se hace en esta región y transporta al comensal a un viaje de sabores y texturas.

La arepa tiene un origen indígena. Existen registros del año 1544, cuando se evidenciaba el consumo de arepa por parte de buceadores de perlas indígenas en la Guajira. Cieza de León también registró lo siguiente: en los pueblos indígenas “se hace el mejor y más sabroso pan de maíz que en la mayor parte de las Indias, tan gustoso y bien amasado, que es mejor que alguno de trigo que se tiene por bueno” (Ponce de León, 2005, p. 144). Los guanes la llamaban tajitafun, pero, al igual que la mayoría de los platos que componen la cocina tradicional colombiana de hoy en día, esta es el resultado de un proceso de sincretismo culinario. Para el caso de la arepa santandereana, eso se ve expresado en la inclusión de ingredientes como la mantequilla, el queso y el chicharrón.

Los campesinos de la región también la incluyeron como parte fundamental de la dieta de los “seis golpes”: era consumida al desayuno, a la media mañana o por las tardes. La arepa los acompañaba en las largas jornadas de trabajo lejos de sus casas, ya que se conservaba muy bien a temperatura ambiente.

Para la elaboración de esta arepa se debe poner el maíz amarillo a remojar en agua con ceniza. Posteriormente, se cocina hasta que el grano obtenga una consistencia blanda. Luego se procede a lavar muy bien para retirar la cáscara que recubre los granos

y retirar los excesos de ceniza que puedan quedar en los mismos. Seguidamente, se procede a moler el maíz ya pelado¹¹ y se le puede adicionar yuca. A esta mezcla se le agrega mantequilla y los chicharrones de cerdo, y se amasa muy bien para lograr una masa homogénea y fácil de manejar. La técnica que se emplea se denomina técnica de restregado, la cual consiste en apretar y romper la masa contra la mesada incorporando e integrando elementos. Finalmente se arman las arepas y se ponen a cocinar en un tiesto de barro o su equivalente moderno: una plancha.

Sobre la técnica, es necesario recordar que “amasar implica dejar un poco de sí en cada comida, significa conectarse con el alimento o con quien lo consumirá. Por eso, cuando se prueba una arepa no solo se consumen sus ingredientes, sino el sentido colectivo de existencia” (Quiroga Dallos, 2016, p. 34).

Desafortunadamente, el proceso de la elaboración de esta arepa hoy está en riesgo de pérdida. Los jóvenes no se toman el tiempo para transformar la masa y prefieren comprar el pan elaborado con harina de trigo de forma industrial. Sin embargo, la disminución del consumo y de la elaboración de arepas no radica exclusivamente en la industria panadera, sino que es una respuesta a la dinámica poblacional de los centros urbanos en donde los espacios habitacionales se van reduciendo y ya no se puede tener una máquina de moler. Por eso, la competencia también ha generado que, como respuesta, se hayan creado fábricas de arepas tanto de maíz pelado como de maíz trillado, para lograr posicionar la arepa santandereana

¹¹ En otras regiones del continente, como por ejemplo México, al maíz pelado se le denomina maíz nixtamalizado.

en el mercado y continuar reproduciendo su consumo. Es así como, además de los mercados de grandes y medianas superficies donde se pueden encontrar paquetes de a 5 o 10 arepas ya listas para asar, es posible encontrarlas en las plazas de mercado de cada municipio.

Actualmente, en todos los restaurantes de comida tradicional de los municipios de la ruta gastronómica se ofrece la arepa santandereana. Es un excelente acompañante para el desayuno, junto al caldo con huevo, el caldo con costilla, el tamal o incluso con unos huevos. También es la preferida a la hora del almuerzo para combinar con el sabor de las carnes más características de la región. Actualmente, en algunos municipios de la ruta, como es el caso de Barichara, los cocineros y cocineras han optado por innovar, haciendo preparaciones extranjeras como la hamburguesa, pero reemplazan el pan por arepa de maíz pelado.

Productos agrícolas para una ruta gastronómica

En la zona en la que desarrolló esta investigación también fue posible evidenciar el caso contrario a lo expuesto con la chicha anteriormente. Pequeños y medianos agricultores cuentan con cultivos de piña y de aguacate altamente organizados, pero sus frutos no son aprovechados para la elaboración de preparaciones culinarias. Generalmente, estos productos se venden al mercado nacional sin ningún tipo de transformación. La excepción hallada es la de un joven santandereano, Robert Alonso Neira, quien en Villa-

nueva hace helados de distintos sabores como piña, aguacate, yuca, mandarina, uchuva, maracuyá, tamarindo, guanábana, breva, vainilla, caramelo, arequipe, coco, nata, y otros menos comunes como corozo, chontaduro, borojón, grosella, corola, yuca, guarapo y chicha.



Ilustración 31. Cultivos de piña, Villanueva.
Fuente: las autoras.



Ilustración 32. Vivero de aguacates, San Vicente de Chucurí. Fuente: las autoras.



Ilustración 33. Cultivo de aguacate, Villanueva.
Fuente: las autoras.



Ilustración 34. Venta de aguacate, San Vicente de Chucurí. Fuente: las autoras.

Allí y en San Vicente de Chucurí, el turista puede visitar las plantaciones de aguacate y piña y probar los productos “directamente de la tierra” (Ilustraciones 31 a 34). Los sabores son inigualables, pero la experiencia

se enriquecería considerablemente y sería mucho más atractiva si se le ofreciera al turista la posibilidad de deleitar preparaciones culinarias que se generaran desde la población como tal. Un caso de ello podría ser el guarapillo de frutas, ya que el guarapo es una bebida popularizada en el departamento y que se asocia con las largas jornadas laborales bajo el sol. También podría transformarse la piña en dulces y mermeladas, y el aguacate en mayonesa. Así lo prepara para el autoconsumo Abdón Vesga, en San Vicente de Chucurí. También, se podría ofrecer al turista todo tipo de preparaciones a base de estos dos productos en las fincas o en establecimientos comerciales en el casco urbano. Por ejemplo, con la piña se pueden elaborar ensaladas, salsas para carnes, postres, tortas, comidas rápidas (empanadas, pizzas), bebidas como jugos, licores y cócteles. Así mismo, el aguacate puede ser aprovechado en otros ámbitos fuera del mundo culinario, como por ejemplo en la elaboración de productos para el cuidado de la salud, en particular de la piel y el cabello, lo que permitiría en algún momento plantear una experiencia de turismo de bienestar.

Café y cacao. Dos granos de sabor inigualable

En el caso del cacao y del café encontramos que el departamento ofrece experiencias exitosas en las que el turista disfruta de una agradable y enriquecedora vivencia de turismo gastronómico. El primer departamento de Colombia que se dedicó a la producción de café fue Santander. Para finales del siglo XIX este departamento producía el 80 % de la

producción nacional. Sin embargo, por las dinámicas de la economía nacional y la coyuntura política, la producción fue migrando hacia lo que se reconoce como El Eje Cafetero.

Aun así, hoy son miles las hectáreas que son destinadas a la producción de este fruto y para los santandereanos continúa siendo parte de los productos que los representan a nivel nacional. “El perfil de taza en Santander ofrece un elixir de notas dulces, herbales y con aroma a almendra; en algunos casos especiales se siente la fragancia de los trapiches, de acidez media alta, cuerpo bajo y sabor suave”, afirma Ruth Lily Barrera (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015), especialista santandereana en la bebida del café.

Por ejemplo, la Hacienda El Roble, ubicada en la Mesa de Los Santos, es reconocida por haber producido el café mejor pagado de Colombia: recibió USD130 por libra en el año 2013 y se posicionó como el tercer café más caro del mundo. Como dijimos antes, en esta finca se producen principalmente tres variedades de café: caturra, bourbon y típica, bajo estándares internacionales de producción orgánica. Esta hacienda se ha preocupado por conservar y fortalecer el ecosistema del que hace parte, y gracias a ello en las 300 hectáreas que la componen conviven más de 20 especies de murciélagos y más de 150 especies de aves (Ilustración 35). Por esto obtuvo el certificado *Bird-Friendly del Smithsonian’s Migratory Bird Center*.

El “Coffee Tour” se desarrolla en este lugar. Este consiste en un tour guiado en el que se le enseñan al visitante las principales variedades existentes de plantas de café que son empleadas para la elaboración de la



Ilustración 35. Senderos por las plantaciones de café de la Hacienda El Roble. Fuente: las autoras.

bebida emblemática nacional. Las plantas que puede ver el turista son tanto usadas para comercio como para competencia en la búsqueda de las mejores tazas de café.



Ilustración 36. Proceso de secado del café.
Fuente: las autoras.



Ilustración 38. Cata de café. Fuente: las autoras.



Ilustración 37. Selección de café. Fuente: las autoras.

En este tour, después de recorrer la plantación, el guía conduce al turista hasta la planta donde se realizan los procesos de despulpe, secado y selección del café. Posteriormente, un experto catador le enseña a realizar la cata de distintos tipos de café producidos en la finca (Ilustraciones 36 a 38). Además del servicio de “Coffee Tour”, la Hacienda El Roble ofrece sus instalaciones para distintos tipos de eventos, alojamiento, paseo en jeep safari con avistamiento de aves y servicio de restaurante. Al finalizar la visita, el turista puede dirigirse a la tienda de la empresa donde podrá degustar la variedad de café de su preferencia (Bourbon, Caturra, Moca, Geisha, Umpalá, Típica o Wush-Wush) frío o caliente, elaborado con el método que elija, y acompañarlo con algún pasabocas de sal o un postre. Allí mismo, el visitante puede adquirir café molido o en grano, y puede llevárselo como regalo o como recuerdo de uno de los mejores cafés gourmet que tiene el país. Así se le ofrece al turista una experiencia completa de turismo gastronómico.



Ilustración 39. Inicio del desfile del Festival del Cacao.
Fuente: las autoras.



Ilustración 40. Trajes elaborados con las hojas de la planta de cacao. Fuente: las autoras.



Ilustración 41. Carro con decoración alusiva al cultivo del cacao. Festival del Cacao 2017. Fuente: las autoras.

Al desplazarse un poco más hacia el nororiente, el turista se encontrará con el municipio de San Vicente de Chucurí, el mayor productor nacional de cacao. Para los habitantes de este municipio el cacao es un producto que simboliza la identidad. Junto a la Iglesia,

en el Parque Principal, se encuentra ubicado un monumento a una mazorca de cacao. Los campesinos han creado danzas y canciones que homenajean la labor y la relación existente con este fruto. En el mes de agosto se realiza el Festival del Cacao, evento en el que se puede disfrutar de danzas y canciones, y productos como obleas, galletas, licores, chocolate de mesa, chokolatinas y bombones elaborados a partir de este fruto por los campesinos y emprendedores locales. En esta festividad también se puede ver la importancia que tiene la vestimenta, las herramientas, la casa Elba¹², y la forma de expresarse y de relacionarse para los chucureños (Ilustraciones 39 a 41).



Ilustración 42. Recorrido guiado por finca cacaotera.
Fuente: las autoras.

En inmediaciones del Plan Nacional Serranía de los Yariguíes, las incontables plantas de cacao que se ven a lo largo de los caminos y las carreteras hacen que el paisaje ofrezca color naranja, rojo, amarillo, blanco y verde dentro de sus diversas tonalidades. Los recorridos por las plantaciones son la mejor forma para que los visitantes, en la mayoría de los casos ciudadanos, conozcan el proceso de siembra, las etapas de desarrollo de las plantas, el control de enfermedades, la recolección de los frutos, los procesos de desengrullado (extraer los granos de la mazorca), el secado, la fermentación y, en sí, el origen de uno de los dulces más apetecidos en el mundo entero: el chocolate (Ilustración 42 y 43). Por supuesto, el recorrido garantiza estar dentro de los parámetros de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente. Así lo afirma Mary Acevedo (2017):

Nosotros somos una empresa. Chocolate San Jorge, que saca producto terminado y la materia prima la produce la finca, basados en tres principios fundamentales que son la sostenibilidad, rentabilidad, productividad, entorno a algo central, buscamos ser amables y responsables con el medio ambiente, elaboramos abono orgánico para las plantaciones, no se trabaja con químicos ni aditivos, desde la planta hasta el proceso final sea orgánico; también elaboramos productos chocolate de mesa, chokolatina, caramelo para hacer chocolate, una harina con chocolate llamada Chucula, trabajamos el sabajón y también el café.

Al finalizar la visita a la plantación, los turistas pueden conocer algunos de los procesos que se emplean para transformar la materia prima en chocolate de mesa, caramelos de chocolate, sabajón de chocolate, chucula y chokolatinas, entre otros, y finalizan con

¹² Pasera o plataforma techada en donde se disponen las semillas de cacao para su secado y su posterior fermentación. Se construye en la parte superior de las casas campesinas o en otra estructura, y tiene mecanismo corredizo para poder acceder a las semillas y esparcirlas o recogerlas con frecuencia.

una deliciosa taza de chocolate caliente acompañada con queso y pan.



Ilustración 43. Productos a base de cacao para la venta. Chocolate Don Jorge. Fuente: las autoras.



Ilustración 44. Chocolatería elaborada en San Vicente de Chucurí. Fuente: las autoras.



Ilustración 45. Obleas con arequipe de chocolate, nutela de chocolate y salsa elaborada con mucílago de cacao. Fuente: las autoras.



Ilustración 46. Artesanías de San Vicente de Chucurí. Fuente: las autoras.

En la cabecera municipal se encuentran ubicados varios locales comerciales en los que el turista puede comprar los productos comestibles que se elaboran a base de cacao, entre los que se incluye la transformación en chocolatería fina, y también las artesanías elaboradas con los subproductos del cacao o con otros materiales, pero que de manera creativa hacen alusión a él (Ilustraciones 43 a 46).

Con el fin de que las propuestas de turismo gastronómico que se generen en la región no pierdan la conexión con la cultura y se vuelvan simplemente una dinámica más del mercado, es necesario que los agricultores, los procesadores, las plazas de mercado, los mercados locales, los restaurantes, los cocineros y los portadores de las tradiciones culinarias se articulen y trabajen de manera conjunta. Gracias a ello se podrán proponer estrategias de desarrollo rural que paralelamente contribuyan al fortalecimiento de la cultura.

En esta cadena de valor, los agricultores le dan el sentido a los productos que son la materia prima para las preparaciones. Ellos son quienes de primera mano conocen la relación con el ecosistema, saben con exactitud cuáles son las fases de la luna que son más adecuadas para la siembra y cuáles para la recolección. De la misma manera, conocen las temporadas de sequía y de lluvia que pueden favorecer a determinado cultivo. Ellos son el primer eslabón de esta cadena. Son el primer actor que interviene para obtener productos de alta calidad y para conservar las prácticas tradicionales agrícolas. Son quienes otorgan el primer significado a la tierra y a la conservación ambiental.

Nancy Bayona (2017), habitante de Barichara, llama la atención sobre la relación entre agricultores, mercado y cocina:

Rescatar la gastronomía de la región es que se le dé importancia al campesino, al que labra, que saca la yuca, la cebolla, el plátano. Aquí en las fincas se ve mucho cultivo, lo traen a la plaza de mercado y nosotros lo compramos, la gente de acá compra de acá. De hecho, es el amor y la pasión con que se cocina [lo que hace a] las buenas cocinas de Barichara.

Las iniciativas de turismo gastronómico en municipios como San Vicente de Chucurí han nacido de los mismos agricultores. Esto ha permitido tener una representatividad adecuada del entorno rural. Mary Acevedo (2017) afirma que:

Nosotros procesando el chocolate llevamos doce años, ha sido muy bonito, hemos trabajado como empresa y al constituirnos como empresa hemos cambiado como pensábamos; nosotros buscamos un turismo campesino, mantener las cosas de nuestra región, eso que la gente busque alejarse de la ciudad y escuchar los pajaritos, comerse una mandarina debajo de un árbol, buscamos incentivar esa clase de turismo.

Algunos de los agricultores venden directamente los productos obtenidos de sus tierras a las empresas transformadoras de materia prima, y otros se los venden a intermediarios para que realicen la venta por ellos. Las plazas de mercado y los mercados locales son lugares a los que deben llegar los productos de mayor calidad. El turista que busca turismo experiencial y cultural disfruta las visitas a los mercados, en los cuales puede deleitar sus cinco sentidos. Puede ver

la diversidad de colores de frutas y verduras, olerlas, saborearlas y escuchar sus sonidos, así como oír la dinámica propia de los comercios locales. Las plazas de mercado simbolizan la relación con el mundo rural, la conexión con la tierra. Allí se encuentran los sabores que representan el campo de cada territorio, y las personas que laboran en estos lugares conocen las propiedades de las frutas, los vegetales y las hierbas que venden. El papel que desempeñan no solamente es significativo para el turismo, sino que es fundamental en la medida en que permiten obtener productos de alta calidad y precios competitivos. Allí, el comprador está mucho más próximo al proceso mediante el cual ha sido obtenido el producto, gracias a la posibilidad de interacción con vendedores o agricultores.

Los restaurantes deben buscar la articulación con agricultores de manera directa y, si no es posible, comprar en estos mercados donde logra beneficiarse la economía local. La idea es que, en los restaurantes, tanto chefs como cocineros transformen los alimentos obtenidos de las prácticas agrícolas o pecuarias en platos que permiten conocer la cultura local. En el caso de Santander, si bien existe un inventario levantado por el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Regional Santander, en el que se referencian aproximadamente 500 preparaciones culinarias tradicionales, populares y ancestrales, y se estima que lleguen a unas 2 000 en todo el departamento, no todas ellas se ofrecen en los restaurantes de la región y muchas de estas ni siquiera se están reproduciendo en las casas de los santandereanos.

En los municipios visitados es frecuente encontrar restaurantes de personas que han heredado el saber culinario y han decidido explotarlo como una fuente

de ingresos. Estos establecimientos son una pieza clave en el engranaje del turismo gastronómico. Sin embargo, encontramos que las casas de los agricultores y los mismos mercados locales o plazas de mercado también pueden ofrecer platos elaborados con identidad regional para el consumo de locales y visitantes. Por ejemplo, comenta Luz Marina Vega (2017), habitante de la vereda El Salitre en el municipio de Barichara: “Nosotros pensamos hacer esto más llamativo, que vengan las personas al campo y brindarles, por ejemplo, este jugo y las comidas típicas que ya no se hacen”. Las personas que logran esa sustanciosa transformación tienen varias labores fundamentales en la práctica del turismo gastronómico y en la recuperación y reproducción del patrimonio gastronómico de la nación. La presentación de los platos, el cuidado y el respeto por las técnicas, los ingredientes y la ejecución de los sabores dependen en gran medida de ellos. Si bien la cocina, al igual que otros rasgos de la cultura, se modifican, de ellos depende que las preparaciones sean ofrecidas de la manera más asertiva para que sea una experiencia sensitivamente agradable y para que la tradición no se pierda.

Las Escuelas Taller de Artes y Oficios vienen adelantando procesos importantes de registro y transmisión de conocimientos culinarios tradicionales a nivel nacional. Barichara cuenta con una Escuela Taller que ha publicado dos libros con recetas representativas de la región y, en las formaciones, la cocina ha tenido una presencia significativa. Estos espacios también tienen servicio de restaurante en el que las preparaciones son elaboradas con productos de la región.

Esto es importante porque la propuesta de una ruta gastronómica requiere del reconocimiento de los procesos de siembra, recolección y producción de alimentos por productores locales, así como también de la comercialización a pequeña escala y su posterior transformación en preparaciones que representan la relación con el territorio y con la identidad de una región. Pero más allá del reconocimiento, es necesario trabajar en el acceso a los cultivos, la articulación de los distintos eslabones que hacen parte del sistema y trabajar mancomunadamente con el sector del turismo, ya que es primordial la capacitación de la población para atender a los turistas y ocuparse de la creación de guiones que generen experiencias atractivas, de recordación y enriquecedoras a nivel personal y cultural. Así lo afirman Barrera y Bringas (2008) al decir que “la marca de la ruta y especialmente la del alimento debe perdurar en el imaginario del consumidor asociada a las características del terruño” (p. 7).

En un orden recomendado, estas experiencias deben iniciar con un contexto histórico de la región, la caracterización agrícola, la relación de los habitantes con la región, de los campesinos con la tierra y con sus cultivos. También es importante diferenciar las formas de producción agrícola entre grandes y pequeños campesinos, el papel que desempeñan los mercados locales o plazas de mercado, y cómo son transformados los alimentos para encontrar los sabores más tradicionales que conectan a los pobladores con su territorio. De esta manera, consumir un desayuno de caldo con huevo y arepa o un almuerzo de cabrito con pepitoria, un vaso de chicha con un envuelto o un dulce, conseguiría una resignificación tanto por parte de sus productores como por parte de los turistas

en condición de consumidores. En esta propuesta, el trabajo de los distintos actores involucrados en la cadena gastronómica y los alimentos de las regiones son valorados mediante las apuestas turísticas. “Esa valorización es una vía más para aumentar la biodiversidad y la oferta manducatoria de los pueblos del mundo, ya que el turista es un incansable trasegador cultural” (Barrera y Bringas, 2008).

Finalmente, también es pertinente comenzar a aprovechar los recursos agrícolas como la piña y el aguacate, para que, más allá de elaborar preparaciones culinarias y otras como salsas y postres, se transformen en otros productos con valor agregado. Una de las opciones sería la obtención de productos cosméticos o de belleza a partir del aguacate.

CAPÍTULO IV

LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y EL
DESARROLLO RURAL COMO
PARTE FUNDAMENTAL DE LA
RUTA TURÍSTICA-GASTRONÓMICA
EN SANTANDER



Capítulo IV

La producción agrícola y el desarrollo rural como parte fundamental de la ruta turística-gastronómica en Santander

A lo largo del libro se ha venido sustentando que la gastronomía no solo puede ser vista en relación con la cocina y el cocinero, sino queremos ampliar los horizontes conceptuales e interpretativos que la definen. Por eso creemos que una parte fundamental de la ruta la constituyen las personas que labran la tierra, las que hacen posible que sucedan los siguientes procesos en la cadena gastronómica. Sin embargo, su participación ha quedado opacada por el concepto tradicional de gastronomía, el cual, en la mayoría de los casos, solo hace referencia a la cocina y al cocinero, y olvida que gracias al productor se cuenta con los elementos necesarios para elaborar esas exquisitas comidas que hacen parte de la tradición e identidad de Santander. En otras palabras, cuando de gastronomía se habla, le otorgamos al platillo terminado todo el reconocimiento como referente cultural en la formación de la identidad del santandereano, y olvidamos al productor.

En este estudio se considera importante resaltar el vínculo que existe con el productor y con los alimentos, en el entendido de que el concepto de gastronomía abarca todo el proceso, el cual inicia con el producto en su estado natural, sigue con la transformación de

él y termina en el consumidor final, quien degusta el alimento (Barrera, 2007). También, se justifica la implementación de una ruta turística gastronómica como una propuesta diferente, o por lo menos complementaria, a las hasta ahora desarrolladas en la actividad turística en el departamento de Santander. Además, se busca organizar la actividad gastronómica como atractivo turístico y resaltar el valor de los alimentos desde su estado natural, cuando el cultivador, como actor principal, tiende el puente para el procesamiento de dicho producto. El protagonismo del cultivador poco se tiene en cuenta cuando se habla de gastronomía.

Con esta visión integral del concepto de gastronomía se espera atraer diversos turistas interesados no solo en disfrutar la buena comida, sino también deseosos de vivir nuevas experiencias en una relación armónica con los ambientes naturales y el paisaje del campo santandereano. Se espera que este sea un turista que desea convivir con las familias de campesinos y productores de alimentos, conocer sus historias y vivencias, probar los productos de la tierra, su cocina y las bebidas, que representan parte de la identidad y la tradición de los lugares visitados. En suma, se buscaría recibir a los turistas que conciben la experiencia de viajar como una vivencia que profundiza en las raíces de los sitios explorados, para enriquecerse del conocimiento de la tierra, del contacto con los productos y gente del campo y de la degustación de los alimentos cuya preparación transmite una historia.

El territorio santandereano posee condiciones para la producción de alimentos, gracias a sus tierras fértiles, la variedad de climas y la gran población que vive de lo que ella genera. Santander es considerado uno de los departamentos con mayor producción agrícola para

el consumo nacional y de exportación. Se dice que es uno de los primeros productores de caña panelera, palma de aceite, piña, cacao, cítricos, guayaba y mora. Además, sus tierras producen una diversidad de frutas y verduras como chirimoya, feijoa, melón, mora, cebolla junca, ahuyama, papa, aguacate, durazno, guanábana, tomate, café y yuca (Plan Departamental de Extensión Agropecuaria, 2020-2023). Como se puede apreciar, este es un territorio con unas condiciones agrícolas muy diversas, en donde la implementación de esta ruta turística gastronómica, enfocada en resaltar la importancia de los alimentos producidos por el campo santandereano, vendría a potencializar esos productos, diversificar los ingresos en el campo y fortalecer el turismo.

La propuesta de la ruta se plantea con base en dos opciones: la primera es que los dueños de las fincas productoras de los alimentos agrícolas ofrezcan al turista los servicios de hospedaje y alimentación, y una convivencia única con el entorno al participar en las labores tradicionales de la comunidad. En este punto es preciso señalar que la mayoría de los cultivadores entrevistados están de acuerdo en atender a los turistas que visiten sus tierras y brindarles hospedaje en sus fincas y parcelas. Sin embargo, no todos cuentan con las condiciones necesarias para ofrecer un buen servicio, especialmente en aquellos espacios más alejados de los centros urbanos. Por lo tanto, se requerirá de una importante inversión si se opta por esta opción. Por otro lado, también se observó que varios de los cultivadores de cacao en San Vicente de Chucurí se están organizando entre ellos para ofrecer el servicio de recorrido y hospedaje en sus fincas cacaoteras, lo que indica que ellos también lo ven como una buena opción.

La idea es que este tipo de turismo se convierta en un complemento de ingreso para los habitantes de la región, que contribuya a reducir el nivel de pobreza a través de una mayor participación de la población en las actividades turísticas. Creemos que esta es una propuesta cercana a lo que se llama turismo rural, del que Millán y Agudelo (2010) señalan que debe ser considerado un instrumento primordial para lograr el desarrollo de aquellas regiones en donde el desequilibrio socioeconómico sea evidente. Una forma de disminuir ese desequilibrio es diversificando las rentas y las actividades generadoras de ingresos de la población rural, y en este caso la actividad del turismo podría cumplir esa tarea. Aquí se propone un turismo enfocado en el turismo rural, local y comunitario, que verdaderamente aporte al desarrollo de las comunidades locales, y que sea la propia comunidad campesina y local la que se encargue de operarlo a partir de la realización de diversas actividades que tengan como fin único la verdadera convivencia con el mundo rural (Thomé, 2008).

La segunda opción es que los dueños de las fincas ofrezcan solamente el servicio del recorrido por las plantaciones y la degustación de los productos, y lo concerniente al hospedaje quede en manos del sector hotelero, como ya se viene realizando en algunas fincas de la región. Si se sigue esta última línea, se propone que esos recorridos estén organizados de tal forma que no solo el dueño de las inmensas extensiones de tierras cultivadas tenga la oportunidad de ofrecerle el servicio al turista, sino también aquellas familias que cuentan con pequeñas propiedades cultivadas. La idea es proponer acciones más inclusivas en las que todos, grandes y pequeños cultivadores, puedan hacer parte de la ruta y ofrecer sus

productos como parte de los atractivos del recorrido. De esta forma se exaltaría el turismo rural y gastronómico como una actividad de carácter territorial, con la que el turista entra en relación directa con las personas, su organización social y cultural, sus vínculos interinstitucionales y con el medio ambiente (Pérez, 2010).

En el diseño de esta ruta cabe la posibilidad de incluir a todos los actores involucrados en la cadena de producción de la gastronomía y del turismo. Se debe pensar que habría que establecer lazos de cooperación entre los sectores: los productores agrícolas, los empresarios del sector hospedaje, alimentación y transporte, el sector de la agroindustria, organizaciones locales y los turistas que visitan estas poblaciones. Esto para que se pueda ofrecer un servicio integral con el que el visitante cubra todas sus necesidades.

En las salidas de campo del proyecto se logró recoger algunas de las voces de esos sectores a través de entrevistas y encuestas. En ellas se resalta su percepción sobre la problemática que vive el campo santandereano y las personas que laboran en él, así como sobre los intereses de un nuevo turismo más activo. Esas problemáticas podrían tener alguna salida si se logra, a través del fomento de un turismo rural gastronómico, valorizar la producción agrícola y su importancia para la cocina santandereana.

Partiendo de la idea anterior, el objetivo central de este capítulo es estudiar la situación del campesino y el estado de la producción agrícola en Colombia y Santander, para sustentar cómo el proyecto de la ruta turística podría impactar de forma positiva en el desarrollo rural y beneficiar a muchos campesinos

para quienes ya no representa gran utilidad cultivar la tierra, pero sí su identidad. También se quiere con esta propuesta generar alternativas de ingreso para el campesino y fomentar la producción agrícola mediante la puesta en marcha de una ruta turística gastronómica con la que el visitante recorra las fincas productoras de algunos de los alimentos agrícolas con mayor presencia en los espacios por los cuales se trazó el itinerario. Todo sin perder de vista que “El turismo no debe ser la principal fuente de rentas de las zonas rurales, pero sí una fuente generadora de ingresos complementarios para los habitantes rurales” (Millán *et al*, 2011, p. 121)

Para lograr dicho objetivo, la metodología seguida en el desarrollo de este texto estuvo en función de la consulta de diversos documentos oficiales y publicaciones académicas en las que se aborda el problema de la producción agrícola y la situación de las personas que cultivan la tierra en la región de Santander y Colombia. Esa información se complementó con la proporcionada directamente por algunos de los cultivadores y propietarios de esas tierras, ubicadas en los municipios de influencia de la ruta. De igual forma, se incluyeron en el análisis algunos de los datos suministrados por los turistas a través de la encuesta aplicada en cada municipio, con el fin de generar un cruce de información proveniente de los mismos actores a los que impactaría la propuesta. Con ello, se busca fortalecer el argumento de la necesidad de generar e implementar estrategias como la aquí planteada, enfocada al beneficio de los sectores y los actores que intervienen en la producción agrícola y turística en la región.

El estado de la producción agrícola en Colombia

Para lograr dimensionar la importancia o el impacto de la Ruta en la parte rural, es necesario analizar el estado de la agricultura en Colombia, ya que este sector juega un papel decisivo en los objetivos de la ruta gastronómica que aquí proponemos. Conocer la situación actual y el futuro del agro permitirá mostrar la viabilidad y la sustentabilidad del proyecto, ya que el enfoque gastronómico propuesto toca puntualmente la producción agrícola y el impulso que el turismo le puede aportar. En el recorrido se han incluido cinco productos del campo santandereano que, según las observaciones y las consultas realizadas por los integrantes del proyecto, tienen grandes posibilidades de seguir creciendo y fortalecer su producción. Ellos son el cacao, el café, la piña, el aguacate y el maracuyá, aunque también hay otros frutos como el frijol y los cítricos (mandarina, limón y naranja) que últimamente han incrementado su producción en la región. A través de esta ruta turística enfocada en el proceso gastronómico del deleite y el conocimiento de estos productos del agro santandereano, se espera impulsar su cultivo y que más familias amplíen sus ingresos derivados de esta actividad, complementada con la actividad del turismo.

No es un secreto que la mayoría de la población campesina en el sector rural colombiano posee una baja calidad de vida causada por la falta de disponibilidad de tierra, de servicios básicos apropiados, de educación y salud de calidad, de infraestructuras, crédito, entre otros. La poca atención que hoy se le presta a este sector es el reflejo de la actual situación

en la que, de los 22,1 millones de hectáreas destinadas para el uso agrícola en Colombia, solo se utilizan 5,3 millones. Es decir, únicamente se emplea el 24,1 % del potencial (Perfetti y Cortés, 2013, p. 28).

El campo colombiano en los últimos años ha sido impactado por una disminución de la población de las áreas dedicadas al cultivo de la tierra. Tal como lo señalan Baribbi y Spijkers (2011), “hace 50 años la relación entre productor y consumidor era de dos a uno, hoy en día es de uno a seis. Para el 2030 se puede prever que esta relación será de uno a diez” (p. 6). Esta problemática repercute directamente en el incremento de la desigualdad y la pobreza, constituyéndose en la realidad social y económica de buena parte de la población campesina y rural. La mayoría de las familias rurales viven en condiciones de pobreza o de pobreza extrema y no tienen acceso a servicios de calidad, factores que han contribuido a la violenta historia política del país (Baribbi y Spijkers, 2011).

Esta apreciación se sustenta en los datos brindados por El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que en el comunicado de prensa del 20 de abril de 2021 señaló que hubo un incremento de la situación de pobreza en Colombia, la cual pasó del 35,7 % de la población en 2019 al 42,5 % en 2020. Eso significa un aumento de 6,8 puntos. Al mismo tiempo, la relación entre el sector urbano y el rural en las cabeceras municipales pasó de 32,3 % a 42,4 %, y en la zona rural la incidencia de la pobreza monetaria cayó con respecto a 2019, pasando de 47,5 % a 42,9 % (DANE, 2021). No obstante, esta aparente disminución sustentada por las cifras del DANE no deja de causar preocupación, pues los datos indican muy altos niveles de pobreza en el campo. La pandemia

causada por el Covid-19 tiene gran incidencia en esta cifra, pero ello no exime la responsabilidad o, más bien, la negligencia del Estado en cuanto a la poca atención que se le brinda al campo, especialmente al pequeño productor.

En medio de este panorama es preciso destacar el papel importante que hoy juega el campo en el crecimiento económico: se trata de reconocer en la agricultura la capacidad de ejercer múltiples funciones para el desarrollo de una región. Hoy no solo se ve la agricultura en función de una actividad primaria básica, sino también a partir del conjunto de encadenamientos e interrelaciones que se establecen desde ella. Esas múltiples funciones incluyen fomentar el crecimiento económico, la sostenibilidad ambiental, reducir la pobreza y el hambre, y lograr mayores niveles de equidad y de seguridad alimentaria (Perfetti y Cortés, 2013). Se tiene pronosticado que la demanda mundial de alimento crecerá en los próximos 30 años, lo que permitiría a los países productores erigirse en grandes protagonistas, donde la agricultura podría convertirse en un pilar central del desarrollo económico (Perfetti y Cortés, 2013). Esta es una oportunidad para que en Colombia se impulse la producción de alimentos derivados de la tierra y lograr que el no uso de la tierra deje de ser un grave problema.

El inconveniente del poco aprovechamiento de todo el potencial productivo del campo colombiano es consecuencia de otro problema igualmente grave: la concentración de la tierra. Para el año 2016, el Instituto Geográfico Agustín Codazzi calculó que los predios rurales privados del país abarcaban 61,3 millones de hectáreas y estaban a nombre de 5,2 millones

de propietarios, de los cuales solo el 25 % eran los dueños del 95 % del territorio (citado por Rasteletti y Salamanca, 2020, p. 14). Por ese mismo lado, es sorprendente la cantidad de tierra concentrada en manos del narcotráfico y de los paramilitares en Colombia. Darío Fajardo (2019), citando al vicecontralor general de la nación, señaló que tal concertación alcanzaba para el año 2005 el estimado de más de 4 millones de hectáreas. No obstante, ni las normas creadas ni las grandes movilizaciones sociales que se han realizado en contra del despojo y la concentración de la tierra en Colombia han logrado modificar tal atropello contra la población rural (Fajardo, 2019). Algo muy desolador que evidencia la compleja y grave situación del campo y del campesino en Colombia es que mantener los diálogos en un proceso de paz con todos los actores del conflicto armado podría convertirse en el mecanismo más idóneo para detener este panorama de despojo, destierro y concentración de la propiedad rural; algo que todavía no comprenden o no quieren comprender los gobernantes de Colombia. Esperamos que con la llegada del presidente Gustavo Petro, esta situación cambie.

El problema que vive el campo colombiano posee varias aristas en las que los antes mencionados se constituyen en factores determinantes. Sin embargo, hay otros que de igual forma lesionan el desarrollo del agro, como la falta de créditos, el éxodo de la mano de obra, las inclemencias de la naturaleza y la especulación de los intermediarios. Las actuales condiciones que vive el agro en Colombia permiten señalar que este puede ser el momento para volver los ojos al campo, porque es ahí donde está el futuro del país y de sus habitantes.

Colombia cuenta con grandes oportunidades comerciales generadas a partir de su producción agrícola, debidas a la diversificación de productos que se dan en este territorio y a los diferentes grados de transformación que ellos poseen, lo cual favorece un crecimiento dinámico y sólido del sector agrícola (Perfetti y Cortés, 2013). Pero para explotar todas estas bondades de la agricultura es preciso que todos los actores involucrados consoliden estrategias en conjunto; que no se vea una lucha en solitario; que el Estado, la empresa privada y los campesinos trabajen enfocados hacia unos mismos objetivos.

En esta investigación se propone una opción a partir del turismo, porque vemos en la unión de estos sectores la posibilidad de impulsar el crecimiento del campo que favorecerá un desarrollo incluyente, donde las comunidades de pequeños productores también participen y logren mejorar sus niveles de ingresos y bienestar. Pero se sigue insistiendo:

En ningún caso se aboga por convertir al turismo en la principal fuente de rentas de las zonas rurales, sino a una contribución de ingresos complementarios para los habitantes de las mismas. Porque si aconteciese, lo contrario conllevaría a una alta probabilidad de saturación del medio rural, y lo que se pretende es fomentar la sostenibilidad del medio ambiente, para generar riqueza y empleo a lo largo del tiempo. (Millán *et al*, 2011, p. 116)

Para poder hacer frente a los bajos niveles de producción del campo colombiano se necesita que en los espacios rurales se impulsen nuevas perspectivas de desarrollo que tengan como fin reducir la pobreza a través de procesos de transformación productiva e

institucional. Se necesita que la agricultura asuma y siga asumiendo un papel preponderante en la economía colombiana, con las ayudas que otras actividades no rurales puedan generarle para la construcción de medios de subsistencia sostenibles. Aquí la agricultura no será vista como la única solución a la pobreza rural, sino que junto a ella se generarán actividades complementarias que, como la turística, aportarán a la solución. Esto derivaría en un nuevo papel de los espacios rurales en la generación de ingresos no agrícolas (Juárez y Ramírez, 2007). Del mismo modo, la generación de un turismo responsable puede inducir el crecimiento de las manufacturas de elaboraciones locales como vinos, conservas y jugos derivados de los productos cultivados en la zona. Se espera que el apreciar y recorrer los campos de cultivos pueda ser por sí sola una gran experiencia para aquellas personas que, agobiadas por el estrés de las ciudades, buscan nuevas opciones de turismo.

Por otra parte, es justo reconocer en este contexto la relevancia social de quienes en Colombia trabajan la tierra y producen frutas, verduras, granos y cereales, destacando que los campesinos en Colombia siguen teniendo la importante misión de producir los alimentos que se consumen en el país, pues son quienes desempeñan un papel estratégico en una apuesta de soberanía alimentaria, válido como contrapeso al proceso de globalización (Baribbi y Spijkers, 2011).

Como queda señalado, existe una gran preocupación por el panorama desalentador que hoy viven las áreas rurales en Colombia y en Santander, donde, como ya se mostrará, la zona rural también sufre una caída como consecuencia de la baja producción agrícola, del éxodo de la población en edad fértil hacia la ciudad

y la escasa inversión en infraestructuras. Desde esta perspectiva es que proponemos la actividad turística como complemento, no como reemplazo de la actividad agraria: desde la implementación de un turismo rural y comunitario donde los turistas puedan consumir los alimentos en las zonas de cultivo de origen y puedan vivir la experiencia del contacto con el campo e interactuar con los campesinos. Esta opción puede llegar a convertirse en un instrumento de desarrollo que permita no solo proteger el patrimonio rural y fomentar la identidad cultural de sus comunidades, sino también diversificar la economía y crear nuevos empleos que ayuden a detener la migración de su población a las ciudades, mejorando su calidad de vida.

El sector rural es un espacio en donde se están presentando graves problemas que atentan contra la soberanía alimentaria de la nación, porque promueven el desplazamiento de la población que cultiva la tierra y que ve por el sostenimiento del campo. Esta percepción exige asumir lo rural con mayor responsabilidad y con una mayor capacidad de intervención por parte de las políticas públicas que impacten de forma directa en la solución del problema.

Conocer la situación del campo colombiano en general permite contar con un contexto en donde insertar e interpretar la realidad rural santandereana. Lo que se vive en Santander, sus campesinos, medianos y grandes productores agropecuarios, no constituye una situación aislada, única y excepcional en Colombia, sino que más bien se relaciona, hace parte y en alguna medida se explica por lo que sucede, y cómo se ha dado, el desarrollo en el sector primario de la economía a nivel nacional.

El desarrollo rural y la producción agrícola en Santander

¿Qué pasa con la producción agrícola en Santander y en especial en los municipios incluidos en la Ruta? El panorama de los agricultores en esta región no es menos desalentador que el observado a nivel nacional, aunque hay que reconocer que existen iniciativas tanto del sector público como del privado que están generando grandes expectativas por la atención que se le está dando al campo, propiciada por las acciones que demandó la puesta en marcha de un proceso de paz que inició bien y se ha ido desdibujando. Ese es el caso de San Vicente de Chucurí, uno de los municipios que sufrió fuertemente los embates del conflicto armado y que ahora también se constituye como uno de los municipios con mayor producción agrícola del departamento. En el Plan de Desarrollo del Municipio de San Vicente de Chucurí, 2020-2023, se señala que la población rural para el año 2020 fue del 62,66 % y que posee una economía agrícola basada en el sistema productivo del cacao, con un área cultivada de 15 696 hectáreas para 2019. El cacao es reconocido como su producto estrella, por lo que orgullosamente se considera a San Vicente de Chucurí “la ciudad cacaotera de Colombia”. Adicionalmente, en este municipio sobresalen otros productos agrícolas como el aguacate, cuyo cultivo está tomando impulso con una producción de 5 567 toneladas para el 2019, y el café, los cítricos, el plátano y el maíz (Plan de Desarrollo Municipio de San Vicente de Chucurí, 2020-2023).

A raíz de los acuerdos de paz firmados en La Habana, el cacao se ha identificado como uno de los cultivos

con mayor posibilidad de ser tomado en cuenta para la sustitución de cultivos ilícitos y la generación de proyectos productivos. Así se aprecia en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia (DNP, 2014-2018). Esta iniciativa pone en la mira a Santander por ser uno de los mayores productores de cacao en Colombia. Aquí la producción de cacao tiene especial importancia porque cuenta con las condiciones de suelos y clima más idóneas (Ramírez *et al*, 2019). La siguiente cita muestra la importancia de este producto en la economía de Santander y del país:

Colombia en el año 2018 produjo 56.876 toneladas métricas de cacao, y en el 2019 la producción fue 59.665 toneladas, el departamento de Santander en el año 2018 produjo 23.575 toneladas de cacao seco, siendo el mayor productor de cacao en el país con una participación del 41,45%. En la actualidad se tiene 52.000 familias cacaocultoras en el país de las cuales 20.000 son de Santander agrupadas en 40 municipios. (Plan de Desarrollo de Santander 2020-2023, p. 140)

Se resalta en el Plan de Desarrollo de Santander 2016-2019 que el departamento cuenta con buenas condiciones agroecológicas, con una oferta climática variada y un potencial de un millón de hectáreas con vocación agrícola, lo que lo hace sumamente atractivo para el desarrollo de diversos sectores productivos y estratégicos. Se identifican, entre ellos, algunos de los productos que se incluyen en la ruta propuesta: el cacao, el café, el aguacate, la piña, los cítricos y otros como la caña panelera, la guayaba y la mora, productos que hoy poseen una alta aceptación en los mercados nacionales e internacionales. Así también quedó registrado en El Plan Departamental de Extensión Agropecuaria de Santander, 2020-2023, en

donde se resalta la alta producción de estos alimentos en contraste con los datos nacionales: cacao 40,5 %, café 6,4 %, cítricos 24,4 %, piña 21,9 %, aguacate 5,0 %. Así se aprecia de forma general en la siguiente tabla 3:

No obstante, en este horizonte alentador, la poca inversión en el campo de Santander sigue constituyéndose un grave problema. Dicha dificultad ha quedado evidenciada en el Plan de Desarrollo de San Vicente de Chucurí, 2016-2019:

La escasa inversión en el sector agrícola en los procesos de transformación de la producción primaria ha desincentivado esta actividad y la transmisión generacional del conocimiento campesino. Esto se refleja en el aumento del envejecimiento de la población rural y la salida de jóvenes y mujeres del campo, población que podría ocuparse en la generación de valor agregado a la producción. (Plan de Desarrollo de Desarrollo de San Vicente del Chucurí, 2016-2019, p. 119)

En el Plan de Desarrollo Turístico de Santander de 2012 se incluyen datos más puntuales que muestran un diagnóstico de la situación del campo en Santander. Estos siguen teniendo cierta vigencia once años después, como se puede interpretar en los datos suministrados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE en sus informes más recientes, en los que se señala que “En los centros poblados y rural disperso se evidenció que el 48,0 % de la población en este dominio se encontraba en condición de vulnerabilidad, el 42,9 % en situación de pobreza” (DANE, 2020, p.4).

En el Plan de Desarrollo Turístico de Santander 2012 se identifican los siguientes problemas relacionados

Tabla 3. Cultivos Permanentes en Santander

Cultivos de mayor área sembrada	Áreas sembradas		Producción			UPAs				
	Santander		Colombia		Santander	Colombia		Santander		Colombia
	Área (ha)	Participación en Colombia (%)	Área (ha)	Producción (Ton)	Participación en Colombia (%)	Producción (Ton)	Número de UPAs	Participación en el total del departamento (%)	Participación en el total de la cadena en Colombia	Número de UPAs
Palma africana	93.102	14,0	665.695	208.695	12.0	1.743.427	2.175	1,4	10,8	20.040
Cacao grano	55.396	27,8	199.549	22.884	40.5	56.560	15.605	10,4	17,6	88.567
Café	50.158	5,5	903.951	54.909	6.4	851.640	26.677	17,9	6,9	385.871
Piña	11.364	8,6	132.419	406.040	21.9	1.854.163	4.636	3,1	13,9	33.455
Caña Panelera	23.912	10,1	236.533	177.932	12.4	1.438.623	11.375	7,6	7,0	162.994
Plátano	18.185	3,2	562.032	181.077	2.9	6.245.788	6.866	4,6	2,2	319.155
Cítricos	21.556	22,2	97.036	306.678	24.4	1.257.826	2.669	1,8	15,4	17.347
Aguacate	5.572	8,0	69.837	24.732	5.0	490.226	3.328	2,2	8,5	39.172
Guayaba	4.578	27,4	16.731	44.200	31.4	140.845	953	0,6	7,9	12.079
Mora/ Mora andina	2.685	18,4	14.589	27.612	22.4	123.175	1.844	1,2	11,5	16.060
Fique	898	6,1	14.610	1.356	7.6	17.875	186	0,1	2,8	6.639
otros frutales / otra fruta	3.671	2,5	147.520	52.728	3.7	1.443.465	11.013	0,0	2,5	442.560
Caucho- Hevea	11.962	19,4	61.542	8.368	33.9	24.715	1.456	1,0	17,3	8.413

Fuente: Plan Departamental de Extensión Agropecuaria de Santander 2020-2023, p. 30.

con el sector rural: los conflictos del uso de suelo, la ejecución de prácticas agrícolas y pecuarias no sostenibles ni competitivas, el desarrollo de proyectos mineros de gran impacto ambiental, la tala de bosques, entre otros más. Aunado a ello, este Plan de Desarrollo Turístico también señala que es en el sector

rural en donde se localiza la población con los mayores niveles de pobreza y de necesidades básicas insatisfechas, lo cual confirma la necesidad de actuar en el sector rural con una política pública más agresiva que genere resultados reales y concretos (Plan de Desarrollo Turístico de Santander, 2012, p. 27). Para

complementar esta mirada del problema del sector rural, en la actualidad se le suman nuevos elementos conflictivos que hacen más difícil la situación. Uno de ellos es la condición resultante de la pandemia causada por la Covid-19 que ha impactado todos los sectores económicos, pero que en el campo ha dejado grandes preocupaciones por la situación de vulnerabilidad de las personas que habitan esta zona. Allí se ha incrementado la pobreza y el desempleo, y hay poco acceso a educación y salud. Prueba de ello es la situación alarmante que viven los jóvenes en el campo (El Centro de Investigación y Educación Popular-CINP, 2019) y que se evidenció en las diferentes marchas que se desarrollaron en todo el país, especialmente en el 2021. Factores como el desempleo, el acceso a la educación superior y técnica, la situación de desigualdad laboral, entre muchos otros factores, deben ser atendidos con suma urgencia por el gobierno nacional y local.

Esta situación se vuelve de especial atención. Por ello, aquí se busca analizar el problema del campo y la producción de alimento en Santander y explorar posibles salidas que permitan diversificar la actividad económica en las áreas rurales, crear nuevas fuentes de ocupación y de ingreso, al tiempo que retener en sus lugares de origen a la gente del campo, en especial a las nuevas generaciones que están abandonando estas zonas por falta de oportunidades. Todo ello, aprovechando las condiciones con las que hoy cuenta esta región en materia de producción de alimento y de turismo.

La ausente, o en el mejor de los casos ambigua, participación gubernamental en el desarrollo no solo de los pequeños productores campesinos, sino

también de los modestos fabricantes y prestadores de servicios santandereanos, podría explicar la paradoja que se presenta en este departamento desde el punto de vista del desarrollo regional. Desde esa perspectiva, se observa a Santander como una región provista de bellas montañas, cañadas, cuevas, ríos, paisajes y características climáticas diversas que, desde hace siglos, han acogido en sus planicies y espacios empinados a poblaciones urbanas de distinto tamaño, poseedoras de una vigorosa identidad y riqueza cultural, mismas que se traducen en historia, arquitectura, artesanías y gastronomía. Todas ellas dan vida a pueblos permeados por las reminiscencias indígenas, mezcladas con la dominante influencia europea.

De todo esto resultan sitios turísticos de gran atractivo y una fuente de ingresos financieros para quienes han creado empresas alrededor de la prestación de los servicios turísticos pertinentes a esas necesidades: hoteles, restaurantes y puntos de venta de comida, bebidas y postres de distintas categorías, guías turísticas, paseos, entretenimientos, venta de artesanías, etc.

Al mismo tiempo que existe la actividad turística pujante en Santander, desarrollada desde las cabeceras municipales, paralelamente tiene lugar en las zonas rurales la economía campesina explotada de manera familiar, constituida por pequeñas fincas poseedoras de un mínimo de hectáreas, trabajadas con escasa tecnología y de las cuales sus dueños logran una baja producción agrícola y un mínimo ingreso. Estas son familias de cultivadores que hasta el momento han sobrevivido con la cosecha de productos de gran demanda (cacao, café, aguacate, piña, banano, cítricos, frijol), de los cuales destinan cierta cantidad para autoconsumo y el resto lo comercializan en el mercado

local. De dichos productos reciben escasos ingresos que les dan para vivir con servicios de baja calidad.

Dada esta problemática, las viejas generaciones campesinas se enfrentan al reto de mejorar su nivel socioeconómico y evitar el éxodo de las generaciones jóvenes. Las nuevas generaciones, provistas de una mejor educación que la recibida por sus padres y con una moderna visión de la vida (incluido el consumo de las sociedades urbanas), se resisten a seguir habitando en los lugares donde han nacido y crecido, pues, de permanecer en sus aisladas comunidades, para la mayoría de ellos sería en precarias condiciones de vida y sin mayores perspectivas de mejoría.

De lo precario de las condiciones de vida y la escasez de oportunidades para las nuevas generaciones que habitan el campo santandereano dan testimonio algunas de las personas entrevistadas durante los recorridos por los municipios que integran la ruta turística gastronómica. Doña Consuelo, quien cultiva fríjol en la vereda Salitre, en Barichara, señaló que “de aquel lado no siembran, toda la gente se va a trabajar a la ciudad. En el campo ya casi no hay quien trabaje; a uno le da tristeza que los hijos se vayan, pero uno de qué los va a detener, ¿haciendo qué?” (Consuelo, 2018). En el mismo sentido se pronunciaron Fernando y Luz Marina Vega (2017), también de la vereda el Salitre:

Ya nadie quiere trabajar. Un pelao tiene celular, moto y listo. ‘Oye que ve a sembrar maíz’ y responden ‘¿Por qué me voy a asolear yo, y ganarme 20 mil pesos?’ [...] En Barichara usted casi no ve cultivos porque la fuente de la economía es el turismo y los muchachos se van, no hay mucho empleo.

En Barichara, en una más de sus veredas, doña Ana Felisa (2017), anciana campesina, expresó:

Aquí sí nadie trabaja el millo, el maíz tampoco. De por sí ya estamos escasos, solos, todos los hombres se fueron a trabajar a Barichara. Ahorita casi no hay gente como antes, que había viviendas a orilla de la carretera: los que no se han muerto se han ido.

En Zapatoca, don Jorge Serrano (2017), un campesino retirado, al preguntarle ¿Y en ese entonces había mucho más campesinos que ahora?, contestó lo siguiente:

Claro, la gente quería mucho la tierra, ahora no quieren la tierra, solamente quieren el dinero, pero los campos no, no les apetecen. Uno cuando tenía diez años le tocaba a la pata del papá, a macanear, a hacer lo que fuera; y hoy, uno de 16 - 17 años está más grandote y (los papás) no lo tocan. Cuando tiene 18 años ya no quieren trabajar, no, cómo me voy a embarrar las manos, cómo me voy a ensuciar los pies. Uno no, le tocaba a pata pelada, aprendía uno a trabajar de lo que fuera.

En las visitas realizadas a algunas de las veredas de Barichara y Villanueva se pudo observar que la producción agrícola, especialmente la dedicada a la siembra del fríjol, en los últimos años ha enfrentado numerosos problemas relacionados en su mayoría con los cambios climáticos, en particular por las prolongadas sequías resultado del fenómeno “del Niño”.

El problema del agua es una situación que año tras año deben afrontar los cultivadores en Los Santos, Barichara y Villanueva. Las respuestas dadas por algunas de las personas entrevistadas en estos municipios ponen en evidencia que el fríjol, uno de los

productos que más se da en esta zona, se vuelve más y más problemático su cultivo. En el mercado de Barichara se entrevistó a don Antonio (2017), productor de frijól de la zona, quien nos comentó que se vio obligado a reducir el área de cultivo hasta menos de una hectárea, debido a que una libra de frijól en el mercado no cuesta más de \$1 300 pesos y eso no permite cubrir los gastos de producción y de transporte. Otro cultivador de Barichara, don Fernando (2017), quien tiene más de 100 plantas de frijól que son su principal fuente de ingresos, comentó que, para poder mantener la producción en el mismo nivel, el gobierno debería proporcionar a los cultivadores la tecnología, la infraestructura, el riego y las prácticas verdes, con el fin de constituir para Santander un nicho frijolero de relevancia en el país. De igual forma, doña Elisa (2017), campesina de una de las veredas del municipio de Villanueva, comentó que en los últimos años todos los campesinos de la región tuvieron grandes pérdidas debido a la sequía, y en la cosecha del año 2017 algunos productores no obtuvieron más que un solo bulto de frijoles para comercializar; algunos incluso perdieron sus parcelas porque la mayoría sacaron créditos para poder sembrar. Además, comenta la señora Elisa, la gente no recibe ningún tipo de apoyo ni subsidio por parte del Estado. Se pudo apreciar que, debido al bajo costo del frijól en el mercado, muchos campesinos prefieren sustituir este cultivo por otros, principalmente por el tabaco. Este hoy día tampoco resulta de gran provecho, aunque es una planta mucho más resistente a las inclemencias de la naturaleza. Otros campesinos, por su parte, están viendo en el cultivo de la piña y en el nopal una buena opción.

Sin embargo, el cultivo de la piña, al igual que el del frijól, presenta graves problemas ocasionados especialmente por el bajo precio en el mercado y los altos costos de producción, algo que indudablemente perjudica al pequeño productor. La piña es un producto estacional y varía mucho de precio; a ello se suma el problema de la intermediación entre los productores y las centrales mayoristas. No obstante, su cultivo sigue siendo una buena opción para aquellos lugares donde el agua es escasa. Por ello se aprecia que en los municipios de Los Santos y Villanueva, donde se tiene el problema de escasez de agua, la siembra de la piña se está dando con cierta regularidad, pues muchas personas la están viendo como una buena opción de cultivo.

En la entrevista realizada a don Cristóbal (2018), dueño de 35 hectáreas de sembradíos y aproximadamente dos millones de matas de piña en Villanueva, señaló que la dificultad más grande es la económica, porque para sembrar una hectárea de piña se invierten 20 millones de pesos y se obtienen unos 30 o 40 millones. Esto depende de la variación del precio, en la que el kilo a veces se vende a \$1 200 pesos y otros días a \$500. En Villanueva se cultiva tanto la piña oromiel como la perolera, que son las dos variedades que más se dan en Santander, aunque algunos prefieren más la primera que la segunda por tener un dulzor mucho más intenso. Según datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, para el 2019 “los costos de una hectárea de piña tecnificada se encuentran cercanos a los \$50 millones, siendo la semilla certificada el rubro más alto con el 52 % del total, seguido por los equipos y herramientas con un 15 %” (p. 11).

Don Cristóbal también fue muy enfático en señalar los beneficios del cultivo de la piña y del porqué no se ha generalizado su cultivo en esta región. Él comentó lo siguiente:

Esta tierra es muy buena para producir mango y aguacate, el agua es muy escasa pero la piña necesita poca. Yo sí le digo a la gente que siembre, pero la piña toca sembrarla y esperarla veinte meses, la perolera, y la oromiel, catorce meses y se desesperan, porque el tabaco son seis meses, el frijol tres meses... La piña esteriliza la tierra, tienen ese concepto. Yo les he demostrado, por ejemplo, yo siembro una hectárea de piña, son 50 mil matas, y cuando se acaba esa hectárea yo le pico eso a la tierra, con el tractor, y le pongo 50 mil kilos de materia orgánica de la piña, y ¿cuándo se esteriliza? ¡Jamás! La gente tiene esas creencias, no conoce del cultivo de la piña, y como han visto que por la parte de Lebrija la tierra se volvió estéril... pero es diferente el tratamiento que le dan allá: tumban la piña y cuando está la hoja seca le meten candela, se quema lo que halla. (Don Cristóbal, 2018, entrevista)

La mayoría de las personas que cultivan la tierra y que fueron entrevistadas por el equipo de trabajo manifiestan la urgente necesidad de atender los problemas del campo para ponerlo a producir. Se necesita brindarle el apoyo suficiente a los campesinos para afrontar las adversidades que se presentan, unas veces relacionadas con la inclemencia de la naturaleza, otras con los bajos precios y otras con la falta de infraestructura vial, que les permitiría a los cultivadores sacar el producto de sus fincas y comercializarlo directamente. Los pequeños productores se ven afectados por cuanto no ven compensados los costos de siembra, las labores del cultivo y la cosecha,

en relación con los precios de compra que caen por la misma sobreoferta. Ello implica que la situación económica del campesino se caracterice por los bajos ingresos. Esto impacta, por tanto, la calidad de vida y la satisfacción de sus necesidades básicas.

De igual forma, varios de los entrevistados señalaron que se ven en la necesidad de dejar perder la producción cuando es abundante, porque no tienen forma de sacar sus productos al mercado e intentarlo resulta mucho más costoso que producirlos. Una posible salida para la sobreproducción que se da en estos municipios sería la creación de industrias que permitieran la transformación del producto y la obtención de derivados de él, lo que se constituiría en una buena alternativa que diversificaría la oferta y se convertiría en un atractivo para los turistas. Don Cristóbal en la entrevista nos comentó que está pensando optar por esta salida, y dijo, “Ahorita estuve por la feria mirando cómo deshidratar piña, o cómo procesarla, porque yo veo que hay que ponerle un valor agregado, no nos podemos quedar nada más produciendo para vender” (2018).

Existen varios proyectos que proponen la transformación de algunas de las frutas que se producen en la región a través de la agroindustria. Eso ayudaría a fomentar la producción y a obtener otras formas de comercializar el producto, lo que aportaría a la región una mayor inversión y producción. Uno de esos proyectos tiene que ver precisamente con la producción de piña, que en el municipio de Los Santos se da con cierta intensidad. El proyecto fue propuesto por Martínez y Rivera (2008), estudiantes de la Universidad Industrial de Santander: ellos señalan que en el municipio de Los Santos existen nueve productores de piña perolera con un total de 4 200 toneladas

cultivadas en 42 hectáreas. El proyecto llamado Empresa Ananás Natural busca procesar la pulpa de la piña y empacarla al vacío. La empresa posee una perspectiva social enfocada en bajar los altos índices de desempleo que se observan en el municipio. En el proyecto se recomienda que el personal sea de la misma región para así contribuir al progreso y el mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de Los Santos. Esta planta procesadora de piña puede ser una buena opción para combatir los bajos precios de la fruta, porque no toda la producción de materia prima se destinaría para el mercado, lo que mantendría un equilibrio en su comercialización. Todo ello beneficiaría al productor, quien tendría mayor motivación para cultivar la piña, porque, como lo señaló don Cristóbal, el temor de las personas que quieren dedicarse al cultivo de este producto, como de cualquier otro, es que no hay garantías en cuanto al valor de su comercialización.

Hay otro proyecto en el que se propone la creación de una empresa productora de vino de cacao en el municipio de San Vicente de Chucurí. Este se enfoca en un aspecto poco explorado del potencial agroindustrial del cacao como es producir vino a base del mucílago (Ardila y Duarte, 2011). Esta es una idea que puede representar una alternativa de ingreso para el cultivador de cacao, así como una posibilidad de diversificar la oferta de empleos. Todas estas iniciativas pueden resultar de gran valor para los propósitos de la ruta turística gastronómica, porque le dan un valor agregado al producto y puede resultar atractivo para el turista que visite estos espacios.

Un producto que no se incluyó en el estudio porque apenas se está introduciendo su cultivo es el nopal.

Sin embargo, según nos comentaron las personas que fueron entrevistadas, en el municipio de Los Santos tiene grandes posibilidades de éxito, ya que es un cultivo que no requiere de mucha agua, situación ideal para las condiciones de esa parte del territorio santandereano. Además, es un producto del cual se pueden obtener muchos beneficios. En una entrevista realizada a los creadores de la Fundación Guaya canal en el municipio de Los Santos, que se dedica a promover el cultivo del nopal y su procesamiento, contaron la labor que vienen realizando con las mujeres campesinas de este municipio y resaltaron todas las bondades de la planta que hoy están llamando a la atención. A continuación se transcribe una parte de la entrevista realizada a doña Patricia Ponce de León (2017), creadora de la Fundación:

P1. ¿Hace cuánto empezaron a trabajar con el nopal?

R1. A ver, yo te diría como más o menos desde el 2004. Entonces eso al principio era terrible, tratábamos de animar a las chicas para que sembraran y todo el mundo pasaba y decía ¿qué hacen sembrando espinas? Ahora todo el mundo anda cultivando nopal en el municipio.

P2. ¿Pero también hay personas que se resisten?

R2. Sí, pero ya le dieron el enfoque que nosotros les decíamos, porque con este verano que pasó fue cuando se dieron cuenta que con el nopal no tenían problema con el ganado, ni con ellos mismos, porque se dieron cuenta de que tenían alimentos para ellos. Y es que sobre todo y de las cosas más tristes es ver que cualquier campesino tenga que salir a vender su ganado por cualquier plata, porque o lo vende así o lo ve morir: eso es tremendo. Y todo cambió, ahora no tienen que hacer eso porque el nopal tiene mucha agua y alimento.

P3. ¿De qué variedad de nopal siembran?

R3. Hay muchas variedades de nopal, como 320. Nosotros sembramos una variedad que se llama higo de castilla. Hay higos de castilla que venden que son carísimos, porque es que es una variedad súper buena. Es una variedad tipo exportación porque se consigue de muy buena calidad y fuera de eso es una variedad de doble propósito, o sea que si tú quieres cultivarla para tener penca, es excelente y produce muchísimo. Fuera de eso tiene un buen sabor, pero si tú la quieres para consumir y para fruto también tiene un buen fruto; tiene fruto comercial porque tiene buen tamaño, buen color, es muy sabroso y fuera de eso aguanta transporte.

P4. ¿Cómo funciona la Fundación?

R4. Con un grupo que se agregó en noviembre son entre 30 a 32 mujeres. A cada chica se le entregan 50 semillas cuando entra al grupo, pero se la entregan en calidad de préstamo, o sea que ella cuando considera que ya tiene suficiente y todo, ella devuelve las 50 semillas que sirvan para otra mujer. Pero yo no las veo bien consolidadas a las nuevas, hay que trabajar, hay que asimilar el proceso y poco a poco hay que ir las direccionando y todo. Es un trabajo más de enseñarles a trabajar en grupo, no personalmente, que hay más beneficios si trabajan en grupos que si trabajan independientes [...]. El proyecto tiene tres puntos principales en donde nos tenemos que enfocar: uno es la promoción, visibilizar a la mujer y el liderazgo; la segunda es la construcción del centro de empoderamiento empresarial del nopal, que ya se empezó por el lote, y es poner un sitio donde la mujer pueda procesar, donde la mujer pueda tener su recurso económico y donde se trabajen todos los emprendimientos, tanto de la fundación como los emprendimientos personales de ellas que contengan nopal, amarantos y todas las plantas del proyecto; y el

tercer punto es el uso sostenible de la biodiversidad, esos son nuestros enfoques.

P5. ¿Qué preparaciones se pueden hacer con el nopal?

R5. Del nopal... a ver, por ejemplo, a mí las que más me gustan y de las primeras que enseñé, pues también fue generada por la Fundación, son los vikingos de nopal; a todo el mundo le encantan, a todos les fascinan los vikingos. Que te dijera yo... es una línea que yo llamo de golosinas saludables, porque fíjate que una forma de aprender a comer cosas sanas es con los niños. Los niños están comiendo mucha basura, porquerías en cantidad y eso está trayendo problemas de obesidad, una cantidad de desnutrición, son todas esas cosas... Estos son los trabajos que hacemos, eso es encurtido, esto es encurtido de nopal, una salsa de pepinillos con nopal, esto es mermelada y esto es una mermelada que estábamos ensayando con una ciruela local; esto son galletas de amaranto y esto es jabón de nopal.



Ilustración 47. Cultivo de nopales en Los Santos.
Fuente: las autoras.

El cultivo del nopal puede convertirse en una buena opción para diversificar la producción y el desarrollo agrícola en esta región, siempre y cuando se intensifique su cultivo y la transformación en sus derivados, y se concientice a la gente del valor nutricional de su consumo. Es importante resaltar esta iniciativa que podría incluirse en el recorrido de la ruta más adelante, ya que se muestra como una novedad para la región y eso podría llamar la atención de los turistas.

Uno de los municipios en donde la producción agrícola ha tenido un poco más de atención, sobre todo en la producción del cacao y del aguacate, es San Vicente de Chucurí. Los cacaoteros han recibido un gran impulso por el gobierno nacional para sustituir la siembra de planta de coca, pero no dejan de tener graves problemas por la inestabilidad de los precios internos, las importaciones, el contrabando de grano de otros países y la alta tasa impositiva a las exportaciones (Plan de Desarrollo Municipal de San Vicente de Chucurí, 2012-2015).

En la entrevista realizada al señor Isidoro Caballero (2016), gerente propietario de la Compañía de Chocolates y Alimentos Caballero en San Vicente de Chucurí, señalaba que en este municipio se cultiva mucho cacao, pero la mayor parte es comprada especialmente por la Compañía Nacional de Chocolates. Esta situación también se resalta en el estudio realizado por Lombana y Díaz (2004), en el que se afirma que, en aspectos de comercialización, el 50 % de los cacaocultores venden su producción en alguna estación cercana a sus fincas, mientras que un 42,5 % se remite al centro urbano. Solo un 7,5 % comercializa el cacao en la misma finca. En cuanto a precios, el cacaocultor se ve afectado por la imposición de

precios de dos grandes compañías nacionales: Casa Luker y la Nacional de Chocolates. Estas adquieren casi el total de la producción del sector por medio de intermediarios, presentándose un oligopolio de este mercado (Lombana y Díaz, 2004).

En la entrevista, el señor Caballero (2016) comentó que en el municipio se queda muy poco de la producción de cacao y esto ha impedido la generación de industrias dedicadas a la transformación del producto. Esa cuestión él la ve como un detrimento para el municipio porque no se aprovechan las ventajas y la versatilidad que ofrece el cacao. Comenta que existen algunas fábricas de chocolates, pero solo producen el típico chocolate con azúcar que tiene mucha competencia, pero también resalta la necesidad de contar con los recursos necesarios para incursionar en nuevos productos que puedan ser competitivos en el mercado regional y nacional. La compañía de Chocolates y Alimentos Caballero, que él fundó, tiene planes para impulsar el chocolate y generalizar su consumo en diferentes presentaciones, pero, como en toda idea de negocio, los recursos económicos son los que dan la última palabra. El señor Caballero (2016) lo tiene muy claro al señalar que en San Vicente de Chucurí

tenemos todo un mundo de oportunidades. San Vicente tiene una gran oportunidad de generar una gran infraestructura en torno al chocolate. El día que en San Vicente haya unas ocho o diez tiendas especializadas en chocolate, mucha gente del país vendrá nomás a llevar, a consumir y a conocer el chocolate. (citado en Castellón y Fontecha, 2018)

Y esa es también la pretensión de esta estrategia de la ruta turística y gastronómica: vincular la producción de cacao de San Vicente de Chucurí como uno de los atractivos con los que se reconozca el trabajo del agricultor y se impulse la industria cacaotera en la zona.

El problema que más evidenciaron algunos de los campesinos que fueron entrevistados es la poca ayuda que desde el gobierno nacional y local se le da al campo. Algunos comentaron que prefieren que la fruta se dañe en el suelo antes que recogerla y llevarla a la carretera o las centrales de abasto para su comercialización, por el alto costo de la mano de obra y del transporte, aunque otros reconocen que se les da cierta ayuda, pero condicionada. El costo de transporte resulta demasiado elevado y manifiestan su molestia ante lo que ellos consideran un abandono por parte del gobierno, que de vez en cuando se acuerda de ellos, pero que la mayoría de las veces los deja a su suerte. Algunos de los entrevistados comentaron haber recibido ayuda, otros señalaron que esa ayuda ha sido insuficiente y los proyectos que impulsan no tienen buen final porque no son bien planeados. Al respecto, en la entrevista a Fernando Vega y Luz Marina Vega (2017) en Barichara, Fernando comentó lo siguiente:

El Sena es una entidad que ofrece cursos gratuitos. Un día vinieron unos políticos y se hizo un proyecto para que el Sena brindara toda la capacitación en cuanto a alguna cosa que pueda motivar realmente a la gente para que siga cultivando; incentivan a sustituir el cultivo, pero no crean el proyecto alterno, y que sea una línea directa, desde la técnica, cómo se debe sembrar; uno artesanalmente lo sabe pero hoy en día se necesita saber hacerlo sin tanto químico y que sea todo

directo, y también apoyar en la producción y la comercialización que es lo más importante. Yo les decía: en la Mesa de Los Santos hay un proyecto con el nopal de unas señoras que son cabezas de hogar, que están haciendo conservas; con la papaya que aquí cultivamos se podría hacer lo mismo. Tú vas a comprar un tarrito de mermelada de papaya, te vale 3-4 mil pesos, ¿cuánto producto tiene en papaya? Mil pesos. ¿Quién se ganó los 3 mil pesos? El que se le ocurrió embotellarlo y ponerle una etiqueta. Entonces cómo hacer esos proyectos y que de verdad incentiven. Es lo que hemos propuesto, porque no hay una organización que apoye al campesino.

A la señora Luz Mery (2017), quien cultiva maracuyá en el municipio de Los Santos, se le preguntó en la entrevista si recibía algún apoyo del gobierno. Ella respondió:

Hay gente que sí, pero yo y otras no... Es que uno tiene que hacer por lo menos cursos, entonces a las personas que iban a esos cursos eran a quienes le ayudaban... Hace poquito lo que les dieron fue abono y también les dieron alimento para los animales, para las vacas, dan para lo que uno tenga [...]. Nosotros hicimos un proyecto para subir el agua de Chicamocha y la gobernación nos los echó para atrás, porque ellos tenían ese proyecto de traer el agua de San Andrés y eso es lo de todos los políticos; estamos sobre el segundo año cívico y prometen eso.

El señor Jacinto (2016), un pequeño cacaotero de San Vicente de Chucurí, en la entrevista comentó que él ha recibido apoyo de la federación de cacaoteros. Por eso ellos, que no poseen grandes terrenos de cultivos, pueden producir cacaos de buena calidad.

Indicó que esta institución y otras más se preocupan por darles plantas de cacao para ser sembradas en sus fincas, les prestan las herramientas y les proporcionan abonos. Todo ello ayuda a que en San Vicente de Chucurí se siga produciendo gran cantidad de cacao y de buena calidad (Jacinto, 2016).

Al entrevistar a un empresario hotelero en Zapatoca se evidenció otro problema al que se enfrentan la mayoría de los municipios en Santander: la falta de infraestructura vial, que muchas veces se ve afectada por las fuertes temporadas invernales que azotan al departamento, dejándolas incomunicadas. Este problema es muy grave para el turismo y debe ser atendido si se quiere hacer de Santander uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia. El señor Ángel Miguel Pico (2017), dueño de un hotel en Zapatoca, señaló lo siguiente:

Hay varias cosas: ustedes pudieron ver la carretera. La gente se queda mucho en las vías de carretera; son 5 kilómetros de vía irregular y luego son 9 kilómetros para llegar aquí a Zapatoca. Ahorita la alcaldía va a invertir 5 800 millones en la plaza de mercado, está grande, amplia, de pueblo; ese dinero mejor deberían meterlo en los últimos kilómetros de carretera para llegar aquí, entonces esos manejos políticos... y así quieren que venga turismo; a nivel local, lo que los entes locales jalan de dinero no es suficiente. Hacer empresa en Colombia legalmente es difícil, usted le apuesta todo y mejor lo va haciendo ilegal; siendo legal llegan, lo multan, cierran, se va; usted haga algo legal y le cuesta mucho, hay varias leyes, sume usted cuánto cuesta cumplir con todo eso. De todo punto de vista, ser legal es difícil, usted tiene todas las de la ley y termina pagando como empresario 60 % de impuesto.

Abdón Vesga (2017), un pequeño empresario chocolatero, también dio su punto de vista con respecto al problema de la condición de la infraestructura vial en el municipio de San Vicente de Chucurí:

En el campo, la política del gobierno está dirigida a la parte agraria, el presupuesto no es muy grande, el agro está requiriendo infraestructura, el producto se pierde porque con las lluvias se desbaratan las carreteras y no se puede sacar el producto.

De acuerdo con lo expresado anteriormente por las personas entrevistadas, se aprecia una variedad de opiniones en cuanto al apoyo que el gobierno ofrece a sus actividades productivas. Hay quienes sienten al gobierno totalmente ausente, otros más bien son de la idea de que les estorba en su labor empresarial, y los menos expresan alguna opinión de reconocimiento a la participación positiva de los entes gubernamentales en sus actividades productivas. En general, se podría hablar de un sentimiento poco positivo sobre la ayuda del gobierno tanto nacional como regional por parte de aquellas personas que, siendo originarias de municipios marcadamente rurales, realizan actividades económicas primarias, secundarias y terciarias, de pequeña envergadura e hipotéticamente provistos de la identidad cultural local. Dicha ausencia del Estado colombiano se explicaría porque, en opinión de David Soto (2006),

Es un país donde no hay una política pública central expresamente abocada al desarrollo de territorios rurales con identidad cultural. En este país se carece de una política nacional que organice y respalde proyectos económicos locales; y los municipios cuentan con pocos recursos financieros y demás instrumentos necesarios

para llevar a cabo por su cuenta el desarrollo de los territorios rurales con identidad cultural. Y esto sucede pese a que Colombia cuenta con un gran número de productos tradicionales vinculados a la cultura y característicos de determinadas regiones y territorios. (p. 30)

Sin embargo, el hecho de que hasta el momento en Colombia se haya carecido de políticas de impulso al desarrollo de territorios rurales con identidad cultural, no significa que no se pueda de ahora en adelante despertar ese interés. Y esto porque, como se ha visto, urge frenar el éxodo de campesinos a la ciudad y al contrario ofrecer alternativas de empleo e ingreso que convivan con la continuidad de la actividad agraria. En este sentido, la ruta se conecta con el turismo rural como vía para detonar el desarrollo socioeconómico y como herramienta para mejorar las condiciones de vida de las familias campesinas que habitan las zonas rurales, y que presentan una baja producción agrícola y escasos ingresos recibidos por su comercialización, que es justamente lo que se observó en varias de las veredas de los municipios recorridos.

Al incluir la ruta gastronómica en la modalidad del turismo rural, se considerarán elementos primordiales como la cultura, la naturaleza y las labores cotidianas de la población campesina. Por eso, se requerirá de una participación directa de esta población en el proceso. Se espera con ello frenar la migración del campo hacia las ciudades, la sobrecarga a los espacios cultivables, la deforestación, el monocultivo, la proliferación de residuos y el avance de la frontera agrícola (Yumisaca *et al*, 2017). Como sabemos, el sector turismo conjuga diversas necesidades que

son cubiertas por la industria, la infraestructura y la agricultura, pero es en esta última actividad económica donde el impacto del turismo podría ser de mayor importancia, dada la actual situación socioeconómica de algunas zonas campesinas santandereanas. En algunas de ellas se requerirán proyectos de desarrollo que les permitan a las personas que viven en el campo tener alternativas que les amplíen la posibilidad de vivir de lo que la tierra les brinda.

Son diversas las posibilidades que podrían ser explotadas turísticamente en las zonas rurales, hasta hoy dedicadas a las labores tradicionales como la agricultura y las artesanías. Quienes son afectos al turismo rural podrían estar dispuestos a pagar bien por los servicios recibidos, aunque también estarían esperando recibir un buen servicio. De allí surge la preocupación de que muchas de las familias campesinas que vieron de forma positiva su inclusión a la ruta requieran de un importante impulso por parte del gobierno y de la empresa privada para estar en condiciones de recibir este tipo de turistas, ya sea un apoyo enfocado en mejorar la infraestructura, en la asignación de créditos, capacitación, entre otros aspectos.

En este contexto es importante insistir en que el campo santandereano necesita de un detonador del desarrollo rural, entendido este no solo como el desarrollo agrícola, sino como una idea mucho más profunda que implique “la forma como está organizada y se reproduce la sociedad rural, y a partir de ello proponer acciones económicas, políticas y sociales de corto, mediano y largo plazo tendientes a modificar las condiciones estructurales que reproducen la pobreza campesina” (Pachón, 2007, p. 56). Siguiendo a Pachón (2007), no se trata del incremento en una

actividad económica o del crecimiento económico, sino que se trata de una forma mucho más integral con la que se impulsen actividades económicas y también haya un enriquecimiento desde el punto de vista cultural y social: de relación del individuo con su entorno.

Esta definición del desarrollo rural, aplicada a los objetivos del proyecto de la ruta turística gastronómica, implica tener en cuenta la opinión de todas las personas involucradas en su proceso si se pretende que el proyecto amplíe las oportunidades de todos los actores en una relación de colaboración y organización. Por lo tanto, todas las voces importan, tanto la de las personas que cultivan la tierra como la de la agroindustria, de los que transportan los alimentos, de los restauranteros, los cocineros, hoteleros, de los turistas que consumen los productos y de todos los que de una u otra forma intervienen en esta relación de producción, comercialización, transformación y degustación de los alimentos. Pensado el desarrollo rural desde este enfoque, posibilita construir una relación que mejore la productividad rural sobre nuevas variables de competitividad.

¿Cómo impactaría la ruta gastronómica a la población agrícola en Santander?

Como parte de la estrategia propuesta en la ruta turística gastronómica en Santander, se buscará fortalecer la producción agrícola. Eso porque se sabe que los problemas a los que se enfrentan la mayoría de las familias que viven en el campo pasan por la falta de apoyos para impulsar sus cultivos, la preocupación de

perderlo todo a raíz de una mala cosecha, los bajos precios agrícolas y la mano de obra que cada vez es más escasa. Los jóvenes emigran de la tierra porque ella ya no es rentable, los empleos son escasos y mal remunerados. Por todo ello se aprecia que, “aunque significativos, todos los avances legislativos han sido insuficientes para incorporar a los jóvenes rurales en las agendas públicas. De hecho, todavía hoy no existe una estrategia integral de política pública para la juventud rural” (CINEP, 2019, s.p). Estas inquietudes deben motivar a todos los actores que intervienen en la región (el gobierno, la academia, la empresa privada y los campesinos) en la búsqueda de alternativas que les permitan seguir cultivando la tierra, con la idea de que, además de seguir viviendo de lo que ella tradicionalmente les proporciona, puedan generar un atractivo que responda a las nuevas tendencias surgidas en el sector turístico, orientadas a la naturaleza y su disfrute desde muy distintas modalidades.

Hoy en día se evidencia la importancia que el turismo tiene como potencializador de la economía en el departamento de Santander, motivado por los grandes atractivos naturales y culturales que esta tierra les brinda. A este departamento cada vez son más los turistas que lo eligen como destino, no solo visitantes nacionales sino también extranjeros. Los datos suministrados por el Plan de Desarrollo de Santander, 2020-2023, señala que el departamento presentó un incremento de llegada de extranjeros de un 22,9 % en 2014 a 46,2 % en 2018. Para el periodo de noviembre de 2018 a enero de 2019 el incremento se presentó en el turismo nacional, registrando un dato porcentual del 87,7 %; y para el caso de los extranjeros, un promedio del 12,30 % (Plan de Desarrollo de Santander 2020-2023, p. 151). El turismo es una práctica social

colectiva que ofrece los espacios rurales como otra posibilidad económica que diversifica los ingresos para las comunidades campesinas. También es una opción que involucra a los sectores marginados del mercado laboral, como los jóvenes, las mujeres y los adultos mayores.

El turismo desempeña un rol decisivo en la economía de Santander y se debe aprovechar su auge para buscar soluciones para el campo. El departamento posee unas condiciones geográficas que lo hacen muy deseable para el nuevo concepto de turismo que hoy se practica: un turismo más afecto al contacto con la naturaleza, al convivir y disfrutar de los paisajes naturales. Por ello, es fundamental aprovechar todas las virtudes naturales que esta región posee y una de ellas es lo fértil de su tierra y la diversidad de productos agrícolas, ya que es todo un espectáculo y un gran disfrute mirar sus campos frondosos y sus montañas llenas de vida. Poner al visitante en contacto con el ambiente natural y con las personas que hacen posible el paisaje santandereano permitiría, además de crear una nueva oferta turística para el departamento, mejorar la calidad de vida de los campesinos, pues la idea es crear una estructura socioeconómica sólida que contribuya a arraigar —elevando su nivel de vida y cultural— a las comunidades que de generación en generación han venido cultivando estas tierras.

La ruta turística gastronómica en Santander busca resaltar las bondades que brinda la tierra y convertirla en aliada en el fortalecimiento de la producción agrícola e impulsora del desarrollo de las comunidades rurales. En este sentido, se vuelve imperativa la organización y la capacitación de las comunidades

campesinas, para que a través de la selección de los espacios apropiados puedan recibir y atender debidamente a los turistas, brindándoles una experiencia en el ambiente natural del que forman parte. Bajo esta modalidad de servicio turístico, los habitantes de las comunidades rurales revalorizan su territorio, comunican sus saberes, comparten sus productos y abren las puertas de sus hogares a quienes buscan un turismo diferente. Al mismo tiempo, transmiten a los visitantes una experiencia de vida que significa mucho más que relajación o diversión: conocer y compartir con ellos sus historias, sus tradiciones y su amor por la tierra.

La ruta que proponemos también tiene la característica de que, a través de su recorrido, se resalta el valor simbólico que tienen los alimentos en la relación que se da entre identidad y territorio. Esto porque los alimentos poseen una carga simbólica en el imaginario local, que es transmitida al territorio, impregnándolo de identidad (Barrera, 2009). Con la ruta se busca asociar el consumo y la producción de los alimentos al territorio, para generar el producto turístico que le dé sustento a la ruta en cada uno de los municipios incluidos en el itinerario. De esta forma, el turista que realice el recorrido podrá reconocer la importancia que los productos tienen para el lugar que los produce, no solo en el aspecto económico, sino también en el simbólico. Sería así, por ejemplo, que el turista se daría cuenta de cómo los productos y marcas Café Orgánico de la Mesa de Los Santos y el Cacao de San Vicente de Chucurí se constituyen en productos turísticos, no solo por el consumo y la producción asociados al territorio de procedencia, sino también por la carga simbólica que ellos poseen en el imaginario de los habitantes de estos lugares.

En el caso de San Vicente de Chucurí, se resalta el valor simbólico que se ha tejido en torno al cultivo del cacao, donde el grano adquiere una connotación especial. En este lugar se resalta un vínculo muy fuerte entre el cultivador, el producto y el territorio, ya que se ha formado toda una cultura alrededor de la siembra de dicho alimento, que se suma al simbolismo de la frase “San Vicente de Chucurí, capital cacaotera de Colombia”. Con este lema, el chucureño se siente muy identificado. En pocas palabras, a pesar de que el consumo del chocolate no se ha generalizado como una práctica cotidiana del chucureño, el cultivo del cacao sí posee una representatividad que se extiende a la mayoría de la población, es decir, la sociedad le asigna un valor cultural al territorio.

En este sentido, revalorizar la producción agrícola y la cocina tradicional, y promoverla a través del turismo, es una manera de transmitir y preservar la cultura local. Algunos especialistas han mostrado cómo los turistas que visitan una región, al consumir los alimentos que allí se producen, saborean también parte de la cultura y de la historia de dicha localidad. En ese proceso, el turista logra establecer un vínculo entre los alimentos y el territorio (Muchnik, 2006), que permanecerá en sus recuerdos y motivará su regreso. Así sería como un producto gastronómico podría utilizarse para comercializar e identificar una región como destino turístico culinario. Como señalan Bonow y Rytönen (2012), los alimentos que son producidos y procesados localmente pueden apoyar la economía local y “agregarle valor” a los productos agrícolas locales, lo que podría convertirse en un instrumento para diversificar y agregarle valor a la economía del lugar.

En general, para lograr resultados positivos con la implementación de la ruta turística gastronómica se espera una mayor interacción entre el sector agropecuario y restaurantero, con la que se construya una dinámica que favorezca a ambos sectores y genere un mayor bienestar a la población que se dedica al cultivo de la tierra. A su vez, se pretende que se incentive el consumo de productos locales. El crear acuerdos comerciales entre estos dos sectores generaría una mayor producción agrícola y de mejor calidad, ya que, a la vez que se impulsaría la labor de los productores, se tendría que mejorar el resultado de las cosechas en función de las exigencias y las demandas de la calidad de los productos por parte del sector restaurantero.

El municipio de San Vicente de Chucurí es uno de los lugares más representativos de los que hacen parte del recorrido de la ruta turística gastronómica, por las condiciones que ahí presenta la actividad agrícola. En lo que respecta a las condiciones de trabajo de los pobladores de este municipio, dedicados a la siembra de cacao, en el estudio realizado por Lombana y Díaz (2004) —datos más recientes encontrados— se resaltan varias cuestiones muy interesantes que pueden generar alguna perspectiva sobre el estado de la cuestión de la tenencia de la tierra en San Vicente de Chucurí para el día de hoy. Estos autores señalan que para el 2004, el 76 % de las fincas cacaoteras eran manejadas por sus propietarios, el 17 % las administraban capataces, el 5 % eran parcelaciones y un 2 % estaban en manos de arrendatarios. Además, estos autores comentan que la mayoría de las fincas presentaban extensiones de tierra menores a 20 hectáreas, lo que da una producción de tipo campesina. En San Vicente de Chucurí, junto con el cacao, eran

cultivados otros productos como plátano, maíz, yuca, tomate y cítricos destinados al autoconsumo (Lombana y Díaz, 2004). Esta situación permite vislumbrar el impacto positivo de la ruta, ya que el pequeño campesino se vería directamente favorecido porque sería él quien principalmente manejaría su parcela y el producido de su tierra.

En la entrevista al señor Jacinto (2016), quien es un pequeño cacaotero de San Vicente de Chucurí, él comentó que el cultivo del cacao en su caso particular representa una tradición familiar que ha pasado de familia en familia. Su papá cultivaba el cacao y le enseñó el oficio, y también los papás de su esposa eran cacaoteros. El cultivo es algo que los ha acompañado toda la vida. A la pregunta de si le gustaría que a su finca vinieran turistas a conocer acerca del cultivo del cacao, de su proceso de siembra y recolección, él señaló lo siguiente:

Eso es muy importante que vinieran personas a conocer cómo producimos el cacao, cómo hacemos el chocolati-co. El problema que tenemos es que nadie se preocupa por lo que hay y más bien otras personas se interesan por los cultivos. Yo mantengo cultivada una hectárea, hay quienes tienen más hectáreas, ellos allá y yo acá, yo saco mi producto, ellos sacan el de ellos y a todos nos compran por igual. Aunque, claro, el comprador les dirá, tú me traes más cacao y les echa cien pesitos más. El cliente es cliente, eso es normal en todo producto. (citado en Castellón y Fontecha, 2018, p. 184).

En San Vicente ya existen algunas iniciativas de cultivadores de cacao que han organizado sus fincas para ofrecerle al turista el recorrido por sus cultivos y mostrarles el proceso del cacao, que va desde el

recorrido por el terreno de siembra hasta la degustación de una rica taza de chocolate. Pero la idea de la ruta que aquí se propone es tratar de organizar todas estas iniciativas y conformar una asociación que recoja e impulse estos procesos, para que no sea un esfuerzo aislado de unas cuantas familias. Este objetivo, por supuesto, no será para nada fácil, pues requerirá de un trabajo arduo y de mucha cooperación, y puede resultar viable especialmente en comunidades como la chucureña, donde hay algunos antecedentes y, sobre todo, donde hay un vínculo fuerte de identidad con el producto alimentario.

Un ejemplo de algunas de las iniciativas de turismo rural y gastronómico que existen en San Vicente de Chucurí es la narrada por don Jorge Acevedo y su hija Mary Acevedo, quienes tienen una finca cercana a la cabecera del pueblo en donde cultivan el cacao y otros productos agropecuarios. Toda la familia participa en este emprendimiento y posee algunas maquinarias especializadas para procesar el cacao, con el que elaboran una diversa gama de subproductos como chocolates, sabajón, dulces, etcétera (ver ilustración 48). Además, ofrecen el recorrido por su finca mostrándole al turista el proceso de sembrado, recolección y transformación del cacao. El recorrido por su propiedad incluye varios atractivos relacionados con el cacao, que la hija de don Jorge describe de la siguiente forma:

Este lugar está entrando en un tema turístico. Ya tenemos una serie de pasos que realizamos, por ejemplo, estamos asociados con Fedecacao y hay un tema técnico. Luego habla mi papá sobre su experiencia en el cacao, charlas cacaoteras, cómo ha sido su vida en este mundo, desde que comenzó hasta hoy; luego la gente re-

corre las plantaciones, el genotipo, qué tan grande es el crecimiento de las plantas; regresan acá, tenemos un evento artístico, interactuamos, hay danzas típicas de la región enfocadas al cacao, juegos temáticos con el cacao; luego conocen las instalaciones. Nuestro principio es educar a la gente en esos temas, la fermentación, cuánto tiempo se lleva; luego se pasa a la planta de seque y finalmente se exponen los productos que se venden; explicamos cómo se elaboran. Para finalizar, tenemos una tertulia con un chocolatero. (Jorge y Mary Acevedo, 2017, entrevista)



Ilustración 48. Productos a base de cacao. Productos San Jorge. Fuente: las autoras.

En San Vicente de Chucurí se empieza a generar interés en que una parte de la producción cacaotera se quede en el lugar para poder generar otro tipo de empleos con base en la transformación del cacao. Hay varias iniciativas como las ya nombradas del caso de la Compañía de Chocolate Caballero; también está la marca de chocolate Don Jorge e incluso la propuesta de un joven empresario chocolatero

con grandes expectativas de éxito, Abdón Vesga, quien contó su experiencia. De ella transcribimos una parte a continuación:

Yo había trabajado en el gobierno. (Y después de un tiempo) me llamó la atención el tema del chocolate, me gustó muchísimo. (Al principio) producíamos licor de cacao y en el Sena lo ponchaban y refinaban; con eso ya podíamos trabajar el chocolate para chocolaterías, teníamos fórmulas para trabajar el cacao. Y empezamos a hacer chocolatería fina y a sacarla en ferias y otros eventos públicos. Nosotros tenemos la finca cacaotera de mis abuelos, la finca ellos no la modernizaron, mis padres la tuvieron ahí, y la finca siguió igual; ahora nos heredaron esa finca y toca seguir cultivando y dar el siguiente paso, trabajar en la transformación del cacao; mi finca tiene doce hectáreas y de esa producción una parte la vendo en grano y otra parte la proceso [...] Los dulces de cacao que yo hago tienen por lo menos el 50 % de cacao. (Abdón, 2017)

Otro caso parecido de jóvenes emprendedores que tienen claro cómo la producción agrícola puede fomentar la industria y viceversa, es el de Robert Neira, quien en Villanueva es el dueño de una de las más prósperas heladerías artesanales de la región. Aprovechando los recursos que la tierra le brinda, desarrolló una variedad de helados cuyos ingredientes principales son la yuca y el aguacate, mismos que él con su papá cultivan en una finca ubicada en este municipio. Robert es egresado de la Universidad de Santander, del programa de Ingeniería de Alimentos; se destaca por su dedicación a generar desarrollo en su municipio y es un buen ejemplo, como los ya mencionados, de que la agricultura y la industria, al unirse, pueden generar importantes vías de desarrollo para

el campo santandereano. En la entrevista realizada a Robert Neira, nos contó lo siguiente:

Con respecto a la fábrica de helados, desde 1973 la trabajamos. Hay un conocimiento internacional porque son muchas las personas de diversos países que vienen a probar los helados porque han escuchado de la gente y ahora se enteran por internet. Y Villanueva ni siquiera aparece en los mapas, Barichara sí. Todo el mundo dice Barichara y no Villanueva, aquí ya no se ve lo colonial porque Villanueva no es antiguo. Aquí las calles son anchas, amplias. La arquitectura del pueblo es de una visión hacia el futuro, con una visión de pueblo costeño [...]. De los helados, los más raros son de guarapo, chicha, yuca, aguacate... El de yuca es como si fuera avena o coco, y se le echa leche. Y otros sabores no tan comunes: el corozo, chontaduro, borojó, grosella, corola... Lo que yo cultivo de frutas, la producción, es para aquí (la fábrica de helados). [...] Hemos tenido turistas de Turquía, de Holanda, de Rusia, Estados Unidos, Australia, Francia [...]. Aquí se podría organizar turismo para que vivan en finquitas, en contacto con la naturaleza, con animales, darles de comer. Arreglarles unas habitaciones, con su baño privado, venderles el paquete con actividades para hacer cada día, recoger huevos, preparar el desayuno, hay muchos que se podrían dedicar a eso. Aquí intentaron montar una asociación de turismo, una oficina. Pero turismo no siempre hay, hay temporadas que son mejores. (Neira, 2016)

En el recorrido de la ruta también es importante apoyar este tipo de iniciativas y vincularlas como parte de los atractivos que se propongan en el itinerario. El turista podría disfrutar del paisaje de los campos de cultivos, conocer el alimento en su estado primario y todo lo relacionado con su producción, y al final

del recorrido podría degustar también de los muchos derivados que se pueden obtener del fruto. Esto a su vez fomentaría directamente la comercialización de dichos derivados, porque se espera que el turista adquiera el producto una vez lo haya degustado. La ruta turística gastronómica también promoverá los productos locales y las marcas alimentarias asociadas con el lugar y el producto ofrecido al turista, lo que le añadiría un plus al mismo producto. Con esta ruta se busca agrupar y organizar todas estas iniciativas que están dispersas, para hacerlas parte de un proyecto en el que se combinen esfuerzos enfocados a un mismo propósito: impulsar el desarrollo social, cultural y económico de la región.

En esta investigación, y como vimos, se lograron reunir algunas voces a través de las entrevistas y encuestas realizadas a una parte de la población de campesinos, restauranteros, empresarios, cocineros y turistas. De ellos recogimos sus impresiones y preocupaciones acerca del problema que enfrenta el campo y los pequeños y grandes cultivadores, así como los empresarios. Algunos ven con buenos ojos que se implemente una ruta turística en donde ellos y sus fincas hagan parte del itinerario. Con mayor o menor elocuencia, los entrevistados respondieron afirmativamente sobre esa posibilidad. Así, por ejemplo, en Los Santos, el señor Juan, un cultivador de nopal, respondió ante la posibilidad de que llegaran personas de afuera a conocer y consumir el producto en su finca, que

esa es la idea, pero para eso se necesita que se den capacitaciones y buscamos que los reporten en el Sena. Porque la idea es esa, que la gente se entere y enseñar a procesar el nopal y poder ofrecerle al turista. (Juan, 2017)

También en la vereda Salitre, en Barichara, Fernando Vega (2017) señaló lo siguiente:

En Barichara hay mucha historia, pero a nadie se le ha ocurrido armar un paquete. Por aquí vienen los turistas preguntando por agua, por algún camino; lo bueno es que todavía hay tranquilidad, aquí no hay sensación de inseguridad. Lo importante sería hacer planes que tengan todo articulado. Aquí por ejemplo la carretera llega hasta ahí y luego siguen caminos que están llenos de historia, pero es algo tenebroso, relacionado con las muertes del 45, pero tiene historia; rescaten todo eso, eso sería muy interesante. Actualmente, la gente viene a Barichara, pero se queda en San Gil y Barichara [y no salen a las veredas].

En relación con la creación de la ruta, los turistas también fueron consultados para saber su opinión al respecto. Entre el 2017 y 2018 se aplicó una encuesta a 360 visitantes en los municipios de interés para la investigación. Los datos recolectados resultaron de especial utilidad para la elaboración de la propuesta de la ruta turística gastronómica, en el sentido en que ellos proporcionaron información que ayudó a su fundamentación y justificación. De ese modo, aquí no pretendemos generar una discusión actualizada del problema del turismo en Santander¹³, sino relacionar unos datos que al momento de realizar el trabajo de campo mostraron una realidad que hizo viable la propuesta de una ruta turística gastronómica como atractivo para impactar de forma positiva el campo y el turismo en Santander.

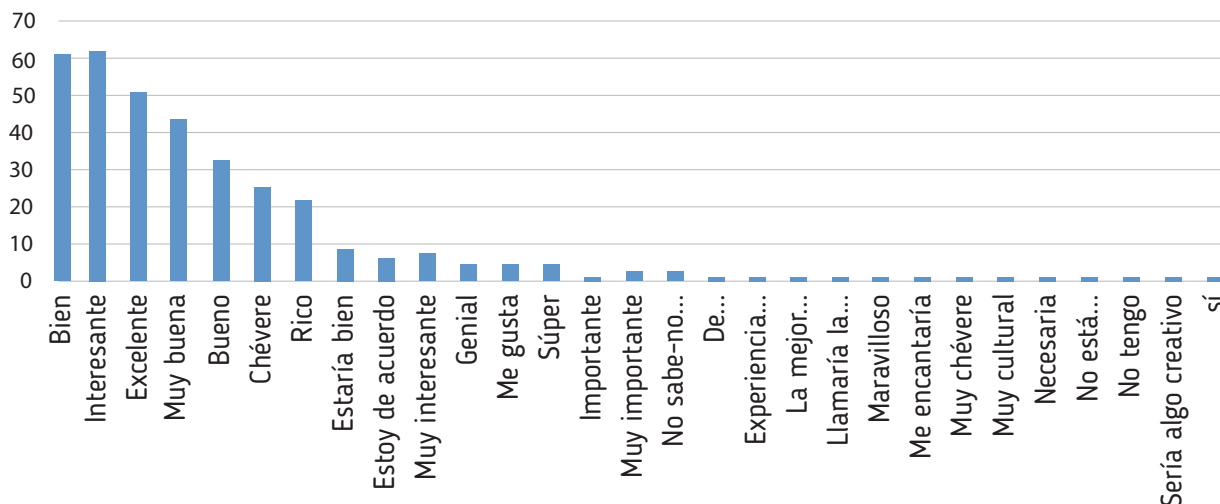
¹³ Esta discusión tuvo lugar en un artículo que se publicó con los resultados preliminares de esta investigación en Castellón y Fontecha, 2018.

La información suministrada por la encuesta aportó datos sobre el perfil de los turistas que visitan estos municipios, algo fundamental para saber si el producto turístico que se está diseñando resulta de algún interés para estas personas o, dadas las respuestas obtenidas, es mejor modificar o incorporar algunos elementos que puedan resultar seductores para este perfil de turista. Los resultados arrojados fueron positivos: el tipo de turismo que se propone en esta ruta turística gastronómica, que busca vivir diferentes experiencias, aventuras, contacto con la naturaleza, con las personas del campo, con sus tradiciones y costumbres, con el paisaje, con los alimentos, parece tener alguna semejanza con el perfil del turista que visita estos municipios. El perfil identificado fue de un turista llamado por el deseo de aventura, que es lo que le ofrece el departamento de Santander, reconocido como una “tierra de aventura”.

En este espacio no se tendrán en cuenta todas las preguntas incluidas en el cuestionario aplicado a los visitantes. Solo se destacarán aquellas preguntas que brindan información precisa sobre el perfil del turista y su opinión sobre la creación de la ruta turística gastronómica en Santander. Esta información resulta muy útil para complementar lo que aquí se ha querido sustentar en cuanto al impacto que la creación y la implementación de la ruta podrían ocasionar en los diversos actores y espacios que participan de ella, y cómo cada uno de esos actores aportarían a su sostenimiento.

Una pregunta fundamental para la investigación es saber la opinión de los visitantes acerca de la creación de la ruta turística gastronómica en Santander, para determinar su viabilidad o, por lo menos, tener un punto de partida. La respuesta emitida por los

Gráfica 5. Opinión acerca de la creación de la ruta gastronómica



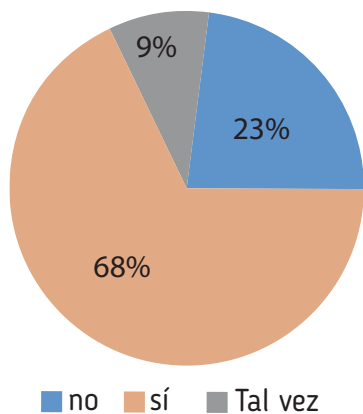
Fuente: las autoras.

visitantes encuestados a dicha pregunta resultó en su mayoría favorable, tal y como se puede observar en la gráfica 5. Esto proyecta una buena aceptación por parte de las personas que de por sí ya visitan los municipios de Santander; mismos que, al diversificarse la oferta turística con la creación del atractivo de la ruta, se podrían convertir en potenciales turistas interesados en realizar el recorrido. La mayoría de los turistas respondieron positivamente a la creación de la ruta, lo cual se toma con mucho agrado, pues estimula la iniciativa y da confianza de que será bien recibida. De antemano, hay que señalar que esta es solo una propuesta que se irá puliendo en la medida en que vaya avanzando la investigación y la profundización de todos los elementos que harán posible su puesta en marcha.

Con la intención de saber qué tanto les interesaría a las personas que visitan estos municipios una ruta gastronómica relacionada con la producción agrícola, se les preguntó si estarían interesados en recorrer los lugares donde se cultivan algunos de los productos más representativos de la región para conocer el proceso de cultivo, recolección y degustación del alimento. Un 68 % respondió afirmativamente, como se aprecia en la gráfica 6. Esta pregunta y la anterior son claves para identificar el impacto y la viabilidad que este concepto de ruta gastronómica podría tener para los turistas que visitan Santander, porque las respuestas de los visitantes van en la misma dirección de los objetivos de la ruta: brindar otras experiencias, lograr una relación mucho más cercana con los alimentos

que produce la tierra, contacto con la naturaleza y el paisaje, con lo local y con las comunidades, lo cual abre las posibilidades de éxito de esta propuesta.

Gráfica 6. ¿Está interesado en conocer el proceso de cultivo, recolección y degustación de los alimentos?

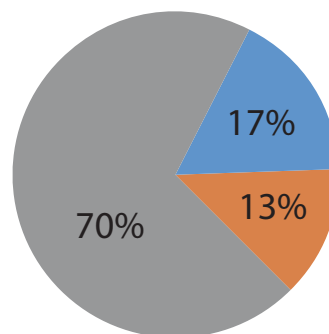


Fuente: las autoras.

Según los datos arrojados por la encuesta, y como se señala en la gráfica 7 que integra las preguntas que brindan información acerca del perfil del visitante, el tipo de turista que visita los municipios que hacen parte de la ruta posee una formación universitaria, viaja con la familia o con los amigos y proviene de un contexto local. Estas características del visitante que frecuenta estos espacios serán de gran valor para definir las actividades que se programarán dentro del recorrido, pues son personas con un buen nivel de formación o en proceso de formación que podrían estar interesadas en conocer a profundidad la historia y las costumbres de la región.

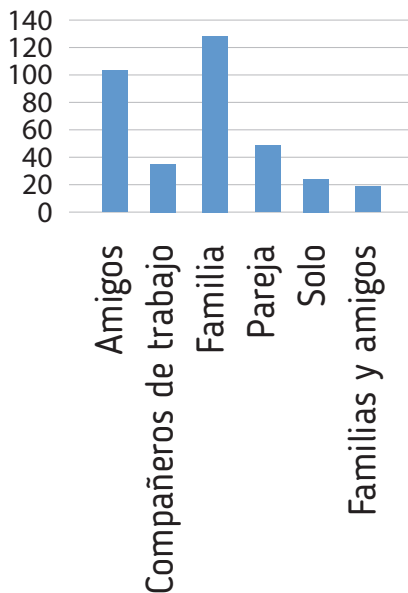
Gráfica 7. Perfil del turista que visita los municipios incluidos en la ruta

Formación académica del visitante

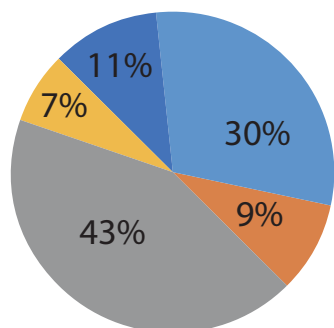


■ Bachillerato ■ Técnica ■ Universitaria

¿Con quién viaja?

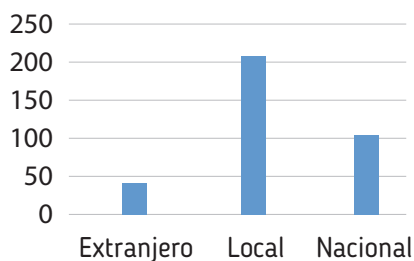


Ocupación del visitante



■ Empleado ■ Empresario ■ Estudiante
■ Independiente ■ Pensionado

Tipo de turista



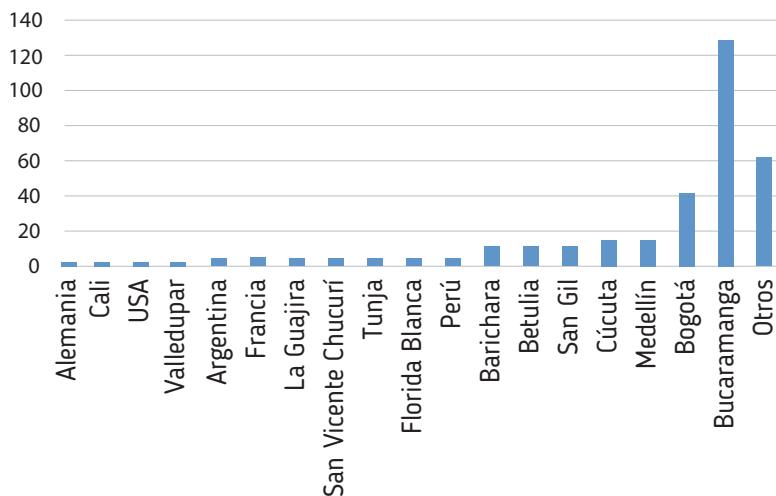
Fuente: las autoras.

Llama la atención que un número importante de visitantes provienen del espacio local (213), es decir, de los municipios del departamento de Santander, especialmente de Bucaramanga y su área metropolitana (ver gráfica 8). Este dato nos indica que el santandereano es un consumidor del turismo regional y

muestra una preocupación por conocer y disfrutar de los atractivos que la tierra le brinda. Esta percepción aporta un aspecto positivo a la ruta: se cuenta con una demanda de turistas regionales que están dispuestos a vivir la aventura que aquí proponemos. De igual forma, la característica del nivel de formación universitario de los visitantes es muy interesante, pues habla de un turismo joven, en formación, cuya mentalidad y espíritu de aventura es ideal para la propuesta de la ruta turística gastronómica, que implica una movilidad constante en el recorrido por las fincas productoras de alimentos.

Otras de las preguntas vinculadas al impacto que los visitantes ocasionarían a la dinámica del turismo en los espacios que conforman la ruta están relacionadas con el motivo de la visita y el presupuesto de gasto del viaje. Se aprecia en la gráfica 9 que el motivo de la visita mayormente seleccionado fue el vacacional, con un 70 %, lo cual resulta relevante porque habla de un flujo constante de personas que visitan estos municipios con el fin de disfrutar y conocer los atractivos que ellos ofrecen. En cuanto al presupuesto de viaje, el rango que obtuvo un porcentaje mayor fue el de menor a trescientos mil pesos con el 59 % (ver gráfica 9). De ello se deduce que los viajes fueron cortos, que no pernoctaron en el lugar que visitaron y que posiblemente fueron visitas de un día o un fin de semana, aprovechando la cercanía de estos municipios con la capital del departamento. Este dato coincide con la característica de la ocupación del visitante que mayor porcentaje registró: estudiante, con un 43 %. Por lo general, este tipo de turista organiza el viaje con amigos que viven en el lugar, o muchos de ellos acampan aprovechando las condiciones naturales, lo cual disminuye los gastos del viaje.

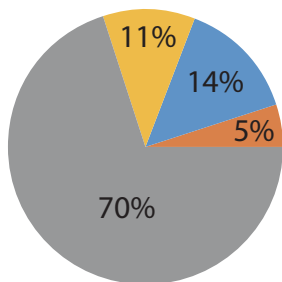
Gráfica 8. Lugar de procedencia del visitante



Fuente: las autoras.

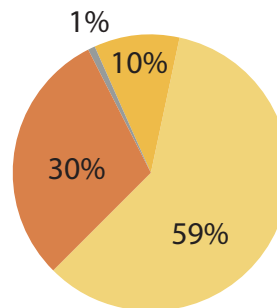
Gráfica 9. Motivo y presupuesto del viaje

¿Cuál es el motivo de la visita?



■ Familiar ■ Laboral
■ otro ■ Vacacional

Presupuesto de gastos del viaje



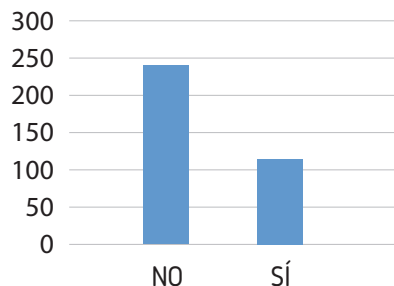
■ Menos de 300.000 ■ Entre 300.000 y 600.000
■ Entre 600.000 y 900.000 ■ Más de 900.000

Fuente: las autoras.

Las observaciones que se realizaron en relación con el desplazamiento de turistas a los municipios de la ruta evidencian que de la capital del departamento, Bucaramanga, llega un número importante de visitantes que vienen en busca del contacto con la naturaleza, con el paisaje, el clima y la gastronomía que ofrecen estos lugares. Ello se aprecia en los conglomerados de personas que se hallan cada fin de semana en los centros de esparcimiento de la Mesa de Los Santos, Barichara y Zapatoca, muchos de los cuales proceden de los municipios del departamento. Esto representa un turismo local que valora y aprecia lo propio.

Estas conclusiones se generaron a raíz de las observaciones realizadas, pero también del análisis de algunas de las respuestas de los visitantes a preguntas como ¿Visita con frecuencia este lugar? La respuesta del no registró un porcentaje alto, con un 66 % (ver gráfica 10), lo que muestra un flujo constante de nuevos visitantes atraídos por la belleza del paisaje, el clima y los alimentos que se ofertan en estos espacios. La fortuna es que son municipios que están cerca entre sí y con la capital del departamento, lo que facilita el desplazamiento continuo de personas.

Gráfica 10. ¿Visita con frecuencia este lugar?



Fuente: las autoras.

La visita a estos espacios que brindan la posibilidad del contacto con la naturaleza es un buen indicador que muestra cómo se va generando cada vez más la necesidad de buscar espacios donde disfrutar de la naturaleza y descansar del pesado ruido y la saturación de las ciudades. Dicha necesidad aumentaría las posibilidades de éxito de la ruta, en la que el turista podría disfrutar de los paisajes santandereanos mientras saborea los productos naturales extraídos de sus campos.

Esta propuesta gastronómica abre un mundo de posibilidades con las cuales ampliar la oferta turística de la región. Esto se debe precisamente a la necesidad ya nombrada y que está aflorando en el turista de hoy, la cual se inclina por el disfrute de alimentos que cuentan historias, productos que poseen una mayor representación con respecto al lugar de procedencia y cuyo valor simbólico refleja la pertenencia a un lugar, a una sociedad y a una forma de preparar los alimentos. Ese tipo de experiencias buscan valorar la historia, la memoria y el origen de los alimentos de esos lugares (Castellón y Fontecha, 2018). En ese sentido, se debe brindar al turista, junto con el disfrute de los alimentos, el conocimiento de la cultura regional, de la historia, de la belleza paisajística y del producto que consume, para que él descubra la relación simbólica que existe entre todos estos elementos. Esa es la percepción que ha quedado en las investigadoras que participaron en este proyecto.

La relación entre el turismo y la gastronomía que en esta investigación se propone se enfoca en resaltar una forma de preservar y divulgar los elementos relacionados con las identidades alimentarias que se hallan en un momento de auge (Muchnik, 2006). En

ello se hace perentorio impulsar el campo y a las comunidades que producen los alimentos representativos de la región, productos que, por el vínculo con la tierra, con la historia y la memoria de las comunidades, le dan identidad al territorio. Esta propuesta beneficiaría a aquellas zonas rurales que hoy enfrentan crecientes grados de marginalización, las cuales, a través del turismo gastronómico en función de la difusión de la identidad de sus productos agrícolas, podrían generar una fuente alterna de desarrollo. Olga Molano (2007) señala al respecto que “El patrimonio es la identidad cultural de una comunidad y es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio, permitiendo equilibrio y cohesión social” (p. 76).

En la zona rural, el campesino históricamente ha generado un vínculo afectivo y simbólico muy fuerte con el alimento y la tierra que produce el alimento. Es en ese espacio en donde más fortalecidos se hayan los lazos de identidad cultural cuando se habla del valor de los alimentos. Es precisamente en el espacio rural en donde se debe rescatar el valor de los alimentos como patrimonio de los pueblos y su vínculo con la identidad local. Esta condición le permitirá ocupar un lugar central como atractivo turístico (Castellón y Fontecha, 2018).

Para concluir, es preciso señalar que el contacto con los turistas, con las personas que cultivan la tierra y con las que pertenecen a la industria alimentaria y turística de la región, transmitieron a las investigadoras sus emociones y deseos por conocer y explorar todo lo que estas tierras tienen por dar, y a lo que no había sido posible acceder por el conflicto armado tan intenso que se vivió en varios de los lugares de

estos municipios santandereanos. Fuimos testigos de un fenómeno que hoy existe: aprecio por disfrutar de los atractivos naturales y gran interés por incluir en los viajes las tradiciones locales y disfrutar más la naturaleza. Eso es de gran relevancia para la propuesta de una ruta turística enfocada en la gastronomía, la cultura y el campo santandereano. Se sabe que se vienen tiempos difíciles para el campo, pues la pandemia de la Covid-19 y la vuelta de la violencia en muchos sectores de Colombia están generando grandes retos. Ante ellos, los entes gubernamentales, como la empresa privada, la academia y las comunidades locales, deben hacer frente, porque es hora de que todos jalen para un mismo lado.

A modo de conclusión general del libro

Los resultados de esta investigación permitieron construir una estrategia que se tradujo en la planeación de una ruta turística gastronómica que, por su concepción diversa, busca impactar de forma positiva no solo el turismo de la región, sino también la creación de empleos directos en el área rural. Además, esta estrategia pretende incentivar el consumo de los productos agropecuarios de la región, proyectando por esta vía la identidad cultural santandereana y el desarrollo rural.

Sin duda alguna, existe una evidente y estrecha relación entre el turismo y la gastronomía. De ahí surgió la idea de la ruta turística gastronómica para potencializar el turismo. En esa relación se hace necesaria una

amplia y mejor organización del sector gastronómico, así como su desarrollo junto con el sector turístico, aprovechando que se tiene una diversidad de platos típicos que describen la idiosincrasia del santandereano y que resultan un atractivo para el visitante. En Santander se cuenta también con diversidad de productos agrícolas que lo identifican como uno de los departamentos con mayor producción agrícola del país.

La necesidad de ampliar y diversificar la oferta turística evidencia la viabilidad de la creación y la implementación de la ruta propuesta, que está enfocada en la gastronomía. En esta ruta, la gastronomía trata no solo la cocina, sino también el consumo de productos del campo santandereano en general. A través de este estudio se pudo corroborar la importancia que dicho concepto de gastronomía tiene como atractivo turístico.

En los municipios visitados es frecuente encontrar restaurantes de personas que han heredado el saber culinario y han decidido explotarlo como una fuente de ingresos. Estos establecimientos son una pieza clave en el engranaje del turismo gastronómico, pero es importante señalar que en la ruta también se fomentará que en las casas de las familias de los agricultores y en los mismos mercados locales o plazas de mercado se puedan ofrecer alimentos elaborados con identidad regional para el consumo de locales y visitantes.

Los resultados obtenidos a través de las encuestas muestran que los turistas de hoy optan por degustar la gastronomía local y conocer lo que consume el poblador, conocer su cultura y su historia, y tener mayor

contacto con la naturaleza y con experiencias de vida. En gran medida, esta ruta turística gastronómica conjuga todos esos aspectos, porque la propuesta no solo se enfoca en el incremento de una actividad económica o del crecimiento económico, sino que también trata de crear una forma más integral con la que además haya un enriquecimiento cultural, social y de relación del individuo con su entorno. Con este proyecto corroboramos que los alimentos también son concebidos como recursos turísticos, ya que son parte del patrimonio de los pueblos y están relacionados con su identidad local.

Adicionalmente, con esta investigación se ha evidenciado que a nivel regional son pocos los estudios que enfatizan y resaltan la valiosa relación que históricamente se ha dado entre los alimentos, la cocina y la identidad de un pueblo. Esta investigación en torno a los alimentos y a la cocina hace énfasis en los simbolismos y en los imaginarios que envuelven los hábitos y las prácticas alimentarias, así como la producción de alimentos y bebidas en nuestras regiones. Aquí se parte de la concepción que el campesino tiene del producto que cultiva, de la tierra y de su relación con ella, porque todo el proceso de cultivo, preparación y degustación de los alimentos tiene un simbolismo que hace parte de la identidad, de la historia en común y de la memoria ancestral.

Esta propuesta podría incrementar la producción agrícola y aportar en el desarrollo de aquellas regiones marginadas del departamento, en donde existe el deseo de seguir cultivando la tierra. Sin embargo, por el poco apoyo y los escasos recursos económicos con los que cuenta el campesino, además de la imposibilidad de sacar sus productos al mercado, en

dichos lugares se dificulta su producción. Por eso, la ruta turística gastronómica podría convertirse en un ingreso adicional para el campesino que solo vive de lo que la tierra le brinda. Esto representaría una buena estrategia a la hora de buscar alternativas para el desarrollo rural, porque ella le agregaría valor a las producciones agroalimentarias que están en manos de pequeños productores, y especialmente aquellas producciones en las que se emplean procesos artesanales para su elaboración.

En cuanto a los modelos aplicados a las políticas públicas, el modelo de desarrollo sostenible implementado en la mayor parte de los países occidentales se materializa en el crecimiento económico neoliberal, expresado en la gestión óptima para hacer más eficiente la explotación de todo tipo de recursos, entre otros, los ambientales, humanos y culturales. Así, esta propuesta fue innovadora porque permitía captar diferentes nichos de mercado turístico, gracias a la competitividad que permitía la rentabilidad para los sectores más favorecidos, y desconocía de fondo las problemáticas y los costos ambientales y sociales que este genera. Del mismo modo, el modelo de Turismo Sostenible que ratificó Colombia ha llevado a un consumo ilimitado de todos los recursos. No obstante, su gestión y planificación ha mostrado su inviabilidad ya que una considerable parte de la población colombiana, especialmente de los sectores y comunidades menos favorecidos, continúa sin poder tener acceso a este derecho y a los beneficios de la actividad turística. Por otra parte, con ese modelo no se ha podido contener la depredación cada vez más acelerada de la naturaleza.

Aunque si bien algunos países de América Latina, grupos étnicos y asociaciones solidarias y comunidades están implementando a través de las diferentes políticas públicas modelos de turismo alternativo (como el turismo social y el turismo comunitario, en donde cabe la ruta que aquí proponemos), es necesario que estos se apliquen cada vez más, con el fin de que se logre alcanzar un mayor beneficio para las comunidades locales, los grupos sociales que tienen menos acceso, el diálogo horizontal intercultural, y la preservación del medio ambiente y de los territorios.

Referencias

- Abu-Shams, L. (2008). La alimentación como signo de identidad cultural entre los inmigrantes marroquíes. *Zainak*, 177-193.
- Acevedo Tarazona, Á. (2018). El concepto de patrimonio a partir de la historiografía santandereana, Colombia. Apuntes. *Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 31(2).
- Agronegocios (2020). Potencial del aguacate Hass en Colombia. <https://www.agronegocios.co/agricultura/de-33-millones-de-hectareas-aptas-para-el-aguacate-hass-solo-estan-sembra-das-075-3029556>
- Agronegocios (2021). ICA *discutió con los agricultores de Santander el plan de acción para prevenir el HLB en cítricos*. <https://www.agronegocios>.

co/agricultura/productores-de-santander-socializaron-avances-del-plan-de-prevencion-control-y-erradicacion-del-enverdecimiento-de-los-citricos-3123934#

Aguilar Castellanos, Á. (2011). *Historias vivas de la chicha y del guarapo*. Fundación el Libro Total.

Alcocer, J. (2013). Competitividad en el sector turístico una revisión de la literatura. *Lebret* (5), 271-279. <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/833>.

Arango, R. N., Africano, G. N., y Viana, A. R. L. (2018). La gastronomía colombiana. Atractivo turístico en crecimiento. *Hitos de Ciencias Económico-Administrativas*, 24(68), 103-115.

Arcila, A. (2017). *El café más caro de Colombia: Mesa de los Santos*. <https://www.las2orillas.co/cafe-mas-caro-colombia-mesa-los-santos/>

Ardila Díaz, I. (1988). *El pueblo de los Guanes, raíz gloriosa de Santander*. Instituto Colombiano de Cultura.

Ardila, J. y Duarte, E. (2011). *Factibilidad para la creación de una empresa productora de vino de cacao en el municipio de San Vicente de Chucurí* (Tesis de pregrado). Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Bucaramanga.

Arenas, E. (2006). *Siete Leguas: proceso histórico de poblamiento y de posicionamiento urbano en Santander*. Casa de Libro Total.

Arévalo, J. M. (2004). Tradición, patrimonio e identidad. *Revista de Estudios Extremeños*, 925-956.

Arregocés, E., y de Jesús, J. (2013). Potencialidad de una ruta gastronómica en el departamento de la Guajira.

Arribas Jiménez, A. (2004). *Sabores que saben: los alimentos de la naturaleza*. Alianza.

Arruda, D., y Branco, M. (2012). Oferta turística virtual. Un estudio del metaverso. *Estudios y perspectivas en turismo* 21(4), 876-903. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056005.pdf>.

Baena, M.P. (2014). El cactus de la vida. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/el-cactus-de-vida-articulo-510504>

Baribbi, A. y Spijkers, P. (abril de 2011). *Campesinos, tierra y desarrollo rural. Reflexiones desde la experiencia del Tercer Laboratorio de paz*. Asistencia Técnica Internacional desde el Tercer Laboratorio de paz.

Barichara, Colombia Turismo Web (s.f.). <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/BARICHARA/BARICHARA.htm>

Barragán López, E. (1999). *Frutos del campo michoacano*. Colegio de Michoacán.

Barrera, E. (2006). Rutas Alimentarias Estrategias culturales de desarrollo territorial. Patrimonio Cultural y Turismo. *Cuadernos* (15). Itinerarios

- culturales y rutas del patrimonio. CONACULTA. https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/rutas_alimentarias_estrategia_cultural_de_desarrollo_rural_2006.pdf
- Barrera, E. (2007). El turismo rural: un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En C. Vieytes. (ed.). *Agronegocios alternativos, enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Editorial Hemisferio Sur.
- Barrera, E. (2009). *Rutas Alimentarias: una estrategia de negocios inclusivos que vincula las políticas agrarias y turísticas. Le tourisme en Amérique latine enjeux et perspectives de développement*. <https://etudescaribeennes.revues.org/3828>
- Barrera, E., y Bringas, O. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic sciences*, 3(706), 1-11.
- Bejarano Ávila, J.A. (1988). *El despegue cafetero (1900-1928)*. En: Historia Económica de Colombia. 67-125. Bogotá: Banco de la República.
- Blanco, F. C. (2012). *Historia de la cultura campesina santandereana y su arraigo en el departamento de Santander*. Producciones Gráficas.
- Bonow, M., y Rytönen, P. (2012) Gastronomy and tourism as a regional development tool- the case of Jämtland. *Advances in Food, Hospitality and Tourism*, 2(1): 2-10. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:685099/FULLTEXT01.pdf>
- Bruntland, H. y Khali, M. (1988). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nuestro Futuro Común*. <https://undocs.org/es/A/42/427>
- Camacho, J. (2006). Bueno para comer, Bueno para pensar. Comida, cultura y biodiversidad en Cotacachi. En R. E. Rhoades (editor), *Desarrollo con identidad: Comunidad y Cultura y Sustentabilidad de Los Andes* (pp. 237-266). Abya Yala.
- Castellanos, J de. (1857). *Elegías de varones ilustres de Indias*. Rivadeneira.
- Castellanos, J de. (1886). *Historia del nuevo Reino de Granada*. España-Madrid: Imprenta de A. Pérez Dubrull. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/15910>
- Castellón, L. y Fontecha, J. (2018). La Gastronomía: Una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander, *Turismo y Sociedad*, (22). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3179544
- Castells, M. (2008). El Reconocimiento Internacional de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Inmaterial: Oportunidades para el Turismo Gastronómico Balear. *Boletín Gestión Cultural*(17: Gestión del Patrimonio Inmaterial), 1-16.
- Castillo, A. B., Ariza, L. G., y Villalba, W. D. G. (s.f.) *Investigación Concluida Área Temática: Turismo y gastronomía para el desarrollo local. La gastronomía reflejo de la identidad cultural, dinamizadora*

- del desarrollo turístico de Cartagena de Indias.* <https://www.colmayor.edu.co/wp-content/uploads/2020/03/14.-LA-GASTRONOM%C3%8DA-REFLEJO-DE-LA-IDENTIDAD-CULTURAL-.pdf>
- Celis, T. (2011). *Familia Rangel, seducida por el vino.* <http://www.gentedecabecera.com/2011/12/%E2%80%9C-me-satisface-hacer-un-producto>
- Centro de Investigación y Educación Popular-CINP (2019). Especial: Las voces jóvenes del campo hablan. *Programas por la paz.* <https://www.cinpep.org.co/Home2/component/k2/675-especial-las-voces-jovenes-del-campo-hablan.html>
- Church, D. (1984). *Santander siglo XIX: cambios socioeconómicos.* Carlos Valencia Editores.
- Clemente, J., Bote, M., y Sánchez, P. (2018). El turismo social accesible como nuevo modelo turístico. *Cuadernos de turismo* (41), 139-159. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/326981/228751>.
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. (1995). *Carta del turismo sostenible.* <https://www.biospheretourism.com/assets/arxius/cc909a-3b8279ee1838274c43114f54a2.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (1996). *Ley 300 de 1996, ley General de turismo.* <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social Departamento Nacional de Planeación. (2005). *Documento Compes Política sectorial de turismo República de Colombia.* https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/CONPES_3397_.pdf
- Contreras, J. (2002). Los aspectos culturales en el consumo de la carne. En M. Gracia, *Somos lo que comemos: Estudios de alimentación y cultura en España* (pp. 221-248). Ariel.
- Correa, D., Pinto, K. y Reyes, M. (2017). *Patrimonio detenido en Piedra.* Universidad Externado de Colombia. https://issuu.com/fotoexternado/docs/fotolbro_finaaaaaal_chicas
- Cumbre de Quebec. (2002). *Declaración de Quebec sobre Ecoturismo.* <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/X/03.pdf>
- Cumbre Mundial de Turismo Sostenible+20. (2015). *Carta Mundial de turismo sostenible+ 20.* <https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2016/01/151230-Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible.pdf>
- Declaración de Montreal. (1996). *Declaración de Montreal. Por una visión Humanista y social del turismo.* <https://bitsamericas.files.wordpress.com/2010/04/declaracion-de-montreal-vs-esp.pdf>
- Declaración de San José sobre el turismo rural comunitario. (2003). http://www.bizkaia21.eus/biblioteca_virtual/descargar_documento.asp?idDoc=239&idSubArea=18&idPagina=124&volver=3&idioma=eu&pag=2&orden=1&tipoOrden=0

- Delgado Salazar, R. (2001). Comida y cultura: Identidad y significado en el mundo contemporáneo. *Estudios de Asia y África*, 83-108.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE (2021), *Comunicado de prensa Pobreza monetaria*. Bogotá, D.C. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2020/Comunicado-pobreza-monetaria_2020.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (2007). *Plan Nacional de desarrollo 2006- 2010: Estado comunitario desarrollo para todos*. https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pnd_tomo_1.pdf
- Durán, M. (2018). *Identidad Santandereana*. <http://identidadsandandereana.blogspot.com.co/>
- Enríquez, G. y Paredes, A. (1985). *El cultivo de cacao*. Universidad Estatal a Distancia.
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 193-213.
- Espíndola, E. V. (2016). Rutas de Esperanza. (SENA, Ed.) *Tantico Sabor a Leña*, 3-5.
- Fajardo, D. (2019). *Agricultura, campesinos y alimentos en Colombia (1980-2010)*. Serie I Cuadernos del CIDS. Universidad Externado de Colombia.
- FAO (2012). *La evaluación económico-financiera de los sistemas de cultivo de cítricos biológicos (orgánicos)*. <http://www.fao.org/economic/est/publications/publicaciones-sobre-frutas-y-verduras/es/>
- Fernández de Oviedo, G. (1959). *Sumario de la natural historia de las Indias*. Fondo de Cultura Económica. <https://repositorios.cihac.fcs.ucr.ac.cr/cmelenendez/bitstream/123456789/573/1/SumarioNaturalHistoriaIndias.pdf>
- Ferri, M., Dura, E. y Garces, J. (2013). Samast: Instrumento para la sostenibilidad turística. *Papers de Turisme (54)*, 201- 221.
- Forero González, J. (2012). *Identificación de acciones comunitarias para la conservación de los caminos reales en Santander*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1882/digital_22255.pdf?sequence=1
- Fountain, A. y Huetz-Adams, F. (2020). *Barómetro del Cacao 2020*. <https://www.voicenetwork.eu/wp-content/uploads/2021/04/2020-Baro%CC%81metro-del-Cacao-ES.pdf>
- Fray Pedro Simón. (2009). *Noticias historiales de las conquistas de la Tierra Firme de las Indias Occidentales*. Tomo IV. Círculo de lectores.
- Friede, J. (1960). *Descubrimiento del Nuevo Reino de Granada y fundación de Bogotá, 1536-1539: según documentos del Archivo General de Indias, Sevilla (revelaciones y rectificaciones)*. Banco de la República.
- Garcilaso de la Vega (1609). *Primera Parte de los Comentarios Reales*. Oficina de Pedro Crassbeeck. <http://shemer.mslib.huji.ac.il/lib/W/ebooks/001531300.pdf>

- Ghisi, L. y Macedo, S. (2006). Turismo virtual on line: un estudio em sites brasileiros que divulgam o turismo.
- Gobernación de Boyacá. (2021). *Se conformo la Red de Turismo comunitario de Boyacá*. <https://www.boyaca.gov.co/se-conformo-la-red-de-turismo-comunitario-de-boyaca/>
- Gómez Forero, R. (2000). *El pueblo en donde en mayo florecen los tejados: homenaje poético a Zapatoca*. Casa de Libro Total.
- Gómez, M.A. (2005). *El mercado mundial de maracuyá*. Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial CIESTAAM, Universidad Autónoma Chapingo. http://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html
- Gudynas, E. (2010). Desarrollo sostenible: una guía básica de conceptos y tendencias hacia otra economía. *Otra Economía, Revista Latinoamericana de economía social y solidaria*, 4(6), 43-65. <http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/view/1182/344>.
- Guía Turística de Santander Colombia (s.f). Ministro de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=fbe6e31-ac3e-4ebc-b8f6-8ca27674c8df>
- Guía Turísticas de San Vicente de Chucurí (2019). Alcaldía de San Vicente de Chucurí, Unidades Tecnológicas de Santander. https://issuu.com/tierracacaotera/docs/sanvicentedechucur_c74c-c30942aaaa
- Gumilla, J. (1944). *El Orinoco ilustrado y defendido. Historia natural, civil y geográfica de este gran río y de sus caudalosas vertientes*. Banco de la República.
- Hall, S. (2003). Introducción ¿Quién necesita la “identidad”? En S. Hall, y P. d. Gay, *Cuestiones de Identidad* (pp. 13-39). Amorrortu.
- ICA. (2017). *Censo Pecuario Nacional*.
- ICOMOS. (1999). *Carta internacional sobre turismo cultural. La gestión del turismo en los sitios con patrimonio*. México. https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Izcara, C., y Cañada, E. (2020). *Slow tourism: ¿poco a poco, más cerca, de forma consciente?* Alba Sud. <http://www.albasud.org/blog/es/1223/slow-tourism-poco-a-poco-ms-cerca-de-forma-consciente>
- Jacob, H.J.E. (1935). *Coffee. The Epic of a Commodity*. Times.
- Juárez, J. y Ramírez, B. (2007), El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México, *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XI(236). <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-236.htm>
- Jurado, M. (2014). El turismo accesible en Andalucía y Portugal. *Cuadernos de turismo* (33), 121-150. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195681/160201>

- Lanquar, R. y Rivera, M. (2010). El proyecto “TRES” y la “Declaración de Córdoba” (España): una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 8(4), 673-687. http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PSO410_21.pdf.
- Llano, F. A. (2017). Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero y la salazón, bases para el turismo alimentario en Nemocón. *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 295-306.
- Lombana R. y Díaz, A. (2004). *Condiciones socioeconómicas del sector cacaoero en Santander: El caso San Vicente de Chucurí* (Tesis de pregrado). Universidad Industrial de Santander, Facultad de Ciencias Humanas, Bucaramanga.
- Londoño Vélez, S. (2000). Industrialización del cacao en el siglo XX: de la artesanía a la gran industria. *Revista Credencial Historia* (130), <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/octubre2000/130industria.htm>
- López-Guzmán, T., y Jesús, M. M. (2011). Turismo, Cultura y Gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922.
- Maciel, M. E. (2005). Identidade Cultural e Alimentação. En A. M. Canesqui, y R. W. Diez García, *Antropologia e Nutrição: um diálogo possível* (pp. 49-56). Editora Fiocruz.
- Martínez, A. y Rivera, M. (2008), *Factibilidad para la creación de una empresa productora de pulpa de piña empacada al vacío en el municipio de la Mesa de los Santos, Departamento de Santander* (Tesis de pregrado). Universidad Industrial de Santander, Instituto de Educación a Distancia, Bucaramanga.
- Melo, J.O. (2016). *Una brevísima historia de Barichara*. <http://www.jorgeorlandomelo.com/barichara.html>
- Mesa, D. G., y Ardila, B. G. (01 de Mayo de 2012). Buenos trabajadores, frenteros y echaos pa’ lante. *Vanguardia*. <http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/154761-buenos-trabajadores-frenteros-y-echaos-pa-lante>
- Millán, G. y Agudelo, E. (2010). El turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. *Pasos, revista de Turismo y patrimonio Cultural*, 8(1), 91-112. www.pasosonline.org
- Millán, G., Morales, E. y Pérez, L. (2011). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos*, 65: 113-137.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, & Artesanías de Colombia. (2009). *Políticas de turismo y artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción artesanal y el turismo colombiano*. <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/Politica%20Turismo%20y%20Artesanias.pdf>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, & Fondo Nacional de Turismo. (2019). *Manual de turismo accesible, Turismo para todos*. https://www.turismoparatodos.co/pdf/MANUAL_TURISMO_PARA_TODOS_.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y turismo, y Ministerio de Cultura. (2007). *Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. <https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). *Política para el desarrollo del ecoturismo*. https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2003/POLITICA_PARA_EL_DESARROLLO_DEL_ECOTURISMO.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Plan Sectorial de Turismo 2008- 2010: Colombia Destino Turístico de Clase Mundial*. https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2008/PLAN_SECTORIAL_2008-2010.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009a). *Lineamientos para el ecoturismo comunitario en Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009b). *Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*. http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/82.Politica_de_Competitividad_Turistica.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009c). *Política de mercadeo y promoción turística de Colombia*. http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/83.Politica_de_Mercadeo_y_Promocion_Turistica_de_Colombia.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009d). *Política de Turismo Social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos*. <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/Politica%20Turismo%20Social.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Plan sectorial de turismo 2011- 2014: Turismo: factor de prosperidad para Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=b148aab9-97ec-4794-b602-b48723286bc0>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014- 2018. Turismo para la construcción de la paz*. Obtenido de: http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/155.Plan_sectorial_de_turismo_2014_2018.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Plan estratégico de seguridad turística. Bogotá Colombia*. https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_2.PDF

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan sectorial de turismo 2018- 2022, Turismo: el propósito que nos une*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Política de turismo cultural*. https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismo-cultural/Documents/08_politica_turismo_cultural.pdf
- Ministerio de Cultura. (2008). *Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/salvaguardia-patrimonio-cultural-inmaterial/Documents/03_politica_salvaguardia_patrimonio_cultural_inmaterial.pdf
- Ministerio de Cultura. (2012). *Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/Pol%C3%ADtica%20de%20las%20cocinas%20tradicionales%20de%20Colombia/Documents/pol%C3%ADtica-julio%205%202013%20BBCC-%20final%20impresa.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2012). *Política Pública para el Conocimiento, la Salvaguarda y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales en Colombia*. MinCultura.
- Ministerio de Desarrollo Económico. (2000). *Política turística para una sociedad que construye la paz*. Ministerio de Desarrollo Económico.
- Molano L, O. L. (mayo de 2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Ópera* (7), 69-84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020258>
- Molina, S. (2006). *El posturismo: Turismo y posmodernidad*. Trillas. <http://bauldelturismo.com/wp-content/uploads/2019/01/El-Posturismo-Sergio-Molina.pdf>
- Montes Hidalgo, J.M. (2007). Antonio Caballero y Góngora, un virrey ilustrado. *Revista Péndulo*, (7), 315-331.
- Moreira, P. (2000). *Turismo: hacia una visión holística. El caso de Uruguay*. <https://www.colibri.udear.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/22518>
- Muchnik, J. (2006). Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores, *Agroalimentaria*, 11, 89-98. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199216556008>
- Naciones Unidas. (1992). *Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/rio-declaration.htm>
- Núñez Hartmann, S. (2012). *Así es Santander*. Casa de Libro Total.
- Olarte Carreño, A. (2006). *La construcción del ferrocarril de Puerto Wilches a Bucaramanga 1870 a 1941: síntesis de una obra discontinua y costosa*. Casa del Libro Total.

- Organización de los Estados Americanos. (2015). *Declaración de Lima sobre el turismo rural en las Américas*. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/tallerdeturismo/wp-content/uploads/sites/119/2015/11/DECLARACION-DE-LIMA-SOBRE-TURISMO-RURAL-COMUNITARIO-EN-LAS-AMERICAS.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. Declaración de Otavalo (Ecuador) Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf
- Organización Internacional del Turismo Social. (2006). *Adenda de Aubagne*. <https://isto.international/wp-content/uploads/2020/02/Declaracion-Montreal-ES.pdf>
- Organización Internacional del Turismo Social. (2019). *¿Quiénes somos?* <https://isto.international/?lang=es>
- Organización Internacional del Turismo Social. (2020). *El turismo como herramienta de desarrollo, 20 ejemplos de turismo responsable y solidario en todo el mundo*. https://isto.international/cp_news/20-good-practices-in-fair-and-responsible-tourism/?lang=es
- Organización Mundial del Turismo. (1980). *Declaración de Manila sobre turismo mundial*. <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/getDocument.pl?id=749>
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Código Ético Mundial para el turismo*. <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2005). *Declaración sobre el turismo y los objetivos de desarrollo del milenio*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwto-gad.2005.3.l005505326008936>
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo por un turismo accesible para todos*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo Sostenible*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Orriols, J.M. (2014). *Cristóbal Colón llevó Ribeiro en su primer viaje a América*. https://www.lavozdegalicia.es/noticia/pontevedra/pontevedra/2014/08/31/cristobal-colon-llevo-ribeiro-primer-viaje-america/0003_201408SU31P2991.htm
- Pachón, F. (2007) Desarrollo rural: más que desarrollo agrícola. *Revistas de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 54(1): 50-61. <http://www.fao.org/3/a-ah500s.pdf>
- Palomino, B., Gasca, J., y López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El periplo sustentable*

- Número 30, pp. 6- 37 <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689001.pdf>.
- Palomo, S. (2006). *El turismo justo y la creación de sistema de producción de servicios turísticos responsables. Estudios turísticos* (68), 7-46. <https://pdfs.semanticscholar.org/ed98/b0f34ca8b-1b27128a4bd529640c76041e06e.pdf>
- Pardo, J. (2011). *Francisco Hernández: medicina e historia natural en el Nuevo Mundo*. CSIC
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3): 507-513
- Perfetti, J. y Cortés, S. (2013). La agricultura y el desarrollo de los territorios rurales. En J. J. Perfetti, Á. Balcázar, A. Hernández y J. Leibovich. *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia* (pp. 1-58). Fedesarrollo, Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), Incoder, Finagro, Banco Agrario.
- Pico, R. P. (2012). Sustento, placer y pecado: La represión en torno a la producción y el consumo de chicha en el nororiente neogranadino, siglo XVIII. *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 17(2), 343-370.
- Pine, B.J y Gilmore, J.H. (2000). *La economía de la experiencia: el trabajo es teatro y cada empresa es un escenario*. Ediciones Granica.
- Pinilla Díaz, C.R. (2015). *Muy breve historia de la fundación de Zapatoca*. <http://correvedile.com/carmenpinilla/fundacion-zapatoca>
- Pinzón, G.I. (2007). *Historia de la formación de Santander, sus provincias y municipios*. Casa del Libro Total
- Pinzón, L. R., Prada, J. S., Chávez, J. Y., y Sánchez, J. V. (2017). Sentimiento propio de “santandereanidad”: Reflejo de la literatura y los autores. *La Tercera Orilla*.
- Pita Pico, R. (2013). *Vestigios de la lengua guane: una aproximación al fenómeno del mestizaje idiomático en Santander*. Lingüística y Literatura.
- Plan de Desarrollo “Bucaramanga, ciudad de oportunidades” (2020-2023). <https://www.bucaramanga.gov.co/noticias/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023-3.pdf>
- Plan de Desarrollo de Santander “Siempre contigo y para el mundo” (2020-2023). https://www.santander.gov.co/images/comunicaciones/archivos/PDD_Santander_Contigo_y_para_el_Mundo_2020_2023_AprobadoPlenariaRCI.pdf
- Plan de Desarrollo Departamental, Santander (2016-2019). *Santander nos une*. Gobernación de Santander. http://www.santander.gov.co/images/cooperacion/plan_de_desarrollo.pdf
- Plan de Desarrollo Económico y Social del Municipio de Los Santos (2017). https://www.google.com.co/search?q=turismo+mesa+de+los+santos+plan+de+desarrollo&ei=eMIBWs__O8mAm-QHg4a6ADw&start=0&sa=N&biw=1366&bih=637

- Plan de Desarrollo Económico, Social y Ambiental de Villanueva. *La Oportunidad del Cambio*. https://es.slideshare.net/urielsito1234/plan-dedesarrollodevillanueva_
- Plan de Desarrollo Municipal de Barichara “En un solo sentir” (2020-2023). https://baricharasantander.micolombiadigital.gov.co/sites/baricharasantander/content/files/000517/25815_plan-de-desarrollo-municipal-barichara-en-un-solo-sentir-2020_2023.pdf
- Plan de Desarrollo Municipal de San Vicente de Chucurí: “San Vicente Tiene Futuro” (2020-2023). Alcaldía de San Vicente. <http://www.sanvicentede-chucuri-santander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-san-vicente-tiene-futuro>
- Plan Departamental de Extensión Agropecuaria, 2020-2023 (2020). Gobernación de Santander, Secretaría de Agricultura. <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Publishing/Images/Paginas/PDEA/Antioquia.pdf>
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico “Barichara siempre con la gente” (2016-2025). https://baricharasantander.micolombiadigital.gov.co/sites/baricharasantander/content/files/000286/14264_pedt--barichara.pdf
- Plan Nacional de Desarrollo de Colombia: “Todos por un Nuevo país” 2014-2018 (2014). Presidencia de la República, Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%201%20internet.pdf>
- Ponce de León, C. (2005). *Crónica del Perú. El señorío de los incas*. Fundación Biblioteca de Ayacucho.
- Prieto, M. F., y Triana Valiente, M. F. (2019). Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística (*Gastronomic Routes in the State of Meta: A Proposal of Tourist Sustainability*). *Turismo y Sociedad*, 25.
- PromPerú. (2017). *Perú, mucho gusto. Cómo descubrir un país a través de su gastronomía*. PromPerú.
- Quiroga Dallos, I. A. (2016). Tierra de arepas. *Tantico Sabor a Leña. Por la Provincia de Soto*, 34-35.
- Ramírez, J., Valero, G. y Martínez, P. (2019). Oportunidades de las Minicadenas Productivas del Sector Cacao de Santander Frente al Pos Conflicto Colombiano. *Económicas CUC*, 40(2), 153-182. <http://dx.doi.org/10.17981/econuc.40.2.2019.10>
- Rasteletti, A. y Salamanca, S. (2020). El aporte del programa de formalización a la solución de la informalidad en la tenencia de la tierra y su articulación con las nuevas políticas de tierras y catastro. *Boletín Cultura GEO/ICDE, IGAC*, 4, Catastro Multipropósito: Transformación al servicio de los colombianos. Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 14-18. https://www.icde.org.co/sites/default/files/field/image/202008_Boletin-CulturaGeoIV.pdf
- Restrepo Llanos, M. C., y Cifuentes, M. (1994). *La chicha, una bebida fermentada a través de la historia*. Instituto Colombiano de Cultura.

- Restrepo, C. (2010). Alimentación y culinaria durante la Independencia. *Revista Credencial Historia* (250), <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/octubre2010/culinaria.htm>
- Ríos, E. d. (2002). La cocinaza comedida. UNAB.
- Rodríguez-Martínez, L. M., y Cáceres-Flórez, W. A. (2016). Salvaguarda del patrimonio cultural gastronómico santandereano. *Jangwa Pana*, 15(1), 43-57.
- Rodríguez-Martínez, L. M., y Dallos, I. A. Q. (2020). Patrimonio gastronómico de la Provincia de Yariguíes (Santander). *Jangwa Pana*, 19(2).
- Rojas, M.A. (2013). *Grajales, donde nace el vino colombiano*. http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-grajales__donde_nace_el_vino_colombiano-seccion--nota-57146.htm
- Romero Contreras, A. T., Viesca González, F. C., y Hernández Tellez, M. (2010). Formación del patrimonio gastronómico del Valle de Toluca, México. *Ciencia ergo-sum*, 239-252.
- Rostain, S. (2013). *Tercer Encuentro Internacional de Arqueología Amazónica*. Instituto Francés de los Estudios Andinos.
- Ruta del Vino en Colombia (2017). *Una lista de bodegas, cavas y viñedos para que disfrutes Colombia en una copa de vino*. <http://www.colombia.co/esta-es-colombia/cultura/gastronomia/ruta-del-vino-en-colombia/>
- Sánchez, J.M. (2005). *La alimentación y la nutrición a través de la historia*. Glosa.
- Schlüter, R. G. (2006). *Turismo y Patrimonio Gastronómico: Una perspectiva*. Centro de Investigación y Estudios Turísticos CIET.
- Servicio Nacional de Aprendizaje. (2015). *Tantico Sabor a Leña: área metropolitana de Bucaramanga y sus alrededores*. SENA.
- Servicio Nacional de Aprendizaje. (2016). *Tantico Sabor a Leña: por la Provincia de Soto*. SENA.
- Soto, D. (2006) La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia, *Territorios con Identidad Cultural*, 1-39. http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Soto_URIBE_desarrolloterritorialrural.pdf
- Thomé, H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía, *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, 47. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Toro, G. (2003). La política pública de turismo en Colombia. *Turismo y sociedad*, 2, 9-16. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2204>
- Toussaint-Samat, M. (1991). *Historia natural y moral de los alimentos*, 8. *Frutas y vegetales*. Alianza.

- Tovar, H. (2000). El cacao en la sociedad colonial: llegó a ser el primer producto agrario de exportación. *Revista Credencial Historia* (130). <http://www.banrepultural.org/node/32925>
- Trujillo, A.M. (2016). *Los caminos de Geo von Lengerke: un redescubrimiento a través del arte*. <https://www.goethe.de/ins/co/es/kul/mag/20872627.html>
- Valcárcel García, D., y Venegas Pardo, A. (2015). La Comida Típica dentro de la Internacionalización de la Oferta Gastronómica en Bogotá (*Typical Food within Internationalizing Gastronomy in Bogotá*). *Turismo y Sociedad*, (16).
- Van Huis, A., Van Itterbeeck, J., Klunder, H., Mertens, E., Halloran, A., Muir, G., & Vantomme, P. (2013). *Edible insects: future prospects for food and feed security* (171). Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Vargas, J. (2015). *Hotel Rural en Los Santos, Santander* (tesis de pregrado). Bucaramanga: Universidad Santo Tomás, Facultad de Arqueología. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/866/2015-VargasSalcedoJimena-Maria-Tesis.pdf?sequence=1>
- Vázquez, J. S. C., Méndez, K. M., Sánchez, L. M. V., & Corzo-Arévalo, D. (2020). La gastronomía como factor de motivación para viajar: un estudio sobre el turismo gastronómico en Santander. *IF Ciencias sociales y humanidades*, 1(1), 58-67.
- Vergara y Vergara, J. (2007). *Las tres tazas*. <https://www.ensayistas.org/antologia/XIXA/vergara/>
- Vesga, M. (2014). *TOCA, Hotel Boutique*, (Tesis de pregrado). Bucaramanga: Universidad Santo Tomás, Facultad de Arquitectura. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/20505/2014%20Manuel%20Vesga.pdf?sequence=1>
- Voyses, O. (2000). *Mejoramiento genético de frijol: legado de variedades de América Latina*. Centro Internacional de Agricultura Tropical.
- Yumisaca, J. Mendoza, A. y Gonzabay, J. (2017). La nueva ruralidad y el turismo, una alternativa de desarrollo sostenible en Dos Mangas, provincia de Santa Elena (Ecuador), *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(2), 120-126.
- Zahedi, K. y Gudynas, E. (2008). *Ética y desarrollo sostenible América Latina frente al debate internacional*. https://flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/10256.Analisis_ZahediGudynas.pdf

Anexo 1

Ficha Técnica de la encuesta Proyecto de Investigación

Ruta turística: gastronomía, identidad cultural, desarrollo rural en Santander, modelos y políticas de turismo en Colombia.

Universidad de Santander

Universidad de Boyacá

REALIZADA POR	Las investigadoras responsables del proyecto.
NOMBRE DE LA ENCUESTA	Encuestas a turistas y visitantes sobre gastronomía.
OBJETIVO DE LA ENCUESTA	Identificar el perfil de los turistas que visitan la región de influencia de la ruta gastronómica.
UNIVERSO	Visitantes que acuden a los lugares del recorrido de la ruta.
UNIDAD DE MUESTREO	Visitantes que se hallaban en los lugares del recorrido de la ruta al momento de la salida de campo y aceptaron realizar la encuesta; se aplicó el instrumento a una muestra de 360 individuos.
FECHA DE APLICACIÓN	Julio del 2016; marzo, junio, julio, agosto y octubre de 2017.
ÁREA DE COBERTURA	Los municipios de Los Santos, Barichara, Villanueva, Zapatoca y San Vicente de Chucurí del departamento de Santander.
Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS	Veintiuna (21)
TIPO DE PREGUNTAS APLICADAS (abiertas, cerradas, de escala)	18 cerradas y 3 abiertas
Técnica de recolección	Cuestionario presencial



Anexo 2

Ficha Técnica de la entrevista Proyecto de Investigación

Ruta turística: gastronomía, identidad cultural, desarrollo rural en Santander, modelos y políticas de turismo en Colombia.

Universidad de Santander

Universidad de Boyacá

REALIZADA POR	Las investigadoras responsables del proyecto.
NOMBRE DE LA ENTREVISTA	Entrevista sobre producción, transformación y comercialización de productos agrícolas de la región de influencia de la ruta.
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	Identificar la producción agrícola de la región de influencia de la ruta, así como las problemáticas y formas de producción, transformación y comercialización de los productos agrícolas.
UNIVERSO	Personas dedicadas al cultivo, transformación y comercialización de alimentos en la región de influencia de la ruta.
UNIDAD DE MUESTREO	Personas dedicadas al cultivo, transformación y comercialización de alimentos en la región de influencia de la ruta; fueron seleccionados 30 individuos a conveniencia de la investigación.
FECHA DE APLICACIÓN	Julio del 2016; marzo, junio, julio, agosto y octubre de 2017.
ÁREA DE COBERTURA:	Los municipios de Los Santos, Barichara, Villanueva, Zapatoca y San Vicente de Chucurí del departamento de Santander.
Técnica de recolección	Entrevista personal no estructurada

Perfil de las autoras

Luz Mary Castellón Valdez



Lu.castellon@mail.ude.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9529-2581>

Doctora en Historiografía por la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco, Ciudad de México (México).

Es docente investigadora de la Universidad de Santander (UDES) en la Facultad de Ciencias Sociales donde actualmente es profesora asociada. Se ha desempeñado como Coordinadora de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y actualmente es la líder del grupo de Investigación en Humanidades Guane, vinculado al Instituto Atulaa de la misma facultad. Es autora de varios capítulos de libros y artículos, entre ellos “La Gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en

Santander” (*Revista Turismo y Sociedad* N° 22, 2018); “De la vida íntima a la vida pública: respuestas a la coyuntura política del movimiento de independencia” (Carmen Blázquez, Silvia Pappé y José Ronzón. *Memoria, Historia y Presente de Las Independencias en América*. México: Instituto Veracruzano de la Cultura y CONACULTA, 2014); “Discursos, estrategias y sujetos políticos: análisis de los testimonios en los juicios a militares acusados del delito de infidencia en Venezuela y México, 1810-1815” (*Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, vol. 40, N° 1, 2013).

Indira Andrea Quiroga Dallos



in.quiroga@mail.udes.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6511-9534>

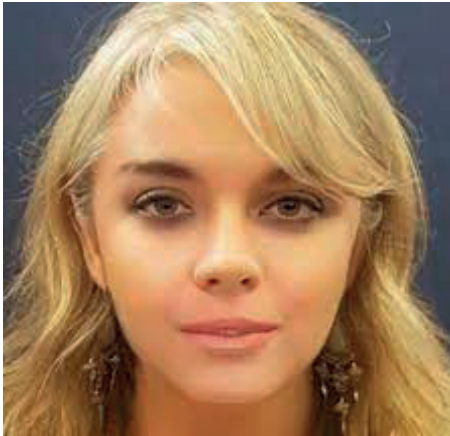
Magíster en Antropología de la Universidade Federal da Bahia y Antropóloga de la Universidad Nacional de Colombia.

Se ha desempeñado como directora y profesora del Programa de Antropología y profesora del Departamento de Humanidades de la Universidad de Santander

(UDES). Igualmente, ha sido docente del programa de Gastronomía y Alta Cocina de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) y tutora del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) de la Universidad Industrial de Santander (UIS).

Además de desempeñarse como docente universitaria, ha desarrollado investigaciones etnográficas sobre la alimentación de mujeres indígenas; ha participado y liderado procesos de formulación y diseño de rutas turísticas culinarias con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) e investigaciones para la salvaguardia del patrimonio gastronómico y la memoria culinaria de Santander. Así mismo, ha participado como investigadora en diversos proyectos del sector público y privado.

Anastasia Espinel Suares



ana.espinel@mail.udes.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0772-2466>

Egresada de la Universidad de la Amistad de los Pueblos (Moscú, Rusia) y doctora en Historia del Instituto de América Latina de la Academia de Ciencias de Rusia. Residente en Colombia desde 1998 y vinculada a la Universidad de Santander a partir del 2010 como docente investigadora del Departamento de Humanidades de la Facultad de Ciencias Sociales. Es miembro activo del grupo de investigación en Humanidades Guane y colaboradora habitual de la Revista de la Universidad de Antioquia (UDEA), Revista de la Universidad Javeriana y otras revistas especializadas nacionales e internacionales.

Cuenta con más de 20 años de experiencia profesional como docente y conferencista en las líneas del análisis histórico, antropológico y literario. Además, ha publicado obras de ficción con una serie de editoriales colombianas y españolas (Panamericana, Educar, HRM, Rubeo, entre otras). En 2012, su obra *Velos el perro legionario* fue ganadora del Concurso Nacional de Novela Corta de la Universidad Central de Colombia. En 2018, su libro *Una vida en Roma* ganó el I Internacional Certamen de literatura Infantil y Juvenil “Tom Sawyer”; en aquel mismo año su novela *Masinisa, león del Atlas* ganó el premio del Concurso de Novela Histórica de Ediciones Rubeo (Barcelona, España).

Luz Marina Hurtado Torres



lmhurtado@uniboyaca.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0046-7132>

Licenciada en Ciencias Sociales y Magíster en Patrimonio Cultural por la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Uptc). Cursó el Diplomado Superior en Educación por la Clacso (Concejo Latinoamericano de Ciencias Sociales Argentina). Co-investigadora del grupo Ires de la Uptc. Actualmente profesora Asociada del Departamento de Ética y Humanidades de la Universidad de Boyacá orientando las asignaturas de Humanidades y de Problemas de contexto. Docente del Módulo virtual: “Métodos y técnicas del análisis del Patrimonio Cultural” en la Especialización virtual en Gestión del Patrimonio cultural durante los años 2018 y 2019 en la Universidad de Boyacá. Investigadora del Grupo Ethos de la Facultad de la Ciencias Humanas y Educativas de la Universidad de Boyacá. Autora de capítulos de libro y artículos de investigación en revistas indexadas en categorías B y en Scopus.

Este libro se terminó de imprimir
en el mes de agosto de 2022 en
BÚHOS EDITORES LTDA.