



COMUNICACIÓN Y CULTURA EN SAN GIL
Resultados de un acercamiento a los procesos comunicacionales

Javier Antonio López López
Lilian Stefanie Rojas Martínez

Universidad Autónoma de Bucaramanga
Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales
Programa de Comunicación Social
Bucaramanga, Colombia
2014

Resumen

Este proyecto se realizó por medio de una investigación cualitativa y desde un enfoque etnográfico con el objetivo de evidenciar un análisis de los procesos de comunicación y cultura ciudadana interinstitucionales en San Gil-Santander, en donde se logra determinar que la comunicación es usada como herramienta para fortalecer los diferentes proyectos realizados para el progreso de San Gil a nivel turístico. Gracias a su utilización y términos de consenso se logra un crecimiento económico que comienza a reflejarse en su desarrollo urbanístico, así como la acogida de visitantes nacionales y extranjeros quienes son atraídos por el reconocimiento de éste, gracias a la transmisión de información que la comunicación permite. Sin duda este proceso de conexión ha hecho posible un turismo activo en este municipio, el cual ha sido un factor que alimenta y permite el avance competitivo actual.

Palabras clave: SanGil/comunicación/cultura/herramienta/crecimiento/desarrollo/turismo.

Abstract

This project was carried out by means of a qualitative research and from an ethnographic approach with the aim of demonstrating an analysis of communication processes and civic culture in inter-agency San Gil-Santander, where is able to determine that the communication is used as a tool to reinforce the different projects undertaken in the progress of San Gil to tourist level. Thanks to its use and terms of consensus it has achieved an economic growth that begins to be reflected in its urban development, as well as the host of national and foreign visitors who are attracted by the recognition of this, thanks to the transmission of information that allows the communication. Without doubt this process of connection has made possible a active tourism in this municipality, which has been a factor that feeds and allows the current forward competitive.

Key words: San Gil/communication/ culture/ tool/ growth/ development/ tourism.

Contenido

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2 OBJETIVOS	7
1. 1.1 Objetivo general	7
1. 1. 2 Objetivos específicos	7
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. MARCO TEÓRICO	9
4. DISEÑO METODOLÓGICO	18
4.1 CLASE DE INVESTIGACIÓN	18
4.2 ESCENARIOS Y COLABORADORES	18
4.3 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	19
4.4 PROCESO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	20
5. HALLAZGOS	21
6. CONCLUSIONES	35
7. RECOMENDACIONES	37
Anexo A	39
Anexo B	50
Anexo C	56
Anexo D	63
Anexo E	72
BIBLIOGRAFÍA	74

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo pretende mostrar un análisis de los procesos de comunicación y cultura ciudadana interinstitucionales en San Gil-Santander; esto con el fin de conocer ¿De qué manera influyen los procesos de comunicación en la evolución y desarrollo de San Gil, y cómo se ha visto afectada su cultura ciudadana a través del tiempo?, estas son las preguntas problema para así mismo interpretar la relación entre comunicación y cultura ciudadana en el municipio.

Gracias a la propuesta comunicativa que se logre realizar se obtiene equilibrios internos para dar a conocer una imagen sana, competitiva, capaz de mantener interesados a los clientes y proveedores (turistas, socios). Así se genera buenas relaciones con sus entornos y un mayor progreso sin dejar atrás la esencia y las raíces que caracterizan la capital turística de Santander.

Como concepto central de esta investigación está la influencia de los procesos de comunicación en la cultura y desarrollo de San Gil y cómo estos constituyen una herramienta persuasiva que permite a los individuos y a las masas mantenerse en continua relación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. También una explicación y enlace sobre la ciudadanía desde el punto de vista político y cultural, desde la parte teórica y cómo esto se refleja en la sociedad sangileña.

Se pretende con este trabajo promover el interés para implementar actividades diseñadas en el refuerzo de la conciencia del pueblo y los organismos que toman decisiones de la importancia de tener en cuenta los factores culturales en los procesos de un desarrollo duradero.

Esta investigación se indaga desde la perspectiva cualitativa y desde un enfoque etnográfico. Esa mirada antropológica del objeto de estudio permite comprenderlo desde la dimensión cultural, entendida como construcción social de sentido. Por tanto, los procesos de comunicación y ciudadanía, se refieren a las construcciones de sentido que hacen las personas, grupos y clases sociales.

Como resultado de análisis se obtienen los hallazgos que permiten una orientación en síntesis del contenido general de este trabajo de investigación. Esto demuestra cómo San Gil ha venido evolucionando y enfrentando un cambio cultural de lo simple a lo complejo.

Con la descripción de la vida cotidiana de San Gil, en la que se muestra la simplicidad, con la que sus pobladores viven, se evidencia la idea de homogenización, en la que existen diferencias entre las personas, grupos y clase social, pero las personas construyen un referente de igualdad entre ellos facilita la convivencia social. Esa tranquilidad de San Gil, tal como se describe, es una expresión de una concepción de ciudadanía expresada en la idea de ciudad pacífica y tranquila. Con la expresión ciudad pacífica se refiere a un fenómeno de comunicación, que ellos quieren conservar, en el que se ratifica la homogenización cultural de la gente se saluda con todo el mundo.

Seguido de esto, se considera necesario para un mayor y mejor desempeño cultural y económico reconocer a la cultura como parte de los procesos de transformación social y fortalecer las prácticas culturales para conservar y reconocer la importancia del patrimonio tangible e intangible de San Gil. También realizar una planificación en el área comunicacional que involucre a todos los medios de comunicación, (radio, prensa, televisión e internet) que integren objetivos cultural y educacional que promocionen el patrimonio cultural y asimismo que se impulse mediante los medios virtuales que permiten las nuevas tecnologías.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de San Gil, si bien es cierto, cuenta con un amplio patrimonio material e inmaterial. Incluso cuando aún era llamado Villa de San Gil; tenía una gran y agradable arquitectura colonial de la cual debido a los diferentes cambios producidos a través del tiempo y así mismo el desarrollo urbanístico, hoy solo queda una muestra mínima dentro de lo que se puede denominar como el centro histórico de la ciudad.

Sin embargo, el municipio ha sido cuna de un desarrollo significativo con lo relacionado a las artes; La música, la pintura, la danza, la escultura, la talla en piedra y las artesanías decorativas, las cuales hacen parte del patrimonio cultural del municipio y han sobresalido de manera especial.

Pero precisamente por ese nivel de desarrollo que enfrenta San Gil de una manera acelerada en los últimos años, estas mismas matrices, aunque bien se tienen en cuenta por sus habitantes sus contenidos actuales, no se enfocan hacia una misma dirección que hace unos años atrás, es decir sus pobladores poco a poco, algunos sin darse cuenta, han ido dejando a un lado todo aquello que siempre los ha caracterizado como un pueblo de tradiciones y costumbres muy particulares basadas en sus antepasados, llenas de riqueza histórica, natural y cultural, en donde caminar por calles llenas de barro y piedras, más que sinónimo de atraso significa la historia de un pueblo, que se hace atractivo por sus conservados paisajes.

Así mismo se busca hacer un llamado de atención para aquellos que habitan el municipio, para que se le dé una mayor importancia a esta dimensión de la vida humana. Ya que las personas que buscan expresarse a través de las diferentes artes, lo que a su vez involucra la misma historia de San Gil para conservarla, adquieren una mejor calidad de vida, puesto que hace que los mismos

se involucren y tengan un mejor desempeño basado en los buenos hábitos, como lo señala Fernando Botero *“El arte debe resaltar los aspectos positivos de la vida, ennoblecer, y no disminuir al hombre”*.

De esta manera se han notado falencias en lo cultural, en esa carencia de apropiación por lo intrínseco, esto debido a la falta de empleo de sus costumbres y de la preservación de todo un patrimonio cultural característico del municipio. Porque San Gil ha demostrado un gran avance urbanístico, lo cual se puede denominar como una gran fortaleza frente a los demás sitios turísticos y la cual ha surgido principalmente por el aprovechamiento de los diferentes procesos de comunicación, su debilidad se presenta en el olvido de costumbres de tradición.

Este proceso de desarrollo y evolución en lo arquitectónico ha promovido la adopción de nuevas creencias y costumbres, dejando a la vista una diminuta valoración de lo cultural, especialmente en la juventud, quienes olvidan a su vez los valores artísticos tradicionales. Es así como se pretende usar la comunicación también en este ámbito, ya que San Gil cuenta con medios comunitarios y comerciales (escritos, hablados y televisivos) dedicados a la información y a la formación de cultura local, lo que indica que de ser bien implementados, se iniciaría una oleada de mejoramiento cultural.

Así mismo se identifican diferentes problemáticas que requieren de una investigación para un amplio conocimiento y para iniciar dicha búsqueda se ha planteado una pregunta que logra encerrar lo ya expuesto.

¿De qué manera han influenciado los procesos de comunicación en la evolución y desarrollo de San Gil, y cómo gracias a esto se ha visto afectada su cultura ciudadana a través del tiempo?

Luego de formular dicha pregunta, la misma logra un enfoque más claro para darle despliegue a este proyecto de investigación.

1.2 OBJETIVOS

1. 1.1 Objetivo general

- Interpretar la relación entre comunicación y cultura ciudadana en San Gil.

1. 1. 2 Objetivos específicos

- Describir cómo se encuentra la cultura en San Gil.
- Identificar cuál es el proceso de ciudadanía en el municipio.
- Establecer la relación entre cultura y ciudadanía.
- Describir la influencia de la comunicación en la cultura ciudadana.

2. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años San Gil ha venido atravesando una etapa de crecimiento y desarrollo. Pero ha traído consigo cambios culturales en la ciudadanía que interrumpen el progreso del municipio causando diferentes problemas turísticos influyentes en la imagen e identidad corporativa de San Gil desde el punto de vista organizacional.

Esta investigación busca encontrar el por qué de esos cambios, y los diferentes aspectos que han venido afectando la identidad cultural del municipio. Así mismo analizar las causas de diferentes problemáticas sociales, culturales y turísticas que influyen en la construcción de la imagen corporativa de San Gil como organización.

Es necesario hacer posible la unión entre todos sus habitantes y organizaciones, para generar canales de comunicación a través de la creación de diferentes estrategias y así facilitar el camino a los éxitos comerciales y los servicios que como “organización” brinda el municipio, lo cual debido al deterioro y escasez de identidad cultural en sus pobladores este se ha visto perjudicado.

Rescatar la cultura perdida aporta una mejor preservación y cuidado de cada sitio que posee San Gil. Así ofrece una nueva imagen y actitud en general. Luego de establecer estrategias y políticas de comunicación que respalden el municipio como organización en los logros de sus objetivos, ofreciendo recursos efectivos de coordinación.

Gracias a la propuesta comunicativa que se logre realizar se obtendrán equilibrios internos para dar a conocer una imagen sana, competitiva, capaz de mantener interesados a los clientes y proveedores (turistas, socios) generando buenas relaciones con sus entornos y un mayor progreso sin dejar atrás la esencia y las raíces que por años caracteriza a la capital turística de Santander.

3. MARCO TEÓRICO

Las técnicas de investigación interdisciplinarias de la sociología, permiten analizar e interpretar desde diversas perspectivas prácticas y teóricas como el Interaccionismo simbólico y la teoría funcionalista, significados e influencias culturales que motivan la aparición de las diferentes tendencias de comportamiento en el ser humano, especialmente cuando se encuentra en convivencia social.

Así mismo cómo los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permite a los individuos y a las masas mantenerse en continua relación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. También una explicación y enlace sobre la ciudadanía desde el punto de vista político y cultural, desde la parte teórica y cómo esto se refleja en la sociedad sangileña.

De acuerdo con Herbert Blumer quien fijó el término Interaccionismo Simbólico en 1938, nos apoyamos en sus ideas principales que se refieren a cómo las personas actúan sobre los objetos de su mundo e interactúan con otras personas a partir de los significados que los objetos y las personas tienen para ellas. Es decir, ***“a partir de los símbolos, que son los que posibilitan trascender el ámbito del estímulo sensorial y de lo inmediato, también ampliar la percepción del entorno, incrementar la capacidad de resolución de problemas y facilitar la fantasía y la imaginación”***.¹

Dichos significados, según Blumer ***“son producto de la interacción social”***, que se centran principalmente en la comunicación. El estudio de la interacción social en la vida cotidiana, se basa en lo práctico y en significativos aspectos de los sistemas e instituciones sociales más amplias. Estos sistemas sociales a gran escala, dependen de los modelos de interacción social en los que estamos sumergidos en el curso de nuestra vida diaria, transformándose en factores esenciales tanto en la constitución del individuo como en la producción social de sentido.

¹ <http://sociologiageneraluna.blogspot.com/2008/05/el-interaccionismo-simblico-desde.html>

Por tanto, el signo *es el objeto material que desencadena el significado, y el significado el indicador social que interviene en la construcción de la conducta*². Las personas selecciona, organizan, reproducen y transforman los significados en los procesos interpretativos en función de sus propósitos y expectativas.

Otras considerables premisas que acompañan estos conceptos, son la distinción entre conducta interna y externa. La conducta externa supone que el individuo se constituye en la interacción social (formación del yo social autoconsciente) y que no es posible entender el yo sin el otro ni a la inversa y que los grupos y la sociedad se constituyen sobre la base de las interacciones simbólicas de los individuos al tiempo que las hacen posibles³.

En el Interaccionismo simbólico se concibe lo social *“como el marco de la interacción simbólica de individuos e imagina la comunicación como el proceso social por excelencia a través del cual se constituyen simultánea y coordinadamente los individuos y los grupos”*. Con este concepto de comunicación se identifican dos niveles de significación en torno a la realidad. Por una parte, el individuo construye una significación de la dimensión material de los objetos con sus respectivos significados, que cambian con las interacciones que se mantienen con otras personas. Y por otra parte, la dimensión social, en la que las conversaciones, cargadas de diversas significaciones sobre un mismo objetivo material, construyen referentes del significado de los objetos. Dicho de otro modo, el mundo social, compuesto por los procesos de comunicación entre los hombre, colaboran en la construcción del sentido. Las personas son capaces de alterar o modificar los significados y los símbolos que usan en la acción y la interacción sobre la base de su interpretación de la situación⁴.

El funcionalismo y el Interaccionismo Simbólico son algunas tradiciones teóricas influyentes dentro de la sociología. Debemos estudiar una sociedad o una cultura en su conjunto si buscamos comprender sus principales instituciones y explicar el comportamiento de sus miembros. Por ejemplo, sólo podemos estudiar las creencias y costumbres religiosas de una sociedad analizando de qué

² <http://comunicacion-paratodos.wikispaces.com/share/view/30695377?replyId=30696689>

³ <http://www.slideshare.net/bLaCKTeArS01/interaccionismo-simblico>

⁴ http://gabrielamistralfloridablanca.com/documentos/2012/2012_Filosofia_2de_2_teorias%20y%20paradigmas%20sicológicos.doc

manera se relacionan con otras instituciones, pues las diferentes partes de una sociedad se desarrollan en una estrecha relación mutua, sostienen Radcliffe-Brown y Malinowski.

El Interaccionismo Simbólico presta más atención al individuo activo y creativo que cualquier otro enfoque teórico y en algunas es el principal rival de la perspectiva funcionalista, siendo esta. Como en el caso del estructuralismo, el Interaccionismo Simbólico surge de una preocupación por el lenguaje⁵.

Dentro de la comunicación y sus aplicaciones en la comprensión del turismo para el crecimiento de la misma, en una forma masiva, los modelos de análisis sobre información y dichas aplicaciones a la comunicación interpersonal no son suficientes. Por ello, en las sociedades modernas del siglo XX aparece un campo de que se dedica al análisis de los procesos comunicativos.

“El enfoque funcionalista centra el análisis en el proceso de comunicación, concibiéndolo como un sistema de elementos en interacción” (Santoro, 1986, p.81). Pero dicha interacción se da en una sociedad tan complicada como la nuestra, que consta de infinitos elementos interrelacionados entre sí, como menciona Antonio Paoli:

“Lo que caracteriza más propiamente al funcionalista es que para encontrar constantes en todas las sociedades humanas y elaborar un conjunto de leyes generales, que le den una teoría científica o un conjunto interrelacionado de leyes, elabora una serie de problemas funcionales comunes a toda sociedad con el supuesto que bajo la apariencia de una gran diversidad de conductas se ocultan los mismo problemas humanos: afecto, alimentación, protección, etc. (1983, p. 19)”

Harold Lasswell, uno de los principales funcionalistas influyentes, más que enfocarse en la causa, se centra en los efectos producidos por la comunicación de masas, reflejando una sobrevaloración de la influencia de la información sobre el público, haciendo que este sea apenas un receptor pasivo que no emite una respuesta o produce retroalimentación, y por esta razón, los medios logran influir en él, lo que quiere decir que los mismos modifican sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública.

⁵ Extraído de “Sociología” de Anthony Giddens (Tercera Edición–1998)– Alianza Editorial

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permite a los individuos y a las masas mantenerse en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional, influyendo sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea⁶. La vida en las poblaciones modernas está totalmente mediatizada, es decir con una libertad de acción limitada.

Según Wilbur Schramm la investigación trata de analizar cómo ser objetivo en la comunicación, cómo ser comprendido, cómo ser claro y cómo usa la sociedad los medios de comunicación, cómo pueden entenderse entre sí las naciones, cómo puede usar la gente los medios de comunicación con mayores ventajas. La comunicación se comprende como un procedimiento que estandariza los fenómenos sociales y los medios se conciben como instituciones que cubren ciertas necesidades. La comunicación no existe por sí sola, ni está determinada en el proceso social, es éste el que está para hacer la comunicación posible (Restrepo, M. 1984).

Este planteamiento se incrementa en campos específicos de la formación profesional de comunicadores como relaciones públicas, mercadeo político, mercadeo social, comunicación organizacional, comunicación publicitaria, la publicidad y en algunas vertientes de la comunicación educativa y la comunicación para el desarrollo. Pertenece a una perspectiva que se responsabiliza de la eficiencia, las funciones, los efectos, la influencia, la promoción, la persuasión y la difusión de contenidos hacia los públicos a los que se dirigen los medios y las organizaciones (Pereira y Cabra. 2006).

Esta posición, dado que pone énfasis, dan la eficiencia y los efectos que la comunicación es de gran utilidad para mejorar y cualificar los procesos de producción de estrategias y contenidos de comunicación dirigidos a públicos segmentados como los del sector y la industria del turismo. A través de la comunicación es que la persona puede salir de sí, pues la comunicación supone asumir la postura de la otra persona con la que se está hablando y desde ésta mirarse uno mismo.⁷

⁶ <http://www.monografias.com/trabajos95/medios-comunicacion-masiva-y-su-papel-vida-social/medios-comunicacion-masiva-y-su-papel-vida-social.shtml>

⁷ <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis82.pdf>

La interacción de los individuos y los grupos y el significado de los símbolos analizados por la observación participativa y documental y cómo los cambios de símbolos cambian las personas y su comportamiento, sin hacer mucho énfasis en el uso de las variables, sino en las personas que manejan el significado de los símbolos como proyectos de convivencia, principalmente el lenguaje en los sistemas simbólicos captando significados por interacción⁸. Gracias a la interacción simbólica la comunicación puede mejorar, ya que en muchos casos puede llegar a reemplazar la comunicación verbal o a reemplazar palabras, estos símbolos pueden ser llamados también gestos que se usan para comunicarse.

Pasando al enfoque de la teoría crítica de este tema, se puede concebir la comunicación como un fenómeno complejo, parte de la estructura de todo sistema social, determinado por mecanismos estructurales. No es la comunicación el motor y el determinante de los fenómenos sociales, sino que por el contrario es el sistema social, la estructura socioeconómica, la que determina la comunicación". (Santoro, 1986, p. 81). La teoría crítica de la comunicación pretende develar la ideología y explicar las implicaciones de los diversos contenidos de los medios de comunicación y sus contextos.

Sería de gran utilidad este enfoque, si se aborda a la industria del turismo como una industria cultural. Como un proceso de producción, circulación y de consumo cultural. De la manera como se administra y planifica el tiempo libre, y el descanso en las sociedades actuales. Y la forma como a través de los medios masivos de comunicación, entidades públicas y privadas se promociona el turismo empleando diversas estrategias de comunicación.

Desde otro punto de vista, los estudios culturales de la comunicación, más que centrarse o esquematizarse como lo hacen los modelos pioneros de comunicación y, especialmente, el enfoque pragmático, se ocupa de investigar las prácticas que permiten construir nuevas formas de identidad cultural⁹.

Los estudios culturales en la comunicación son una integración de conocimientos y estudios cuyo interés es lo simbólico y lo cotidiano de las culturas de la sociedad. Estos estudios culturales

⁸ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Escuela-Sociol%C3%B3gica-De-Sutherland/2075134.html>

⁹ <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis82.pdf>

rechazan los marcos explicativos totalizantes del marxismo, proponen una nueva audiencia más proactiva (Cabra y Pereira, 2004).

Dichos estudios culturales, están más interesados en los procesos de producción de comunicación y sentido que hacen los consumidores, esto es turistas y viajeros. Indaga por los relatos, textos, modos de interacción intercultural entre turistas y habitantes de las localidades visitadas. Y hace mayor énfasis en entender el turismo y los viajes como una práctica de cultura, conocimiento y comunicación. Se centraría en modelos menos difusionistas y más relacionales, dialógicos y conversacionales de la comunicación que posibilitan verdaderos encuentros entre los habitantes locales y los turistas y viajeros¹⁰.

La interacción humana es la esencia misma de lo social, la unidad más pequeña de observación para el sociólogo es la relación entre dos personas, la vinculación existente entre ellas o, más exactamente aun, la interacción resultante de sus relaciones. Por eso se ha dicho que la interacción es "la esencia misma de lo social" Así pues, los procesos básicos para saber cómo llegamos a conocer a otras personas e interactuar, identificar lugares, comprenderlos y darles un significado desde nuestro punto de vista y concepción de los mismos, son un aspecto clave en la comprensión de todas las relaciones y lugares sociales.¹¹

La sociedad no es otra cosa que la multiplicidad de las interacciones de sujetos humanos, comprenderemos que la variedad de los procesos de interacción es casi ilimitada. De esa gran variedad de interacciones surgen los llamados procesos sociales,¹² o sea "*una serie de interacciones cuyo conjunto muestra una determinada dirección y produce unos resultados específicos*".

Como muchas de las retribuciones, recompensas que buscamos sólo podemos obtenerlas en la interacción social, podemos decir que la comprensión de ésta nos es absolutamente necesaria para entender los fenómenos sociales que son casos de interacción. Casi todas las satisfacciones y/o inconvenientes de los seres humanos tienen su fuente en las acciones de otros seres humanos, por ejemplo, en una empresa la interacción sirve para satisfacer nuestras

¹⁰ <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis82.pdf>

¹¹ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ciencia-Tecnologia-Sociedad-y-Valores/34463737.html>

¹² <http://clubensayos.com/Acontecimientos-Sociales/Sociolog/816776.html>

necesidades básicas de pertenencia y de reconocimiento, para lograr un reconocimiento profesional, también para alcanzar una mayor satisfacción en nuestro trabajo, para complacer el ansia de poder o la necesidad de aceptación y para otros fines casi innumerables.

Debido a esto, es importante reconocer la visión que se tiene sobre la construcción de ciudadanía como un eje del desarrollo, la cual no siempre goza de múltiples detalles. Ésta cabe identificarla dentro de este proceso de investigación, ya que implica la participación y el compromiso con el destino de la sociedad. El punto de arranque de la sociologización del concepto de ciudadanía como proceso de construcción social, ligada a dinámicas de democratización¹³, se establece con las aportaciones de Thomas Humphrey Marshall¹⁴. Dicho autor implanta el tratamiento en conjunto de los derechos civiles, sociales y políticos como un estatuto social que define el sentido de pertenencia a la comunidad nacional y favorece la participación en la vida social.

Así que de este modo se hace notorio cómo la ciudadanía civil se encarga de amparar los derechos de los individuos frente a la ley que garanticen la probabilidad de vivir según la elección propia que se realice, gozar de una expresión y creencias con libertad, también de promover el derecho a la propiedad y justicia de la ley. Esto relacionado con el libre albedrío para llevar consigo y adueñarse de aquello que más le agrada, es decir entablar un sentido de pertenencia con lo intrínseco de acuerdo a los deseos y necesidades de cada habitante del municipio de San Gil, cada individuo tiene el derecho de decidir de manera autónoma frente a sus costumbres y creencias; cuáles elegir, cuáles seguir e implementar.

Por otro lado para una definición explicativa y más a fondo sobre el concepto de ciudadanía y su enlace con lo que tiene que ver este trabajo, en clave histórica y sistemática, resultan de incuestionable valor algunos artículos políticos de la *Enciclopedia* debidos a Denis Diderot y Jean Le Rond d'Alambert. Estos textos hacen referencia a una aportación emblemática de la cultura ilustrada y fueron un estímulo decisivo en la formación del estado liberal de derecho.

¹³ Cabe anotar que el desvanecimiento de las fronteras derivado del proceso de globalización que estamos viviendo, ha minado la idea tradicional de ciudadanía, en el sentido de pertenencia.

¹⁴ Marshall escribió en 1950 su ensayo: "Citizenship and Social Class"

Entre dichos artículos se explica la definición de una manera rigurosa y particular, haciendo énfasis al ciudadano; quien “es el miembro de una sociedad libre compuesta de muchas familias, que participas de los de esa sociedad” (Diderot y d’Alambert, 1751- 1765, 16). En cuanto a este artículo se expresa, cabe derivar tres grandes principios de la idea de ciudadanía postulada pero la *Enciclopedia*:

1. La ciudadanía es una condición de la persona que vive en una sociedad libre. En las ciudades o en las comunidades políticas donde impera el arbitrio o la tiranía no existen ciudadanos. Para que tal condición se dé, es preciso que se garantice un orden político democrático que permita el ejercicio de las libertades.
2. La ciudadanía es una condición voluntaria que no puede imponerse a ninguna persona. La cualidad de ciudadano se funda en el pacto social, en un acuerdo libre de las personas para integrarse y participar en un determinado modelo de organización política. Por ello, se postula en la *Enciclopedia* la existencia de un derecho natural a la emigración, porque a nadie se le puede obligar a ser ciudadano de un Estado por la fuerza. Toda persona tiene derecho al cambio de ciudadanía: a renunciar a la que posee para adquirir otra, que sea más acorde con sus convicciones y preferencias políticas. De ahí, que existan dos modalidades de ciudadanía: la originaria, que surge con el nacimiento, ya adquirida, que procede de manifestaciones expresas de voluntad.
3. La ciudadanía se desglosa en un conjunto de derechos y deberes de las personas que pertenecen a un determinado Estado.

Lo anterior, en relación con lo mencionado de este proyecto, conlleva a una muestra de libre expresión en donde los habitantes de San Gil, quienes no han actuado de manera ardua, ni han defendido del todo que su patrimonio cultural se desvanezca, sino que pase lentamente frente a ellos sin tomar la iniciativa de actuar ante los cambios radicales que por falta de una mayor apropiación a lo intrínseco, hay una cultura que con el tiempo se deteriora; aun así tienen el derecho de elección a que esto siga sucediendo.

Sin embargo no se puede catalogar dicho suceso como algo bueno o malo, simplemente es una decisión de cada individuo el de querer portar sus raíces como ciudadano o adoptar nuevas

costumbres, tal vez extranjeras, como lo este caso, que le han de convenir para su desarrollo personal. Quizás sea esta una de las razones, por las cuales los habitantes del municipio han ido dejando a un lado lo que alguna vez caracterizó de manera imponente a San Gil como gran patrimonio cultural de Santander, ya que según lo analizado, hoy de eso no queda mucho, más bien un San Gil evolucionado, donde un progreso urbanístico está robándose el protagonismo de una cultura implantada por sus antepasados.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 CLASE DE INVESTIGACIÓN

El objeto de estudio de la presente investigación son los procesos de comunicación y cultura ciudadana interinstitucionales en San Gil-Santander. Esta investigación se indaga desde la perspectiva cualitativa y desde un enfoque etnográfico. Esa mirada antropológica del objeto de estudio permite comprenderlo desde la dimensión cultural, entendida como construcción social de sentido. Por tanto, los procesos de comunicación y ciudadanía, se refieren a las construcciones de sentido que hacen las personas, grupos y clases sociales.

4.2 ESCENARIOS Y COLABORADORES

Las entrevistas realizadas para este proyecto de investigación tuvieron lugar en los diferentes sitios de trabajo de cada uno de los colaboradores, en donde se suministro la información necesaria para llevar a cabo parte de esta investigación.

PERFIL DE LOS COLOBADORADORES DE LA INVESTIGACIÓN

Fuente	Edad	Ocupación	Referencias
F01	32	Periodista	Cultura ciudadana en San Gil.
F02	40	Contadora pública	Mesas de trabajo y procesos de comunicación en San Gil.
F03	27	Comunicadora Social – Organizacional	Procesos de comunicación del actual periodo de gobierno.
F04	42	Administradora de empresas.	Procesos de comunicación en las diferentes entidades de turismo.
F05	59	Gerente	Cultura y tradiciones de San Gil.
F06	68	Empresario	Historia, cultura y tradiciones.
F07	26	Administrador de empresas	Desarrollo económico
F08	38	Administradora turística y hotelera	Procesos de cultura y turismo en San Gil.

Tabla 1 Perfil colaboradores investigación

4.3 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El equipo de investigación en comunicación utiliza diversas técnicas e instrumentos de recolección de información para el desarrollo de este proyecto. Con esa información se describe, clasifica e interpretan los datos.

Las técnicas de recolección son las siguientes:

- **Entrevistas en profundidad.** Es una técnica en la que el entrevistador se reúne y entrevista a las fuentes varias veces durante el trabajo de campo. En este curso la información que se recolecta aborda el tema de: ¿En qué espacios sociales se presentan mayores casos de escasez cultural? ¿Cómo reaccionan las organizaciones implicadas? ¿Qué papel juegan los medios de comunicación y las organizaciones frente a esta problemática y a su vez como estos involucran estrategias que los respalden? ¿Cómo definen la cultura ciudadana?
- **Registro sonoro de las entrevistas.** Después de digitalizar la información se constituye el archivado de entrevistas.

4.4 PROCESO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Las entrevistas a miembros de la comunidad y de las organizaciones, que colaboran como fuentes de información, se graban en un sistema digital. Estas se transcriben a un formato de codificación descriptivo –ver anexo A- para crear un archivo y posteriormente hacer el respectivo análisis y asignar etiquetas.

Después de recolectada esta información y de asignar las respectivas etiquetas se procede al microanálisis del relato, de donde surgen nuevas preguntas y se procede a una segunda entrevista de la misma fuente. Este proceso se realiza las veces que sea necesario hasta saturar la información.

Al tener la información necesaria se procede a codificar las etiquetas en una tabla que define categoría, propiedad y dimensión. Posteriormente se realizan los memorandos. Textos en donde se reúnen las palabras claves que ayudan a definir cada una de las categorías, propiedades y dimensiones.

Finalizados los memorandos, da paso a la realización de las definiciones, en donde se describe en un solo párrafo lo que caracteriza a este memorando y lo que reúne la información que este contiene.

Terminadas las definiciones de cada memorando, se procede al siguiente paso de este análisis que es la redacción de hallazgos que son todos estos datos importantes que da cuerpo al proyecto.

5. HALLAZGOS

En el marco teórico de este proyecto se plantea una teoría que se enlaza con el contenido de la investigación sobre los procesos de comunicación y cultura ciudadana en San Gil; Interaccionismo simbólico, el cual concibe lo social

“como el marco de la interacción simbólica de individuos e imagina la comunicación como el proceso social por excelencia a través del cual se constituyen simultánea y coordinadamente los individuos y los grupos”.

Durante la búsqueda y exploración a respuestas que nos logran orientar y acercar al objetivo de este bosquejo, encontramos un sin número de factores que apuntaban a una misma dirección. Dicho sentido indica la muestra de un municipio emergente que ha sabido acoger los diferentes avances de la tecnología, estos gracias a la globalización, pero así mismo una perspectiva de sus habitantes hacía un déficit de cultura, unas creencias deterioradas debido a esa acogida. Así mismo cada memorando realizado y analizado manifiesta cómo gracias a la comunicación se han logrado los diferentes avances, y cómo debido a ella y su mala utilización se ha ido desvaneciendo lo propio, la identidad misma; sus raíces.

Adentrándonos en el contenido general; el primer memorando se distingue por el nombre “Impacto social”. Helbert Spencer tiene un concepto naturalista de la evolución.

“Todo cambia de lo simple a lo complejo. Irá primando la diferenciación: partiendo de una gran homogeneización a través de un crecimiento de las desigualdades hasta un estadio en el que los iguales se agrupan y la sociedad se subdivide en grupos y clases (y ya no es posible el retorno a la homogeneidad).”¹⁵

Tal y como se plantea en esta teoría, San Gil ha venido evolucionando con el pasar de los años, la fuente entrevistada, describe este cambio de lo simple a lo complejo, al referirse que San Gil pasa

¹⁵ <http://www.uclm.es/profesorado/poliver/pdf/ideasPolíticas/teoriasCambioSocial.pdf>

de ser un municipio tranquilo a una ciudad con una movilidad estresante. Este mismo cambio es notorio en los habitantes, como se menciona en la teoría, **“la sociedad se subdivide en grupos y clases”**; con la llegada de nuevas personas se vinieron creando los diferentes grupos sociales que a su vez influían en la cultura del habitante sangileño.

En cuanto al crecimiento demográfico de San Gil,

“la concentración urbana de la población esta evidentemente relacionada con factores históricos culturales y económicos debido a que el desarrollo urbano es el resultado de procesos como la Revolución Agraria e Industrial.”¹⁶

La relación frente a estos aspectos se ha visto marcada por la llegada de nuevas culturas, en donde se han visto afectadas las tradiciones y a su vez la parte arquitectónica del municipio.

Para hablar de la identidad cultural, nos basamos en la definición de *Ignacio González Varas* que dice:

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad.”¹⁷

Se ve como resultado en la entrevista que San Gil, en cuanto a su identidad cultural cuenta con aspectos como el carácter fuerte de los habitantes, el “empuje” y la “verraquera”. Así mismo los diferentes eventos socioculturales que se realizan en diferentes fechas, las diferentes costumbres

¹⁶ <http://moreliademografia.blogspot.com/2012/10/causas-y-consecuencias-del-crecimiento.html>

¹⁷ *Ignacio González Varas: Conservación de Bienes Culturales, Cátedra, 1999.*

y gastronomía que forman parte de la de esa identidad que ha venido representando a San Gil a través de la historia.

Desde la designación en el 2004 de San Gil como Capital Turística del departamento de Santander, el turismo se ha convertido en uno de los principales factores influyentes en esos cambios que afectan la identidad cultural. El municipio empieza a ser reconocido ya no solo a nivel departamental, sino nacional e internacional. Se comienza a recibir la visita turistas extranjeros y nacionales, los cuales empiezan a disfrutar de los diferentes atractivos turísticos que ofrece San Gil. Pero a su vez, gran parte de los visitantes, principalmente los extranjeros, llegan con intenciones negativas para el mismo municipio. Es cuando se ven involucrados los jóvenes y se empieza a ser notorio la influencia de estas nuevas culturas en la que ya estaba marcada por los mismos habitantes.

La llegada del turismo a San Gil, a demás de desarrollo e inversión al municipio ha traído consigo aspectos negativos, en donde se ven involucrados los mismo habitantes sangileños como la parte ambiental del municipio. Por un lado la expansión y aumento del sector hotelero a afectado la parte ambiental desde el punto de vista de que no se han respetado las diferentes márgenes establecidas para la construcción, como también no se han sabido manejar las márgenes con el río y la parte del cuidado de la vegetación. Causando así el agotamiento de los recursos naturales de los cuales goza San Gil.

Del texto ‘La antropología del turismo’ tomamos un fragmento en donde se explica lo anterior:

“los impactos socioculturales son impactos sobre la gente, esto es, los efectos que sobre los residentes habituales y fijos de la comunidad anfitriona tienen las asociaciones directas e indirectas con los visitantes, a lo que habría que añadir los efectos de la actividad turística y los encuentros sobre los mismos individuos que practican el turismo y sus sociedades de origen...”

“... conviniéndose aquí que el impacto social incluye los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste a la actividad en las comunidades de destino, mientras que el impacto cultural (o aculturación turística - Fdez. Fuster,

1985:15) abarca los cambios a largo plazo en las normas sociales, la cultura material y los estándares, los cuales irán emergiendo gradualmente en una relación social comunitaria.’’¹⁸

La llegada constante de visitantes, principalmente los extranjeros, ha causado un gran impacto social para la comunidad Sangileña, en vista de que ha generado problemáticas como el tráfico y consumo de sustancias psicoactivas, turismo sexual, entre otros. Pese a los respectivos seguimientos que se le han hecho a estas problemáticas y el control que se han establecido. Estas han sido de los principales factores que han generado un impacto social en la identidad cultural de San Gil.

Así mismo, San Gil se empieza a convertir en un destino de vivienda para las personas que por un lado buscan salir de las grandes ciudades e ir a descansar en un lugar menos agitado, como también para aquellas personas que llegan en busca de oportunidades de empleo, educación y progreso. Y son estas personas las que llegan y generan ese choque cultural en donde les es difícil adaptarse y se empiezan a mezclar las diferentes culturas. Es entonces cuando se da este cambio cultural en San Gil, a raíz de esta etapa de crecimiento y desarrollo que incluye la llegada de nuevos habitantes y la expansión del municipio y lo hace convertir en ese eje al cual pertenecen los municipios aledaños.

Para hablar de lo positivo que ha traído para San Gil esa etapa de evolución, cabe resaltar la imagen con la cual se ha posicionado a nivel nacional e internacional, en donde se muestra a San Gil como destino turístico y con diversidad de atracciones naturales para ofrecer al visitante.

Así mismo, en San Gil se empieza a generar empleo, llegan diferentes entidades que empiezan a invertir y a creer en el municipio. Nuevas construcciones de vivienda, como también la construcción de centros comerciales, convierten a San Gil en una ciudad competitiva y en desarrollo.

¹⁸ <http://www.antropologiasocial.org/contenidos/tutoriales/anttur/textos/ATexto10.htm>

La convivencia ciudadana empieza a cambiar debido a los cambios que se han mencionado anteriormente. Entonces es cuando San Gil pasa de ser ese pueblo pacífico, y tranquilo a una ciudad con ritmo y una calidad de vida más agitada. Afectando así la convivencia de los habitantes, por esos diferentes cambios que han influido en la cultura.

El segundo memorando de esta investigación se distingue por el nombre de “Construcción Sociocultural”. En donde se encuentra la que la cultura en San Gil viene formándose por esas tradiciones del día a día, por los diferentes aspectos materiales e inmateriales que con el transcurrir del tiempo se han marcado dentro de la historia cultural de San Gil.

Tradiciones socioculturales que vienen ya establecidas desde sus antepasados, como lo es el temperamento de las personas y las diferentes costumbres gastronómicas, como los diferentes actos culturales que ya vienen marcados por una región, son algunos de los factores que de alguna manera han venido cambiando con el pasar de las diferentes generaciones, pero que aun así en San Gil se lucha por mantenerlos.

Gran parte de esta construcción sociocultural, se ha venido modificando, pues la llegada de nuevos habitantes, y de nuevas culturas, generan una mezcla de diferentes costumbres y tradiciones que se van adaptando a la realidad cultural del municipio.

La teoría de la construcción social de la realidad, establece que los procesos consensuales por los cuales los seres humanos establecen marcos de entendimiento dentro de los cuales hacer sentido de sus vidas e interacciones, y que después tomaran por hechos objetivos “verdaderos” y “eternos,”

“sólo son producto de procesos sociales generados por circunstancias históricas específicas. Sucesivas generaciones se ven así invitadas a hacerse cargo del mantenimiento de realidades heredadas, que poco tienen que ver con sus condiciones actuales, pero son el marco de realidad donde crecieron. Así los traumas históricos heredados de generación en generación que prescriben qué tipos de enemigos tradicionales una comunidad van a tener necesariamente,

pueden ser vistos como la re-creación de enemistades a través de la perpetuación de los relatos. Estas son realidades co-creadas y mantenidas.”¹⁹

En busca de rescatar esa identidad cultural que siempre ha identificado a San Gil se han planteado diferentes proyectos con el fin de mantener vivas esas costumbres y tradiciones. Proyectos donde se incentiva a la educación y estudio de sus raíces, en las diferentes instituciones educativas, así mismo se realizan diferentes eventos culturales, conmemorando días como el de la sangileñidad (que se celebra el 11 de mayo), en donde se busca rescatar esos valores culturales, que forman parte de la identidad sangileña.

Por otro lado, la parte arquitectónica también ha perdido parte de su historia, pues hoy en día con la expansión del municipio, la llegada de nuevas empresas, y de nuevos inversionistas, buscan en darle a San Gil un ambiente moderno, con construcciones que se salen de la arquitectura colonial que identificaba anteriormente a San Gil.

En busca de ese rescate cultural arquitectónico, también se han establecido decretos que no permiten que el centro histórico del municipio sea modificado. Con el fin de mantener las construcciones coloniales que aun pertenecen en el centro del San Gil.

Adicionalmente se encuentra que en San Gil se busca la construcción de una cultura ciudadana, en alianza con instituciones educativas, como el SENA, la fundación universitaria de San Gil, UNISANGIL, y los colegios. En donde promueven los valores culturales, las diferentes tradiciones, y en donde se estudian las raíces que del municipio. Así mismo en esa búsqueda de fomentar cultura, las instituciones gubernamentales, promueven diferentes eventos en los cuales se convocan principalmente a los jóvenes y se les brindan capacitaciones que los ayude a orientar en las buenas prácticas y que los aleje de esos factores negativos que influyen en su personalidad. Programas organizados por la alcaldía, de la mano con el instituto de cultura y turismo, y de la mano con medios de comunicación, especialmente con la radio comunitaria del municipio.

¹⁹ http://www.mediate.com/articles/teoria_postmoderna.cfm

Se promueven actividades en el municipio, que buscan esa interacción cultural, el cuidado y sentido de pertenencia por San Gil.

La ciudadanía se define como un status, es decir, un reconocimiento social y jurídico por el cual una persona tiene derechos y deberes por su pertenencia a una comunidad, en general, de base territorial y cultural. Los "ciudadanos" son iguales entre ellos, en la teoría no se puede distinguir entre ciudadanos de primera, de segunda, etc. En el mismo territorio, sometidos a las mismas leyes, todos deben de ser iguales. La ciudadanía acepta la diferencia, no la desigualdad.²⁰

Los diferentes proyectos planteados en busca de esa convivencia ciudadana, es ese reconocimiento de los derechos y deberes como ciudadano y destacar principalmente esos valores de igualdad, la no discriminación hacia los visitantes, sino la aceptación hacia lo diferentes y a una adaptación sana siempre y cuando se conserve una identidad representativa del municipio.

Así mismo se incentiva al ciudadano a la participación en esa construcción sociocultural que se lleva a cabo en San Gil, en donde se brinda la oportunidad de aportar ideas que conlleven a la creación de estrategias que aporten hacia ese rescate de la cultura sangileña.

En la investigación realizada, se encuentra que la administración municipal, se ha preocupado por la fomentación de la cultura ciudadana, y la interacción de la administración con la comunidad en general, brindando la oportunidad de interactuar mediante espacios virtuales expresando la opinión sobre las diferentes decisiones que se toman. Entonces esa participación activa que se le da al ciudadano, ayuda a esa construcción cultural que se busca rescatar.

²⁰ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/234/15.htm>

Actividades en donde se fomenta la seguridad y la protección de los espacios públicos, campañas organizadas por las autoridades, y apoyadas por entidades públicas y privadas aportan a esos proyectos.

Se encuentran las diferentes falencias que han afectado la cultura en San Gil, en donde uno de los principales factores es el turismo. En busca de corregir y mejorar este aspecto negativo, las administraciones de los últimos años, han buscado una equidad por parte de las diferentes empresas de turismo de la región, para que sean ellas las encargadas de promover esa igualdad y respeto. Con el fin de llevar a cabo estos proyectos se han realizado mesas de trabajo en donde se plantean posibles soluciones y se exponen los factores que afectan a la comunidad.

Tal y como lo expresa la fuente entrevistada, el principal factor que no ha permitido que estos proyectos tengan éxito, es la individualidad por parte de los ciudadanos. A los cuales solo prima el interés propio y no el de su comunidad. Entonces factores como este son los que no posibilitan esa formación sociocultural en los habitantes de San Gil.

La comunicación, en términos generales es un medio que nos vincula con cualquier persona, para dar a conocer un mensaje o intercambiarlo y desde el punto de vista de esta investigación se observa cómo abarca diferentes aspectos relacionados con el turismo; lo que éste brinda al municipio, es decir los aportes que le ha dado a San Gil. Gracias a la misma se ve reflejado cómo este sistema de aporte económico se basa en la visita de viajeros nacionales y turistas extranjeros que pretenden conocer la historia del mismo y disfrutar sus paisajes, los servicios que ofrece; los deportes extremos sobre todo, tener una experiencia basada en la recreación y un aporte cultural, puesto que San Gil es un icono de conservación, todo esto debido a la transmisión de información que la comunicación permite.

Sin duda este proceso de conexión ha hecho posible un turismo activo en este municipio, el cual ha sido un factor que ha alimentado y ha permitido ese avance competitivo por el que está empezando a ser reconocido.

“Según Arthur Bormann (Berlín, 1930), el turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal”

Lo que resume la influencia que ha tenido San Gil para ser un lugar atractivo que a su vez crece económicamente.

Precisamente todo este curso ha sido posible gracias a la comunicación, la cual gracias a sus procesos es capaz de establecer diferentes relaciones entre las personas, organizaciones y diferentes grupos sociales. No hay ningún acto de comunicación en el cual no haya persuasión²¹

Esto posibilita una influencia hacia el municipio en sus turistas, por parte de sus habitantes y dueños de organizaciones, a quienes les interesa persuadir por medio de la comunicación que éste es un lugar que merece ser visitado.

Así mismo se ha logrado “crear empresa”; sus habitantes iniciaron un proceso de producción e innovación desde sus propios proyectos comerciales para crecer económicamente. Esto gracias a la presencia de diferentes turistas, quienes alimentaron la decisión de instalar distintos negocios mercantiles para su desarrollo monetario y el de San Gil. Sin importar que tan grande o pequeño fuese el establecimiento creado por el habitante interesado, si éste ofrecía productos o servicios, los sangileños se propusieron a hacer de San Gil, un lugar atractivo para las personas; ***“una pequeña ciudad que brinda comodidad y un contacto natural al que es difícil decir no”²²*** Con el fin de promover los diferentes atractivos del municipio, sus pobladores se dedicaron a promocionar sus diferentes proyectos y así mismo a San Gil con los nuevos y modernos servicios que empezaría a ofrecer a quienes tomaran la decisión de visitarlo y tener a cambio una nueva experiencia. Lograr difundir sus recientes propósitos se dio gracias a la publicidad implementada

²¹ <http://relacionesypubli.lacoctelera.net/post/2007/03/22/el-proceso-comunicacion-y-tipos-comunicacion>

²² Fuente 02

"cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"²³

De esa forma, comienza el auge de un municipio que basado en lo tradicional iniciaba un nuevo desprendimiento cultural, donde primaba el cambio y el recibimiento al consumismo y las características de la globalización. Basados en los procesos de la comunicación y los beneficios que se obtienen a partir del uso de la misma, se pudo lograr el desarrollo actual.

“Actualmente San Gil dado a su desarrollo turístico, comercial, urbanístico, educativo e industrial además de la afluencia masiva de visitantes para distintos fines viene sufriendo grandes transformaciones en su entorno urbanístico, evidenciadas en la actual construcción de nuevas vías”²⁴

Sin bien es cierto, la publicidad permitió buenos y notorios resultados, y aunque está no se puede denominar como una comunicación personal, sin embargo es realizada bajo los principios de la misma;

“La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros”²⁵.

Las organizaciones emergentes de San Gil, comenzaron a persuadir por medio de publicidad y la comunicación implementada a sus habitantes y sobre todo a los turistas que visitan con periodicidad este municipio. Lograron convencer que sus diferentes servicios y productos son el

²³ Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing "

²⁴ [http://es.wikipedia.org/wiki/San_Gil_\(Santander\)](http://es.wikipedia.org/wiki/San_Gil_(Santander))

²⁵ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

complemento de la riqueza natural que ofrece este lugar y que conocerlo es asistir a una cita con la cultura de una misma región que a pesar de sus avances y desarrollo no abandona del todo lo propio, pues es esto lo que según aquellos que ya la han visto y disfrutado, le da un valor agregado.

Sin embargo a pesar de los diferentes factores positivos que enmarcan a San Gil, sus organizaciones y habitantes y que así mismo lo posicionan como un municipio emergente, “existen diferencias entre los empresarios sangileños”, dichas diferencias han marcado falencias comunicativas, que han roto o no han permitido que los procesos de comunicación se lleven de la manera indicada para llegar a un consenso que finalmente permita mejores resultados.

Como lo aclara el concepto de comunicación intersubjetiva que comparte el objeto empírico de la comunicación interpersonal; sin comunicación no es posible trabajar dentro de la colectividad social²⁶.

El desarrollo es el resultado de todos los componentes que enmarcan a San Gil como un municipio que no se quedó atrás, sino que se dejó atrapar por la globalización y permitió que ésta protagonizara esa evolución económica; Desde el punto de vista económico, la globalización ha sido promovida a través de la disminución de las regulaciones en los mercados, las transacciones de dinero, los acuerdos de libre comercio, la creación de bloques económicos y/o mercados comunes entre países y regiones, entre otros²⁷.

Pareciera que de la misma manera en que el mundo evoluciona, un pueblo que parecía no ser más que un lugar basado en lo tradicional y lo característico de una población pequeña y atrasada por negarse a ser más abiertos al cambio, comenzara a adoptar dichos aspectos que las grandes naciones han impuesto e implementado. ***Tal vez así como Brasil quiere figurar entre***

²⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_intersubjetiva

²⁷ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo34.htm>

*los gigantes de la globalización de contenidos y es hoy uno de los países emergentes más prometedores que alcanza día a día mayor éxito*²⁸, San Gil no se quiere quedar atrás.

Pero, existen diferentes puntos de vista; no todos sus habitantes comparten el mismo pensamiento sobre el desarrollo que surge el municipio, hay quienes dicen lo contrario y consideran que esa evolución sólo ha caído entre los jóvenes quienes según F04

“son los más influenciados, puesto que adoptan ciertas costumbres de los viajeros que llegan a San Gil “la juventud, que es la más influenciada por el comportamiento que ven en los turistas. Ellos empiezan a adoptar ciertas maneras de ser...”

y así mismo dejan a un lado sus raíces y lo intrínseco de su tierra.

Si bien es cierto, aquel que olvida sus raíces podría así mismo perder su identidad cultural y preservarla en la actualidad se ha convertido en una necesidad, pues se están adoptando modelos de países dominantes como Estados Unidos; un gigante que exporta masivamente a todas partes sus contenidos; 50% de las exportaciones mundiales²⁹, y se deja de lado lo que los representa y distingue de las demás sociedades, sin embargo es muy difícil parar algo que en los albores del siglo XXI,

*se marca un contexto en el que la ciencia y la técnica han alcanzado logros insospechados, la humanidad está muy lejos de satisfacer sus expectativas. Y el hombre, día a día, se enfrenta con su bregar a las complejas condiciones de un mundo unipolar, que avanza hacia la globalización neoliberal*³⁰.

Debido a esto aunque algunos de sus habitantes, sobre todo los de mayor experiencia; quienes llevan décadas viviendo, compartiendo y viendo crecer no sólo a sus familiares, sino al mismo San Gil, tienen otra perspectiva para comprender ese desarrollo, pues se cree que lo único que se

²⁸ Una nueva Geopolítica en la Era Digital de la Cultura y la Información

²⁹ Una nueva Geopolítica en la Era Digital de la Cultura y la Información

³⁰ <http://asri.eumed.net/0/imhi.html>

logrará ser perder como pueblo. Su interés se concentra en que se debe proyectar la identidad cultural y sus valores, pues ésta desempeña el papel más importante de todos en la vida de los pueblos según F04, atendiendo a esta particularidad el crítico Leopoldo Zea ha expresado: ***“La cultura es por esencia liberadora de los obstáculos que impiden a los hombres y pueblos realizar sus proyectos”***.

“Ellos empiezan a adoptar ciertas maneras de ser, de vestir, de hablar, de comportarse en sí...”³¹ de esta manera, como se adoptan nuevas costumbres ligadas a otros primeros mundos, la juventud sangileña hace que sea escaso el uso de lo propio, pues parece más interesante comenzar a vivir como lo hacen los más desarrollados países y regiones. Más que intervenir para que la evolución no se dé, lo que se debe hacer es ir avanzando de la mano de esa identidad cultural que representa a cada ser humano y sociedad, de las otras, porque aunque se quiera llegar y empezar a vivir un futuro, éste no se labra si primero no hay un pasado; una base que permita una mayor solidez y garantía de éxito.

Para muchos países es sombría la situación en la actualidad, pues deben alcanzar niveles más altos en su base material, ponerse en contacto con el desarrollo tecnológico, lo que agudiza su dependencia de los centros de poder y además preservar su propia cultura, la cual sufre el embate de la que se va imponiendo a nivel global; deben defender su identidad en un ámbito económico que tiende a la pérdida del sentido de las fronteras nacionales³²

A tal efecto es esclarecedor el criterio del economista Osvaldo Martínez cuando expresa:

“Se nos habla de una nueva “economía mundo” en la que los estados nacionales casi se han disuelto y perdido el sentido de soberanía nacional, en virtud de unas tendencias universales”.

³¹ F04

³² <http://asri.eumed.net/0/imhi.html>

Como se sabe, la circulación indiscriminada e irreflexiva de valores culturales foráneos puede afectar, e incluso tender a anular una determinada tradición cultural. La penetración cultural, al imponer otros modelos, deforma la identidad³³.

Y tal vez ese fenómeno podría ser atravesado por San Gil, que paso a paso se ha ido dejando influenciar **“también hay que dejar claro que no está bien dejarse influenciar por sus costumbres...”**³⁴ y visto desde esta manera no es algo muy positivo pues se abandonan los rasgos propios y específicos que caracterizan al pueblo de los otros. Aunque Dentro de los esfuerzos realizados para enfocar de manera humanista este aspecto, debe citarse que desde 1992 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, con el respaldo de la Asamblea General, constituyó la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. En el informe presentado, por esa comisión, en 1995, puede leerse:

“[...] es inútil hablar de cultura y desarrollo como si fueran dos cosas separadas, cuando en realidad el desarrollo y la economía son elementos, o aspectos de la cultura de un pueblo. La cultura no es pues un instrumento del progreso material: es el fin y el objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud”.

³³ <http://asri.eumed.net/0/imhi.html>

³⁴ F05

6. CONCLUSIONES

Queremos ofrecer a la comunidad académica de la Universidad Autónoma de Bucaramanga de la facultad de Comunicación Social las siguientes valoraciones que nacen de nuestra experiencia de investigación; basada en un proceso de conocimiento y nivel descriptivo.

Adentrarse en la comunidad de San Gil, Santander, significó conocer de una manera más amplia las riquezas naturales y culturales que posee como municipio. Parte de la vida cotidiana de sus habitantes, entiéndase esto como los distintos ámbitos sociales en que se desenvuelven, con toda la carga histórica y cultural en donde se ven involucrados diferentes procesos comunicativos, con los cuales se ven afectadas dichas variables.

El municipio de San Gil, pasa de ser un pueblo simple a una ciudad compleja, es decir, pasa de un pueblo con unas tradiciones aferradas a sus raíces, con costumbres ligadas a sus antepasados, a una ciudad emergente, abierta a los cambios que la globalización le ofrece debido a la llegada de visitantes de diferentes tierras.

San Gil es reconocido como Capital Turística del departamento de Santander, gracias a su patrimonio cultural, material e inmaterial, y el buen aprovechamiento de su geografía para la creación de espacios de recreación y espaciamento que lo convierten en un destino atractivo para extranjeros y nacionales.

Su cultura se distinguió por sus arraigadas tradiciones; basadas en un ambiente conservador, una gastronomía propia, la laboriosidad de sus habitantes entre otros. Pero estas se han visto afectadas por la llegada de nuevos pobladores con nuevas costumbres y tradiciones que fueron adoptadas por los diferentes procesos de comunicación.

Las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales, educativas y comunitarias, han contribuido con la creación de espacios para el desarrollo comunicativo con el fin de rescatar la cultura perdida. Así mismo la vinculación de empresas relacionadas con el turismo, quienes a través de éste, buscan promoverla.

La comunicación es usada como herramienta para fortalecer los diferentes proyectos realizados para el progreso de San Gil a nivel turístico. Gracias a su utilización y términos de consenso se logra un crecimiento económico que comienza a reflejarse en su desarrollo urbanístico; calles y edificaciones, así como la acogida de visitantes nacionales y extranjeros quienes son atraídos por el reconocimiento de éste, gracias a la transmisión de información que la comunicación permite. Sin duda este proceso de conexión ha hecho posible un turismo activo en este municipio, el cual ha sido un factor que alimenta y permite el avance competitivo actual.

San Gil se posiciona como un municipio que no se quedó atrás, sino que se dejó atrapar por los cambios que la globalización ofrece. Dando paso a la llegada de nuevas inversiones económicas y arquitectónicas, brindando oportunidades laborales para los propios, y nuevas opciones para los visitantes.

En el último año San Gil ha sido centro de nuevos proyectos para crear espacios que alimenten el interés para ser visitado, esto con el fin de generar recursos para el mismo y una muestra de desarrollo material; diferentes centros comerciales, reestructuración en sus calles, creación de hoteles modernos y diferentes sitios de esparcimiento nocturno, enfocados hacia la comodidad del visitante.

7. RECOMENDACIONES

A continuación aportamos algunas sugerencias para que se fortalezca en el municipio de San Gil su cultura desde diferentes espacios generados gracias a los procesos de comunicación.

Integrar en una participación activa en mesas de trabajo a las organizaciones e instituciones y profesionales para reflexionar y concretar propuestas con intereses colectivos enfocadas en el desarrollo cultural, económico y social.

Promover actividades diseñadas para reforzar la conciencia del pueblo y los organismos que toman decisiones de la importancia de tener en cuenta los factores culturales en los procesos de un desarrollo duradero.

Fomentar en los jóvenes el interés hacia lo intrínseco a través de actividades académicas el conocimiento y la comprensión de la diversidad cultural desde objetivos educativos y culturales

Generar desde el instituto de cultura y turismo del municipio nuevas políticas culturales, programas, instituciones y proyectos con el fin de conseguir la plena participación de todos los sectores de las comunidades.

Reconocer a la cultura como parte de los procesos de transformación social. Así mismo fortalecer las prácticas culturales para conservar y reconocer la importancia del patrimonio tangible e intangible

Hacer una planificación en el área comunicacional que involucre a todos los medios de comunicación, (radio, prensa, televisión e internet) que integren objetivos culturales y educativos que promocionen el patrimonio cultural.

Impulsar el conocimiento del patrimonio natural y cultural mediante los medios virtuales que permiten las nuevas tecnologías.

Concientizar a las autoridades locales para que destinen más fondos a las actividades de turismo cultural y alentarlas por medio de campañas de sensibilización a que fortalezcan su papel en el campo del desarrollo cultural.

Anexo A

Información básica del memorando

Título del memorando: Impacto Social

Número: 01

Fecha: 14/09/2013

Tipo de memorando: Conceptual

Con base en las entrevistas realizadas se propone la categoría ***Impacto Social*** en la que se identifican las siguientes propiedades “*San Gil*” “*Evolución*” “*Identidad*” “*crecimiento*” “*Imagen*” “*cambios*” “*Impacto por el turismo*” “*Ambiental*” “*transformaciones en el municipio*” que constan de las siguientes dimensiones: “Pasó a ser” / “Sin Cambio” / “atractivo por parque” / “año noventa y ocho” / “eje central” / “ciudad tranquila” / “han evolucionado” / “diferentes temperamentos” / “carácter fuerte” / “marcan personalidad” / “capital turística” / “interés grupos económicos” / “llegado gente” / “mejor calidad de vida “servicios financieros” / “imagen muy posicionada” / “llegada de nuevos productos” / “cambios que influyen positivamente” / “quieren invertir” / “dejan su plata” / “cambios impactantes” / “educación” “universidad” / “servicio hotelero” / “esencia del municipio” / “transformaciones” / “movilidad estresante” / “falta de planeación” / “garantizada la sostenibilidad” / “irrumpe lo que es” / “margen establecida” / “atrofiando la naturaleza” / “parte ambiental” / “garantizar servicios públicos” / “cobertura en calidad” / “recurso hídrico” / “inseguridad” / “cultura muy abierta” / “problemáticas sociales” / “impacto negativo” / “cambios sociales”.

Sobre la propiedad “***San Gil***” se encuentra la dimensión “Pasó a ser”, La fuente **F01** define como: “San Gil ***pasó de ser*** un municipio que solo era atractivo por el parque natural ‘El Gallineral,’ el parque principal, sus cerros de la cruz y de la gruta, pozo azul, y estos sitios comúnmente mencionados”. La siguiente dimensión “***Sin Cambio***” es una dimensión que se deduce, ya que la fuente **F01** define la estabilidad y falta de cambios del municipio desde un tiempo atrás. “Cambios vemos año tras año, lo que pasa es que en ese tiempo los cambios que sufría nuestro municipio no eran tan evidentes, la gente era como muy conservadora, querían mantener siempre las tradiciones, no llegaba tanto desarrollo como ahora.” La dimensión “*atractivo por parque*” la fuente **F01** la define en la entrevista como el cambio que sufre San Gil cuando era solo ***atractivo por un parque natural*** y pasa a ser un centro turístico de mucha

importancia a nivel departamental, nacional e internacional “uno se centra principalmente en el parque ‘El Gallineral’ porque pues era como el más reconocido y más visitado, este parque era y aún sigue siendo como ese elemento diferenciador que identifica a San Gil, pero que a pesar de todo el cambio que ha sufrido el municipio, este parque aún sigue siendo muy concurrido en temporadas de vacaciones por una gran afluencia de turistas y aún mantiene ese reconocimiento que hace identificar a San Gil de otras partes. Pese a que ya el departamento de Santander ahora cuenta con un gran destino turístico como lo es el Parque Nacional del Chicamocha”. Además la dimensión “año noventa y ocho” la fuente **F01** hace referencia al tiempo en el que empiezan a suceder cambios y se empieza a desarrollar con más fuerza el turismo en San Gil, “destaco este año noventa y ocho como uno en el que se empiezan a evidenciar los cambios, ese punto de referencia en donde se empiezan a generar cambios como que a la gente se le despierta ese ánimo por crear empresa, por preocuparse por el desarrollo de nuestro municipio”.

Sobre la propiedad “*Evolución*”, se encuentra la dimensión “ciudad tranquila” la cual la fuente **F101** la define en la entrevista como “Bueno, San Gil desde un inicio, se veía como la ciudad pacífica, la ciudad tranquila, una ciudad en donde la gente caminaba tranquila por las calles, se saludaba con todo el mundo, se sentaba a disfrutar de un ambiente agradable en el parque principal, se podía leer un libro, no habían tantas preocupaciones como ahora. Se disfrutaba de un ambiente más sano, se veían niños correr, todo era relativamente agradable.” haciendo referencia a lo que era hace algunos años San Gil. De la misma manera se encuentra la dimensión “eje central” y la fuente **F101** la menciona como “que a la vez San gil como eje pues entonces también percibe con las otras poblaciones cercanas. San Gil es denominada también capital de la provincia de guanentá, entonces siempre ha sido como ese centro al que vienen los campesinos a ofrecer sus productos, habitantes de poblaciones aledañas y de la misma provincia, a realizar actividades de comercio principalmente, también es un eje central ya que cuenta con su terminal, su aeropuerto que en una época funcionaba con vuelos comerciales, que actualmente no se encuentra en funcionamiento, pero que existe la posibilidad y la proyección de que en unos años vuelva a contar con esta oportunidad para San Gil, ¿si? Entonces pues San Gil viene siendo como ese punto de encuentro, ese centro que da vía para muchas actividades de la región.” haciendo referencia a San gil como punto central el cual se complementa por poblaciones aledañas. Así mismo está la dimensión “han evolucionado” la cual la fuente **F101** menciona en la

entrevista “En esa tranquilidad, en esa personalidad, ha ido evolucionando en los últimos 30 años que se han dado. Como lo mencionaba antes, esa tranquilidad que se sentía en la comunidad, ese ambiente agradable que se vivía en lugares públicos, con el transcurso de los años vino cambiando, ya el temperamento de las personas se fue volviendo más individualista, y esos espacios para compartir se fueron quedando atrás.” en donde hace alusión al cambio y evolución que ha sufrido San Gil en los últimos 30 años.

Sobre la propiedad “**Identidad**” se encuentra la dimensión “diferentes temperamentos” la cual la fuente **F101** la menciona en la entrevista cuando dice “la ciudad de diferentes temperamentos en el sentido, a veces como toscos por las mismas montañas en las que se ha construido el casco urbano como tal de San Gil pero también en las mismas veredas, entonces somos un poco como toscos. Es un carácter que nos identifica a los santandereanos, un carácter fuerte. Pero qué pues en esta región está un poco más marcado, en donde la acentuación de las palabras es un poco más fuerte, y a su vez el trato con las mismas personas muchas veces tiende a ser un poco ordinario, por decirlo así. ” en donde hace referencia al temperamento que identifica a la gente de San Gil. Para la dimensión “carácter fuerte” la fuente **F101** dice “entonces se ve un carácter fuerte en términos de voz, en términos de palabras que se emplean. Como venía diciendo, muchas veces la acentuación en las palabras es un poco más fuerte, es por eso que en otras regiones del país, nos conocen por ser personas bravas, y cuando se entablan una conversación muchas personas creen que estamos molestos, o que los estamos regañando. Entonces eso es uno de los principales aspectos que como que nos identifica pero que de alguna manera está más marcada en San Gil y por eso forma parte esencial como de nuestra identidad.” en donde hace alusión a la acentuación que se le pone al dialecto de los Sangileños. Así mismo esta la dimensión “marcan personalidad” en donde la fuente **F101** menciona “pero sobre todo en términos de acentos de la voz, entonces no se sabe cuando se está bravo, cuando se está contento o que significa ‘quiubo mano’, ¿si?, esas cosas que marcan esa personalidad del sangileño, así mismo como tenemos una acentuación al momento de hablar, un temperamento al momento de expresarnos, también los sangileños tenemos un léxico, un vocabulario muy típico de esta zona, que pues también muchas veces son utilizados para definir nuestro estado de ánimo dentro de nosotros mismos, pero que pues también al momento de hablar con personas de afuera, pueden llegar a ser mal interpretados, pero pues de una u otra manera eso forma parte de

nuestra identidad y es lo que nos hace diferentes a las otras comunidades.” en donde resalta aquellas características del acento de los habitantes del municipio.

Se encuentra la propiedad “*crecimiento*”, que consta de la dimensión “capital turística” la fuente **F01** la define en la entrevista como: “el reconocimiento que le otorgó la asamblea departamental en el año 2004 como *capital turística* del departamento de Santander. Gracias a en parte a nuestra geografía y a esa variedad de deportes de aventura que se fueron explorando y practicando en San Gil, fue lo que trajo gran afluencia de turistas a la región, trayendo con ello una gran demanda de servicios para ofrecer, con el ánimo de traer más visitantes, y fue gracias a ello que la gobernación de Santander, apoyó y de la mano de Asamblea departamental, le fue otorgado este merecido reconocimiento a nuestro municipio que hoy nos hace sentir orgullosos, ya que gracias a ellos San Gil hoy es más conocido no solo a nivel nacional sino también internacional.” haciendo mención a la distinción otorgada a la capital de la provincia guantentina gracias a la afluencia turística que venía teniendo los últimos años. La siguiente dimensión “interés grupos económicos” la fuente **F01** la define en la entrevista como “entonces ya al tener, digamos toda esa oferta de los deportes de aventura viene ya el *interés de los grupos económicos*. Bueno pues ya en vista de que San Gil estaba presentando desarrollo, de la mano venían las oportunidades de crear empresa, de generar empleo, de sacarle provecho y ver la oportunidad por la que estaba empezando a pasar la ciudad. Entonces es cuando se comienza a ver el interés de grupos de mayor reconocimiento, con mayor potencial de construir empresa, que veían en San Gil una oportunidad de esparcimiento y que a su vez un punto clave no solo para generar empleo sino también para crear nuevas oportunidades de ingresos.” en donde destaca la necesidad de invertir en el municipio por parte de algunos grupos económicos. Por otra parte se encuentra la dimensión “llegado gente” la cual la fuente **F101** la menciona en la entrevista como “Entonces hay una variedad de gamas para uno quedarse, entonces así ha *llegado más gente* Con la misma abundancia de visitantes, y con estas oportunidades de generar empresa en el municipio, estas mismas personas como que empiezan a ver en San Gil esa oportunidad de estabilidad, no solo económica sino también familiar, que les podría brindar de pronto más beneficios que los que les brindaba su ciudad actual. Entonces es así como se empieza a notar también la llegada de personas, de familias, con el ánimo de estabilizarse en San Gil y por qué no con el fin de obtener más oportunidades a nivel personal.” Para la dimensión “mejor calidad de vida, la fuente **F101** dice “al tener un mejor nivel económico y una mejor

comodidad y calidad de vida en ese sentido del disfrute y de ese recurso de poder hacer realidad sus sueños” la fuente **F101** menciona la situación de los habitantes del municipio. En cuanto a la dimensión “quieren invertir” la fuente **F01** la menciona en la entrevista como: “Pues personas ya adineradas... bueno con poder económico, hemos visto que han querido invertir en nuestro municipio” haciendo referencia a aquellas personas que fueron llegando a San Gil que vieron oportunidades y contaron con posibilidades para invertir en el. La dimensión “dejan su plata” la fuente **F01** la define en la entrevista como: “Bueno, está bien porque está dejando también a los residentes a través del turismo, pues se deja platica, a las tiendas, los supermercados, los almacenes, bueno en general” en donde se ve como algo positivo la inversión que hacen las personas que llegan de otras partes a dejar de alguna manera algo invertido. La siguiente dimensión “servicios financieros” la fuente **F01** la define en la entrevista como: “otros servicios financieros al municipio, y dándole toda esa buena imagen. Con la llegada de los grupos económicos, y la creación de nuevas empresas, se empezó a ver como esa mayor facilidad en cuanto a los servicios financieros, es decir, ya para el campesino que necesitaba dinero para el periodo de labranza, pues empezó a conocer la oportunidad de un crédito, de un financiamiento que a su vez le genere beneficios y facilidades de pago, y esto pues ayudó en gran parte a crear una buena imagen a esos nuevos servicios que se ofrecen en el municipio y a su vez creado una nueva imagen de desarrollo.” destacando así la importancia que le dieron al municipio la llegada de aquellos grupos económicos y lo que vinieron a ofrecer.

Sobre la propiedad **“Imagen”** se encuentra la dimensión “imagen muy posicionada” la fuente **F01** la define en la entrevista como: “Eso le permitió al municipio tener una imagen ya muy posicionada a nivel nacional y que dándose a conocer. Bueno pues ya de un tiempo para acá todos estos cambios, esos acontecimientos importantes, que el nombramiento de capital turística, que la apertura de bancos, de cooperativas, que la gran afluencia de visitantes. Todo esto empezó a generar una buena imagen para el municipio, se le empezó a dar más reconocimiento a la ciudad, y fue así como se empezó a nombrar a nivel nacional, y a dar a conocer y de esta forma crear ese posicionamiento regional y cultural antes el país.” en donde menciona el posicionamiento de imagen que vino obteniendo el municipio gracias a este crecimiento. Sobre la dimensión “llegada de nuevos productos” la fuente **F101** en la entrevista dice “Positivamente en el sentido de nuevas construcciones, mas comodidades para las personas, también diversidad de productos que llegan al ver que hay alguna transformación, por ejemplo llegan productos que

no los teníamos. Claro, con las nuevas oportunidades que se abrieron para nuestra ciudad, se empezó a comercializar más con nuevos productos que pues de alguna forma en un tiempo atrás no eran conocidos o no se nos era fácil acceder a ellos y por esta razón no llegaban a nuestro municipio. Pero gracias a esta nueva expansión ese desarrollo, pues facilitó la llegada de ellos. Así mismo con la llegada de nuevas personas, de nuevos inversionistas, empezaron a traer nuevos conceptos de construcción, nuevas posibilidades de vivienda con mayor comodidad y con esto ir como mejorando y expandiendo la infraestructura del municipio.” en donde se destaca como aspecto positivo la llegada de nuevas transformaciones para el municipio. Así mismo se encuentra la dimensión “cambios que influyen positivamente” en donde la fuente **F101** menciona “Entonces viene un proceso de cambios que *influyen positivamente* en la familia. Todos esos cambios, esas nuevas posibilidades, abren una cantidad de aspectos positivos que no solo benefician directamente a una sola persona, sino también a su núcleo familiar. Es decir, la persona que se beneficia al obtener una nueva posibilidad de empleo, beneficia también a su familia, al poderle brindar mejores oportunidades a sus hijos, a sus esposas, que les ayuda a proyectar su futuro.” en donde se hace alusión al proceso de cambio positivo que ha beneficiado al municipio.

Se encuentra también propiedad “***cambios***” a la que pertenece la dimensión “***cambios impactantes***” donde la fuente **F101** menciona “Los cambios son siempre impactantes, positiva o negativamente” haciendo referencia a la descripción de los cambios que han venido presentando. De esta manera se encuentra la dimensión “educación” en donde la fuente **F101** dice “Positivamente se han visto reflejados en el acceso a las TIC, en la *educación*, ya no tenemos que irnos a Bucaramanga, al Socorro, a otras poblaciones para formarnos. Así como con la llegada de nuevos grupos económicos, empresas, construcciones, instituciones educativas vieron la posibilidad de brindar la oportunidad a los habitantes de la ciudad y sus alrededores una mejor educación y de esta manera brindar facilidad al ser un punto central y no tener que desplazarse a otros destinos con el fin cumplir con este aspecto importante en nuestra formación.” destacando la educación como uno de los principales aspectos que han evolucionado positivamente con el paso de los años. De esta forma la dimensión “universidad” la fuente **F101** la menciona diciendo “Ya tenemos acá una muy buena *universidad* y bueno, han llegado también otras sedes de diferentes universidades. La creación de la Fundación Universitaria Unisangil, en alianza con la Universidad Autónoma de Bucaramanga, a sido un gran

aporte para nuestra región ya que ha sacado tecnólogos y profesionales. Y actualmente no solo contamos con la Unisangil, sino también con la UDI, las Unidades Tecnológicas, y universidades a distancia que se han radicado en el municipio brindándoles mayor desarrollo.” sustentando así lo anteriormente dicho como uno de los aspectos positivos durante la evolución que ha venido presentando San Gil.

Sobre la propiedad *“Impacto por el turismo”* se encuentra la dimensión “servicio hotelero” la cual la fuente **F01** la define en la entrevista como: “urbanizaciones, bueno en general, hoteles, digamos que se ha extendido mucho este servicio, eso es lo que estamos viendo. En vista de la gran cantidad de visitantes, muchos inversionistas han visto la oportunidad de ingreso en el sector hotelero, y así mismo generan expansión para el municipio ya que hacen sus construcciones en sectores aledaños al casco urbano con el ánimo de hacer hoteles campestres y que sean de comodidad para el visitante que quiera estar dentro del municipio. Pero también de esta forma dentro del casco urbano ya presenciamos nuevas edificaciones que se construyen con el mismo fin, de ser condicionadas como hoteles. Entonces podemos ver como el servicio hotelero ha sido un gran factor de desarrollo y expansión para el municipio.” en donde hace alusión a la expansión que se ha venido observando en el municipio principalmente en el servicio hotelero. Para la dimensión “esencia del municipio” la fuente **F01** la menciona en la entrevista cuando dice: “es importante este crecimiento, a lo que digamos vemos nosotros, (...) se está construyendo y a veces no se está respetando digamos lo que es la esencia del municipio, por ejemplo, no sé, a una cuadra del centro histórico, un edificio y pues un edificio que pues no hay una lógica en esa construcción. Es cuando viene acá la pérdida de ese patrimonio, de esa infraestructura que formaba parte de nuestra identidad, donde antes era la mayor parte del pueblo la que mantenía esas construcciones y hoy en día ya solo es una manzana alrededor del parque la que la conserva.” para esta cita, la fuente **F01** destaca la importancia que se ha venido presentando en el municipio pero destaca que pese a esto no se está respetando la esencia que ha marcado el municipio. Para la dimensión “irrumpe lo que es” la fuente **F01** la menciona en la entrevista como: “porque irrumpe como que la imagen de lo que es el pueblo en sí y eso es lo que hay que protegerse. Está bien que llegue desarrollo en cuanto a infraestructuras y construcciones, pero hay una parte importante que hay que conservar como lo son nuestras raíces, y es justamente eso lo que estamos dejando perder en estas construcciones y poco a poco

se está acabando con el patrimonio arquitectónico de nuestra comunidad.” en donde destaca la importancia de lo que se está perdiendo en San Gil. La dimensión “margen establecida” la fuente **F01** la define como: “También digamos la construcción de hoteles y restaurantes hacia la vía de Charalá, no han respetado la margen que debe respetarse al río, que son 30 metros, que es lo que deben respetar y muchos la han pasado. Es decir ellos hacen estas construcciones con el fin de brindar una atracción al ser cerca al río, y lo hacen sin importar los parámetros establecidos para las construcciones campestres aledañas al casco urbano” haciendo mención a que las construcciones no han respetado la margen de construcción ya establecida por el municipio, y así mismo se cita la siguiente dimensión “atrofiando la naturaleza” en donde la fuente **F01** la menciona en la entrevista como: “Entonces digamos que se está atrofiando de cierta manera, la naturaleza, al no tener en cuenta estos parámetros. Al realizar construcciones de ese nivel, tienen que realizar podas de árboles, robar espacio al río con toneladas de concreto, sin medir muchas veces las consecuencias que esto podría traer más adelante al respecto.” resaltando el daño ambiental que han venido causando las nuevas construcciones.

Se encuentra la propiedad “**Ambiental**” en donde aparece la dimensión “parte ambiental” la fuente **F101** menciona en la entrevista “En lo negativo, lo que ha impactado en una parte considerable pues mientras se va en ese proceso, es la parte ambiental, el inicio de escases de recursos naturales, la falta de conservación de los espacios verdes y la zona rural, que es algo que no solo afronta el municipio sino se está viendo en cierta manera en el planeta.” a lo que ha afectado negativamente la evolución que se ha tenido. Para la dimensión “garantizar servicios públicos” la fuente **F101** menciona en la entrevista “Entonces partimos de planes que ya estaban hechos para garantizar los servicios públicos que están obsoletos en estos momentos. Al momento de presentarse cualquier eventualidad con respecto a los servicios públicos, se manifiesta preocupación y se crean planes que puedan ayudar al mejoramiento de esta problemática, pero son pocos los planes y también pocos los que se llevan a cabo.” en donde destaca decadencia de los planes que se han venido realizando en donde se garantizan los servicios públicos. Se encuentra también la dimensión “recurso hídrico” la fuente **F101** menciona en la entrevista “Desde lo ambiental el recurso hídrico, también el mismo crecimiento de residuos sólidos y hacía falta mirar para un futuro.” Refiriéndose a la problemática ambiental por la que puede afrontar la comunidad. Se encuentra la dimensión “cobertura en calidad” la fuente **F101** menciona en la entrevista “Entonces no estamos en un nivel que realmente cubra las

condiciones y esa *cobertura en calidad*. Es donde nos damos cuenta que aun nos falta más planeación, más liderazgo, con el fin de cubrir esas necesidades generadas por las diferentes problemáticas que se han venido desarrollando con todo este proceso de desarrollo regional.” destacando que no se cuenta con el nivel que garantice las condiciones de calidad que el municipio pueda brindar.

Sobre la propiedad *“transformaciones en el municipio”* Se encuentra también la dimensión “transformaciones” la cual la fuente **F101** menciona en la entrevista “diríamos también que de los últimos cinco años, en el sentido de las *transformaciones*, entonces ya ha habido que la ciudad universitaria, la parte de la capital turística, han sido pilares fuertes que han dado transformación a todos estos ámbitos iniciales que venían” Refiriéndose al paso dado por la transformación en San Gil. La dimensión “movilidad estresante” la fuente **F101** la menciona en la entrevista al decir “Entonces por eso desde ese momento San Gil ya como ciudad abierta donde pasó de una ciudad tranquila a una ciudad más agitada, a una *movilidad más estresante*. Como ya lo había mencionado anteriormente, el temperamento de las personas ha venido cambiando, ya una gran parte de la población cuenta con un medio de transporte, lo que hace de San Gil una ciudad muy congestionada, no solo a las horas pico que es cuando las personas ingresan y salen de sus trabajos, sino también en las temporadas altas que la cantidad de vehículos se multiplica, entonces esto hace de San Gil y de su movilidad un poco estresante.” refiriéndose a lo que es hoy en día el municipio. La dimensión “falta de planeación” la fuente **F101** la menciona en la entrevista cuando dice “Entonces eso es *falta de planeación*, de proyectar el futuro, de vernos, hacen que cuando ya estamos en el, tengamos que poner planes emergentes o contingentes y no tener ya una previsión frente a eso que iba a pasar. Cabe resaltar que a San Gil lo atraviesa también una vía nacional entonces constantemente hay tráfico de todo tipo. Entonces en vista a todos estos problemas de movilidad que se han venido presentando, la comunidad de ha manifestado frente a esta falta de planeación, exigiendo un anillo vial, exigiendo semáforos, exigiendo de alguna manera estrategias que sean para el beneficio de la comunidad.” resaltando la necesidad de realizar planes para prevenir problemáticas. Por otro lado se encuentra la dimensión “inseguridad” para lo que la fuente **F101** menciona “Otra cosa es la *inseguridad*, entonces también viene la parte de robos, pero es gente que llega. Bueno la inseguridad es una problemática más que ha tenido que afrontar San Gil, ya hoy en día la gente siempre anda

prevenida pues en cualquier parte puede ser sorprendida por la delincuencia. Pero pues es algo que lamentablemente se ve en casi todas las ciudades, y pues para el caso de San Gil es por la llegada de gente nueva y pues este mismo crecimiento que ha afrontado.” en donde la fuente hace referencia a otra de las problemáticas por las que se ha visto afectada la identidad sangileña. Se encuentra también la dimensión “cultura muy abierta” para la que la fuente **F101** referencia en la entrevista cuando dice “Ellos tienen una *cultura muy abierta*, de pronto, en términos de consumo de estupefacientes, vienen a buscar drogas, vienen a buscar niños para la parte de prostitución, mejor dicho, quieren sexo con jóvenes con niños. Hablando de las personas que llegan o que muchas veces solo vienen de paso, que son quienes han generado esta problemática de la inseguridad. Muchas veces son personas que padecen alguna adicción y que debido a esto los llevan a cometer este tipo de delitos de una manera consciente o inconscientemente.” en donde hace alusión a aquellas personas que visitan el municipio. Se encuentra la dimensión “garantizada la sostenibilidad” la fuente **F101** la menciona como “Acá el ciudadano pues ya tiene una parte *garantizada, de sostenibilidad* y no está como en el plan de mirar que roba, pero el que llega sí, entonces llega inseguridad para nuestro municipio. Digo que esta es una problemática de la gente que viene de afuera, pues en San Gil con el mismo desarrollo que se ha generado, pues se crea una sostenibilidad de los núcleos familiares que pues son de acá de San Gil, pero pues a su vez estos visitantes muchas veces influyen en las personas que ya estaban, llevándolos por un camino que no es correcto.” en donde se destaca otra problemática que afronta el municipio. La dimensión “problemáticas sociales” la fuente **F101** la menciona en la entrevista al decir “Eso en cuanto a aspectos negativos, también las *problemáticas sociales* a raíz de las nuevas culturas que nos llegan, entonces si vienen holandeses, franceses, gringos, etc. Son extranjeros que vienen con una cultura totalmente diferente y en cierta manera quieren imponerla en nuestro municipio, creando así una influencia no muy positiva para los habitantes.” Destacando como aspecto negativo la llegada de nuevas culturas que afectan la identidad cultural ya establecida. De esta manera se encuentra la dimensión “impacto negativo” cuando la fuente **F101** menciona en la entrevista “Entonces eso también es negativo, una forma de *impactar negativamente*, porque puede ser una forma para otros sectores que termina en violencia intrafamiliar, pandillas, todo lo que tiene que ver en esa parte. Eso en esa parte social. Bueno muchas veces principalmente en los jóvenes que están esa etapa de exploración y desarrollo social, ven algo interesante en estas culturas negativas que llegan a San Gil, y es cuando de pronto caen en la drogadicción en la

delincuencia, y pues debido a esto es que se cran los conflictos familiares que a su vez influyen en la comunidad.” En donde destaca aquellos aspectos negativos que impactan y de alguna manera afectan la identidad cultural. Así mismo se encuentra la dimensión “cambios sociales” la fuente **F101** la menciona en la entrevista al decir “pues eso hace que se disparen esos ***cambios sociales*** y que afecten nuestra cultura en sentido de otra visión que teníamos con nuestros jóvenes y con nuestros niños. Actualmente la juventud no es la que esperábamos algunos años atrás, cada vez se ve más afectada y esos cambios de influencia son cada vez mas acelerados, y es cuando se ve en muchos casos jóvenes que se salen de las manos de sus padres y todo con el ánimo de pertenecer a un grupo cultural por el cual se sienten atraídos. Y es así como se empiezan a desarrollar esos cambios sociales que afectan muchas veces más para el lado negativo que para el positivo.” en donde complementa las razones por las cuales se ven los aspectos negativos que otras culturas traen y afectan a la identidad del municipio.

Anexo B

Información básica del memorando

Título del memorando: Construcción Sociocultural

Número: 02

Fecha: 15/09/2013

Tipo de memorando: Conceptual

Con base en las entrevistas realizadas se propone la categoría ***Construcción Sociocultural*** en la que se identifican las propiedades “*construcción de la cultura*” “*Tradiciones*” “*Patrimonios*” “*ser ciudadano*” que constan de las siguientes dimensiones: “construcción de la cultura” / “se construye día a día” “*rutinas*” / “desde que se levantan” / “desayuno tradicional” / “cultura de las familias” / “gastronomía” / “fiestas tradicionales” / “asistencia masiva” / “han nacido en el municipio” / “patrimonio inmaterial” / “patrimonio material” / “clase de gente” / “lleguen muchos avivatos” / “cometiendo hurtos” / “costumbres diferentes” / “participa activamente” / “propone ideas” / “Primero participar” / “falta más población”.

Sobre la propiedad “***construcción de la cultura***”, se encuentra la dimensión “Cultura propia”, la fuente **F101** la define como “todos los municipios en Colombia, yo creo hay su ***propia cultura***. Es decir, en todos los municipios, todas las ciudades, en todas las comunidades existe su propia cultura, algo que los hace diferentes antes los demás y los identifica como comunidad.” Reconociendo de esta manera, la identidad cultural que tienen cada uno de los municipios del país. La siguiente dimensión “se construye día a día” la fuente **F101** menciona en la entrevista que “Digamos que la cultura es un qué hacer diario, ***se construye día a día***. Son esas actividades que realizamos en nuestra vida cotidiana, combinada con las costumbres y tradiciones además de lo que estamos construyendo con los que haceres.” refiriéndose a esa construcción cultural en las personas. Para la dimensión “rutinas” la fuente **F101** la identifica dando un ejemplo a la definición anterior como “Por ejemplo la cultura a partir de las ***rutinas***, desde que se levantan las personas, que se acostumbra a hacer”. Así mismo, la fuente **F101** complementa la siguiente dimensión “desde que se levantan” diciendo “como digamos aquí las familias que conocemos, ***se levantan*** a las 5:30 o 5:00 de la mañana, dependiendo de las jornadas escolares que tengan sus hijos y los envían al colegio. Todas estas actividades que se realizan diariamente, cuando van al trabajo, la hora de las medias nueves, la hora del almuerzo, la hora de la comida, todos esos

horarios que se cumplen ya de una manera de rutina”. Para la siguiente dimensión “desayuno tradicional” la fuente **F101** menciona que “¿Qué se desayuna habitualmente? Que el caldito de papa con tostado, la arepa santandereana, o también el café con leche, el chocolate, el queso y el pan, dependiendo de quien vaya a consumirlo, especialmente se lo dan a los jóvenes cuando se van para el colegio para que vayan bien cargaditos en ese sentido. Eso en cuanto ya a la cultura santandereana, como también ha otras personas que prefieren desayunar que un tamal, huevitos, o fruta, o que pues también prefieren llevar una vida más saludable comiendo poco, pero pues eso ya hace parte de las nuevas culturas y las nuevas costumbres que se han adquirido.” describiendo de esta manera algo tradicional en las familias. Afirmándolo de esta manera con la siguiente dimensión “cultura de las familias” cuando menciona que “Eso digamos desde la parte poblacional, desde la cultura de las familias. La familias son como por decirlo así los principales agentes de la formación de la cultura, todo viene del hogar. Antes las familias eran muy conservadoras, guardaban mucho respeto a diferentes costumbres, mantenían siempre unos principios que los regían. Hoy en día gracias a la evolución no solo de la comunidad, sino de todo el mundo, a la globalización, ya vemos familias un poco más liberales, en donde ya han quedado atrás muchos tabúes que pues antes generaban controversia. Y pues eso ha afectado de alguna manera a las culturas familiares ya sea para bien o para mal. Para bien porque ya vemos familias un poco más civilizada, más organizadas, pero en el aspecto negativo vemos las costumbres que han adoptado los jóvenes, hoy en día como lo dice el adagio popular, “los pájaros le tiran a las escopetas”, los jóvenes ya gozan de mucho libertinaje y se ha perdido el respeto hacia sus padres.”

Sobre la propiedad “*Tradiciones*” se centra la dimensión “gastronomía” la fuente **F101** la menciona en la entrevista como “A gastronomía que ha estado muy publicitada en estos momentos, la arepa santandereana, el cabro, la pepitoria, bueno la picada tradicional. Bueno la gastronomía es algo que aun se ha mantenido y hace muy fuerte a nuestra cultura. La gastronomía de nuestra región es algo que nos caracteriza, muchas veces también por su preparación, por esa variedad e platos, que de una u otra manera se asemejan también con nuestro carácter. Ya hoy podemos ver en los comerciales de televisión hablar de la gastronomía santandereana, dar buenas referencias y a su vez, es algo que incentiva al turista a que venga a conocer nuestra región. Además porque son productos autóctonos que solo se consiguen acá y

pues motivan al visitante ya sea por curiosidad o porque ya ha conocido de antes y le ha gustado, entonces se convierte en un motivo más para visitar a San Gil” Destacando allí lo platos típicos y más conocidos de la región. Se encuentra también la dimensión “fiestas tradicionales” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista como “Podríamos hablar desde *las fiestas*, desde esa construcción, qué es lo que hace más fuerte en estos momentos, entonces que la fiesta de la Virgen del Carmen, que la fiesta del 8 de diciembre, también hay unos eventos posicionados culturalmente” en donde la fuente resalta las fiestas que se celebran por tradición, pero que con el tiempo se han venido posicionando culturalmente. Son de pronto fiestas que también se celebran en otras partes, fiestas religiosas, patrias, entre otras, pero que de una u otra manera, por esa manera de celebrarla, por esas actividades que se realizan en el municipio las hacen autóctonas y las identifican con nuestra cultura y eso hace que ya tomen un posicionamiento, se den a conocer, y así crece la cantidad de visitantes, que deciden pasar estas festividades en nuestro municipio. De esta manera la fuente **F101** complementa con la siguiente dimensión “asistencia masiva” al mencionar en la entrevista “donde hay una *asistencia masiva*, pero que han sido construidos, unos desde la parte religiosa y otros desde la parte cultural o internacional que se han venido dando. Es precisamente esa afluencia de visitantes, ese público masivo, el que hace que esos eventos se den a conocer y cada año aumente más la asistencia. Esos eventos, esas tradiciones que se han construido culturalmente son las que motivan al visitante a venir, de la mano de esto pues el turista aprovecha para degustar la gastronomía, y practicar los diferentes deportes que se ofrecen”. Refiriéndose a de donde han nacido estos eventos. La dimensión “han nacido en el municipio” la fuente **F101** describe “Entonces están, el Festival de Verano, el Festival Campesino, el Festival de Cometas, el Festival de Música Colombiana y Sacra que van por determinados meses posicionándose como tal. El Guane de Oro que también *nació acá en nuestro municipio*. Son eventos que en vista de que festividades ya tradicionales han dado buenos resultados, se han creado no solo para dar reconocimiento, sino también con el fin de integrar a la comunidad, e invitar a que nos demos a conocer como región. También las fechas en las que se realizan estos eventos, pues por lo general son temporadas de descanso, temporadas altas, y gracias a esto la asistencia a las diferentes actividades cada año va aumentando y eso es lo que ha creado ya un reconocimiento pues no solo a nivel nacional sino también ya internacional.” Describiendo así algunos eventos tradicionales que se han gestado en el municipio.

Para la propiedad **“Patrimonios”** se encuentra la dimensión “patrimonio inmaterial” que la fuente **F101** menciona en la entrevista cuando dice “Eso desde ese ambiente construido, desde ese **patrimonio inmaterial** que hemos venido fortaleciendo las personas. Digamos que ese es el punto de vista que podemos decir desde la cultura, que existe en nuestro municipio. Bueno el patrimonio inmaterial son esas costumbres, esas tradiciones, esas raíces que se han querido salvar y mantener con la realización de esos eventos donde se vea reflejada nuestra cultura, y pues cada vez adaptándolos más a las nuevas culturas, pero sin llegar a perderlos.” refiriéndose a ese ambiente cultural que se ha venido construyendo. De la misma manera se encuentra la propiedad “patrimonio material” la cual la fuente **F101** hace alusión en la entrevista como “Ya estaría la parte patrimonial y ahí ya podemos hablar de la tapia pisada que es una parte fuerte que nos identifica. Podríamos hablar de las hormigas culonas como producto gastronómico, o la gastronomía como tal en ese **patrimonio material** e inmaterial ya en el momento en que se convierte en parte de nuestra cultura. Ya el patrimonio material pues se encuentra la parte arquitectónica, aquellos elementos gastronómicos, artesanales que nos identifican. Las construcciones que aún se conservan alrededor del parque principal, en donde prevalece la tapia pisada y la piedra, la gastronomía que pues tenemos la hormiga culona, que a pesar que se ha descubierto que también se dan en otras regiones del país, los santandereanos somos los únicos que nos atrevemos a comérselas y pues eso genera como ese reconocimiento cultural que nos identifica. Cosas materiales como las artesanías, los chocatos o cotizas, todos los productos realizados con fique y piedra. Todo esto son aspectos materiales que nos ha identificado, y nos han dado a conocer, entonces ya se convierten en ese patrimonio material que identifica nuestra cultura.” Describiendo detalladamente esos aspectos materiales que forman parte del patrimonio cultural de San Gil.

Sobre la propiedad **“ser ciudadano”** se propone la dimensión: “clase de gente” la fuente **F01** define esta dimensión en la entrevista como: “en cuanto a lo negativo es que **clase de gente** está viniendo, eso es lo que hay que analizar un poco. Bueno como ya se ha venido mencionando, uno de los principales aspectos que ha influido en nuestra cultura, desde una parte negativa, es muchas veces dentro de las mismas personas que llegan a radicarse a San Gil, con ellos que clase de gente viene también, qué costumbres traen, y de qué manera van a aportar a nuestro

municipio, muchas veces son personas que vienen con costumbres de pronto mucho libertinaje, y hacen lo que quieren y donde quieren y pues esto para la comunidad está mal visto, entonces son personas que de pronto vienen de ciudades un poco más grandes, en donde sus comportamientos muchas veces no son tan notados, tan evidentes, pero que al verse acá en San Gil, al ser un poco más pequeño pues ya se ve de una manera negativa que pues afecta la imagen del municipio” para lo que ve como algo negativo el arribo de nuevas personas al municipio. La dimensión “lleguen muchos avivatos” la fuente **F01** la define como: “porque a la par, esta imagen de sí, capital turística entonces ha dado de que *lleguen muchos avivatos*. Bueno son personas que al darse cuenta que San Gil se ha convertido en un punto de gran afluencia turística, en donde hay un gran manejo económico, en donde somos visitados por toda clase de turistas que traen consigo cosas valiosas, pues ven la oportunidad de pronto maléfica de hacer daño y aprovecharse de la situación” en donde se refiere a que aprovechándose de la nueva imagen que ha adquirido el municipio hay quienes llegan para realizar acciones malévolas afectando la cultura de San Gil. Así mismo se define la dimensión “cometiendo hurtos” que la fuente **F01** dice como: “que se vea digamos, más gente (...), *cometiendo hurtos*, mas consumidores. Se ha visto la llegada de vándalos, de personas que de pronto tienen adicción a estupefacientes y son ellos quienes se aprovechan de estas visitas de turistas al municipio, cometiendo hurtos, y realizando diferentes tipos de delitos que pues de una u otra manera lo que hacen es dar una mala imagen a San Gil, una imagen de inseguridad.” refiriéndose a acciones delictivas que cometen aquellas personas nuevas que llegan al municipio. Para la dimensión “costumbres diferentes” la fuente **F01** la define en la entrevista como: “porque de pronto vienen con unas *costumbres diferentes* y de cierta manera esas diferentes culturas, se corre el riesgo siempre, de que haya una mezcla y que de pronto pues se vaya quedando alguna de esas semillitas que cierta manera son malas para nuestro municipio y para nuestros jóvenes. Entonces como ya se había mencionado, hoy en día los jóvenes tienen ya mucho libertinaje, y se ven atraídos de pronto a esas culturas que han llegado, culturas que vienen con nuevas costumbres y pues los jóvenes van adquiriendo y se van involucrando en ellas, afectando así su propia identidad.” el riesgo que corren los jóvenes y demás personas del municipio al adoptar las costumbres que posiblemente pueden traer las nuevas personas que llegan a radicarse en San Gil. La dimensión “participa activamente” la fuente **F01** la define al hablar de cultura ciudadana como: “ser ciudadano es que quiere su ciudad, que *participa activamente* en todo lo que tiene que ver con

la organización. Ser ciudadano es esa voluntad y compromiso que sienten los mismos habitantes de la ciudad por querer ver mejorar nuestro municipio. Son esas personas que a pesar de los cambios que se han vivido, se han adaptado pero aun así quieren mantener vivas esas tradiciones, esas costumbres que nos identifican y que se ven preocupados por las que se han perdido. Ser ciudadano también es esa persona que respeta al prójimo, que mantiene ese ambiente de respeto y cultura en sitios públicos. Y pues son precisamente esas personas que se preocupan por fomentar la cultura ciudadana” refiriéndose a la participación constante de las personas dentro de las organizaciones del municipio. Así mismo la dimensión “propone ideas” la fuente **F01** la define también dentro de su concepto de ser ciudadano como: “en que propone ideas, no sé, que pertenece a una veeduría, no arroja papeles a la calle, por ejemplo. Entonces es esa gente comprometida como ya lo decía anteriormente, que pues quiere plantear estrategias y se preocupa por el beneficio de nuestra comunidad.” haciendo alusión a aquellos ejemplos que se podrían aportar para ser ciudadano. La dimensión “Primero participar” la fuente **F01** la define como: “eso es la cultura ciudadana, primero participar” se define como un resumen o concepto que la fuente le da al concepto de cultura ciudadana. Finalmente la dimensión “falta más población” la fuente **F01** la define como “Pues es como muy general decir sí o no, porque si la hay en varias personas, pero yo creo que falta, falta mucho, falta que llegue a mas población este sentido real de la ciudadanía. Falta población ya que pues al hablar de estas personas comprometidas por fomentar la cultura ciudadana, muchas veces son personas que vienen de afuera, y que pues le cogen aprecio, y afecto al municipio y de la misma manera identifican estas problemáticas que muchas veces no notamos, pero que desde afuera si son vistas, entonces se ven comprometidas con ayudar a fomentar en los mismo ciudadanos y demás habitantes la cultura. De la misma manera hace falta que por parte de las autoridades, por parte de la administración le metan más empeño a estos procesos, no es que los dejen a un lado, no, porque pues siempre ha habido proyectos, actividades, campañas, en las que se quiere fomentar la cultura ciudadana, lo que pasa es que no son constantes y pues eso hace que la gente no se comprometa, no identifiquen esa necesidad que de pronto al haber más unión todo pueda mejorar.” dando respuesta a la pregunta sobre si hay cultura ciudadana en San Gil en donde hace referencia a la carencia de cultura ciudadana en la mayoría de la población Sangileña.

Anexo C

Información básica del memorando

Título del memorando: Comunicación

Número: 03

Fecha: 17/09/2013

Tipo de memorando: Conceptual

Con base en las entrevistas realizadas se propone la categoría ***Comunicación*** en la que se identifican las propiedades “*Inicios del turismo*” “*creación de empresas*” “*Formación Cultural*” “*Procesos de comunicación*” “*Falencias comunicativas*” que constan de las siguientes dimensiones: “empezó con regatas” / “empezó a pensar” / “hacer empresa” / “Primera empresa: Aventura total” / “otras empresas” / “nuevos deportes” / “necesidades de los turistas” / “Estratégicamente ubicado” / “Fácil desplazamiento” / “Propuestas de comunicación” / “buena convivencia” “adelantar campañas” / “procesos de formación cultural” / “indispone” / “se han hecho procesos” / “calidez que ha recibido” / “fortalecer la comunidad” “institucionalidad” / “han contribuido” / “desarticulación” / “ha habido desunión” “individualidad” / “mesas de trabajo” / “se han roto procesos” / “individualidad” / “procesos de siempre”.

Sobre la propiedad “***Inicios del turismo***” se encuentra la dimensión “empezó con regatas”, la fuente **F01** en la entrevista la define como: “Más o menos en el año noventa y ocho, cuando se empezó ya todo lo que ***empezó con las regatas*** en neumático, que bajan los chicos sobre todo. Bueno los que empezaron a explorar el río, por decirlo así, fueron estos chicos aventureros que se arriesgaban a bajar en los neumáticos y empezaron a ver en esto un deporte que si se podía realizar en el río Fonce y que era seguro” refiriéndose a los inicios del deporte sobre el río Fonce. La siguiente dimensión “empezó a pensar” la fuente **F01** se refiere a esta cuando dice: “pues se ***empezó a pensar*** en que, bueno por qué no traer una balsa y por qué montar más personas. Entonces en vista de que si era viable este deporte, fue cuando se animaron a traer ya las balsas, que hasta el momento han sido balsas con capacidad para ocho personas, y pues cada vez más gente se iba animando a practicar este deporte y cada vez fueron mejorándolo más hasta hoy ofrecer lo que hoy se conoce como canotaje.” haciendo alusión a la idea de convertir este deporte en una atracción para los visitantes y que no solo una persona pudiera practicarlo sino varias al mismo tiempo. Con respecto a la dimensión “hacer empresa” la fuente **F01** la menciona

“Entonces se vio la posibilidad de hacer empresa con esto, y empezó lo que se conoce como rafting. Bueno pues ya que empezaron a darse cuenta que cada vez era más gente la que se animaba a practicar el deporte, esto fue aumentando los ingresos de los propietarios de las balsas y es entonces cuando se decide hacer empresa y ofrecer este deporte como una atracción para el visitante, y entonces se decide formar su empresa de deportes siendo el canotaje como el de mayor atracción.” refiriéndose a la posibilidad que brindaba este deporte y es donde nace el deporte conocido como rafting o canotaje. Seguida a esta dimensión encontramos la siguiente “Primera empresa: Aventura total” la fuente **F01** se refiere diciendo: “Lo que tengo entendido es que la primera empresa que abrió el canotaje en San Gil fue `Aventura Total`, cuyo dueño es el “Tigre”... (Como le dicen). Bueno pues este señor conocido popularmente como el tigre, fue uno de los que se arriesgo a conocer el deporte, a practicarlo en el río, y fue uno de los primeros que vio la posibilidad de hacer negocio con este deporte. Entonces fue él quien decidió formar su propia empresa, y a su vez, la primer empresa de deportes de aventura en San Gil, en donde se empezó ofreciendo el canotaje como el principal deporte de practica en la región” en lo que hace alusión al nombre que recibe la primera empresa que nace para practicar este deporte y el nombre de quien la fundó.

Sobre la propiedad **“creación de empresas”** las siguientes dimensiones **“otras empresas”** y **“nuevos deportes”** la fuente **F01** las define como las empresas que se fueron creando tras ver las oportunidades de negocio que brindaban los deportes extremos en San Gil y a su vez fueron implementando nuevos deportes para ofrecer variedad a los visitantes y todo esto de acuerdo a la ultima dimensión “necesidades de los turistas” en vista de que cada empresas quería satisfacer a sus clientes entonces se identifica cada necesidad. “Bueno pues en vista de que el negocio del turismo, más exactamente de los deportes de aventura, estaba pegando con fuerza en San Gil. Por un lado estaban llegando más visitantes, y por otro la práctica de estos deportes, y el negocio de los deportes de aventura, estaba dejando más ingresos, y brindaban la oportunidad de empleo para los jóvenes que ya conocían, tenía experiencia y estaban preparados para orientar las diferentes actividades. Entonces se vinieron formando más empresas y cada una ofrecía variedad de actividades. Se fueron explorando nuevos deportes que se pudieran practicar en las diferentes partes de la región y así mismo se fueron implementando para ofrecer a los visitantes. Todo esto se iba complementando ya que pues las empresas buscaban complacer al turista en todas sus necesidades, se les brinda una buena atención en los deportes y así mismo estas empresas fueron

haciendo alianzas con los diferentes hoteles. Entonces ya estos servicios cada vez más fueron gustando a los turistas y como dice el dicho: “turista trae más turista” y de ahí el éxito que se empezó a tener en cuanto al turismo en San Gil y las oportunidades de desarrollo para la región y los habitantes. **“Estratégicamente ubicado”** es una dimensión en la que la fuente **F01** se refiere a la ubicación del municipio. “tiene una vía nacional que lo atraviesa y de esta manera pues es de mayor acceso a todos los turistas que vienen de Bogotá, que vienen de Medellín. A San Gil lo atraviesa una vía que es la que conecta el centro del país con la costa, entonces las personas que viajan de Bogotá o de otra parte del país y va para la costa, pues casi obligatoriamente pasan por el municipio y entonces por qué no cuando se viene en plan de paseo, hacer una parada en San Gil para descansar, entonces poco a poco se vino dando a conocer el municipio no solo por sus sitios turísticos, sino también por las actividades que se ofrecían, y pues esto hizo que ya San Gil no se quedara como un sitio de paso, sino en un destino de vacaciones, de descanso, y esparcimiento.” define la ubicación del mismo y lo destaca como una ventaja para los cambios que ha sufrido. Sobre la dimensión **“Fácil desplazamiento”** la fuente **F01** en la entrevista la menciona: “digamos que es fácil llegar y también de fácil desplazamiento a otros municipios como Pinchote, Charalá. San Gil gracias a su ubicación no solo es fácil llegar, sino también brinda la facilidad de desplazamiento por el corredor turístico que ofrece hacia los municipios aledaños. Entonces el municipio está en un punto central que le permite al visitante hospedarse aquí e ir a visitar los municipios cercanos que no quedan a más de 20 minutos de distancia. Y esto de de agrado para el turista ya que en pocos días no solo vive la aventura de estar en San Gil sino también le permite conocer los diferentes pueblos cercanos que también brindan atractivos turísticos.” y se refiere la facilidad y posibilidad que tienen los visitantes y de conocer municipios aledaños.

Sobre la propiedad **“Formación Cultural”**, se encuentra la dimensión “Propuestas de comunicación” la cual la fuente **F101** la define en la entrevista como “Se han hecho **propuestas de comunicación**, proyectos para mirar nuestra casa, quienes la habitamos, a quienes queremos dejar entrar, cuales son las reglas que ponemos en nuestra casa. San Gil es nuestra casa y así como nosotros nos preocupamos, sostenemos, ponemos reglas, y cuidamos lo nuestro, así mismo debemos responder por nuestro municipio, entonces debemos ver quienes la habitamos, como hay que corregir lo que nos está afectando, a quien vamos a dejar entrar y que puede

aportarnos que pueda afectar nuestro municipio. Entonces ya de tiempo atrás se vienen planteando propuestas comunicativas en donde se busca eso, incentivar a las personas a que cuidemos lo nuestro, a que veamos a San Gil como nuestra propia casa.” haciendo referencia a las campañas que se han venido realizando en el municipio con el fin de rescatar y mantener la cultura. Se encuentra también la dimensión “buena convivencia” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista cuando dice “para que haya una buena convivencia y que para quien llega pues se vaya satisfecho, como quien llegue no atropelle la identidad propia y la cultura que tiene el habitante sangileño. La convivencia ciudadana es fundamental para mantener esa cultura y esa identidad propia de la región, y que estos se mantengan depende de esa convivencia entre los mismo habitantes y la fortaleza que se tenga para mantenerla para que las personas que lleguen, las nuevas culturas, no afecten lo que ya se tiene” en donde destaca una característica importante para mantener la identidad cultural. Así mismo se encuentra la dimensión “adelantar campañas” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista “Eso es lo que se ha tratado de adelantar en estas campañas que se han realizado. La administración municipal, junto con otras entidades buscan con campañas, mantener una buena convivencia y rescatar la identidad y la cultura que se ha perdido. Son campañas que se realizan en las instituciones educativas, en los diferentes establecimientos públicos del municipio y en espacios culturales en donde se promociona esto.” destacando así nuevamente las campañas que se han realizado con el mismo fin. La dimensión “procesos de formación cultural” la fuente **F101** la menciona en la entrevista cuando dice “El hecho de que no haya un proceso de formación de esa cultura, de vernos, y de apoyar ese tipo de actividades pues si puede haber ciertos atropellamientos. Pues las campañas se hacen, se busca rescatar esa cultura, se busca incentivar a la gente a que cuidemos lo nuestro, pero eso es muy débil, siempre hay ciertos atropellos. Personas que ven otros intereses, y prefieren apoyar a estas personas que vienen a afectar nuestra cultura. Y es ahí en donde se ve atropellada nuestra identidad, nuestra cultura.” en donde demuestra la importancia de dichas campañas. Para la dimensión “indispone” la fuente **F101** la menciona en la entrevista “Por ejemplo el señor taxista puede cobrar más cara la carrera si es turista, el turista puede acabarle la puerta del carro, del taxista porque pues es su forma, y pues eso también indispone a quien presta el servicio. Este sería un claro ejemplo. Por el mismo temperamento fuerte del santandereano, el genio y estado de ánimo influye mucho, entonces es cuando no hay tolerancia y por eso se presentan

inconvenientes a la hora de tratar al turista. ” explicando así una de las razones por las cuales se podría ver afectada la cultura.

Se encuentra la propiedad **“Procesos de comunicación”** para la dimensión “se han hecho procesos” la fuente **F101** la menciona en la entrevista diciendo “Ya estamos en un proceso, que pues a pesar de ser capital turística y de ciudadanía, entonces se han hecho diferentes procesos de formación, tanto con el SENA como con la universidad, con los colegios, para poder tener esa atención al cliente. Estas instituciones se ven preocupadas por el trato que se les da a los visitantes, pues de este depende la imagen que se lleven de nuestro municipio. Entonces buscan capacitar, y preparar a las personas para formarlos en estos aspectos culturales y que demos un buen trato a quienes nos visitan” mencionando así algunas labores que se han venido realizando con el apoyo de diferentes organizaciones. Así mismo se encuentra la dimensión “calidez que ha recibido” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista “Entonces sí ha habido como un buen proceso en ese sentido, y sentimos que el turista que viene se va contento de esa calidez que ha recibido del habitante sangileño, porque ha recibido un buen proceso de formación. Se ha visto cambios, gracias a estas capacitaciones y procesos de formación que han contribuido al fortalecimiento de esa identidad cultural. Entonces se ha visto principalmente en la manera como es acogido el turista, en esa calidez humana que se le brinda. Y es esa una de las razones por las cuales los visitantes se han ido satisfechos y con el ánimo de volver.” destacando el resultado que se ha obtenido gracias a los procesos realizados. Se encuentra también la dimensión “fortalecer la comunidad” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista como “Los mismos ciudadanos, al realizar productos para fortalecer la comunidad Sangileña y darle esa mirada al turismo. Claro, se realizan esos productos autóctonos que de alguna manera nos representen como comunidad y de esa manera buscar que todos contribuyan y se vean incentivados a fortalecer esa mirada que se tiene hacia el turismo como una fuente de desarrollo para nuestra región y nuestro municipio.” destacando lo que se ha hecho con el fin de proyectar una buena imagen. La dimensión “institucionalidad” la fuente **F101** la menciona en la entrevista “Han sido la institucionalidad en una parte, la administración municipal, el instituto de cultura y turismo, el mismo SENA. Como ya lo mencionaba antes, son esas instituciones principalmente las que se ven preocupadas por adelantar esos procesos de formación en cultura, con el fin de darle un buen trato al ciudadano y ofrecer de esa manera una buena imagen de

nuestro municipio.” nombrando cada una de las instituciones que se han visto interesadas en estos procesos. De esta forma la dimensión “han contribuido” la fuente **F101** la menciona en la entrevista “Pero también los empresarios y la parte educacional, la misma universidad, han contribuido para trabar en este tipo de campañas tanto de promoción como también en la formación de cultura del ciudadano. Entonces gracias a estas iniciativas se ven motivados también, otras entidades, empresarios, instituciones que también se han vinculado de alguna manera para contribuir al mismo fin.” complementando de esta manera la otra parte de instituciones que han apoyado estos procesos de fortalecimiento cultural.

Por otro lado se encuentra la propiedad “*Falencias comunicativas*” en donde se identifica la dimensión “desarticulación” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista diciendo “Pues hay algo que nos ha identificado, precisamente es esa desarticulación entre las organizaciones, los empresarios, y la institucionalidad. Bueno, se ha llevado al dialogo a las diferentes organizaciones que pues son las principales involucradas en cuanto al tema del turismo, es decir, hoteles, restaurantes y las empresas de deportes de aventuras. Se han llevado a acuerdos con el fin de darle un trato al turista igualitario y que haya esa unión y no competencia entre ellos para que el turista se vaya satisfecho en cuanto a esa atención. Pero siempre ha habido esa articulación pues esos acuerdos no son muy duraderos.” destacando una de las principales falencias que han interrumpido los diferentes procesos. Se encuentra la dimensión “ha habido desunión” la fuente **F101** la menciona en la entrevista cuando dice “Es precisamente esas tres patitas que tienen que estar para que la mesita este bien puesta. Siempre ha habido esa desunión, que ha sido difícil. Entonces es esa desunión la que hace que cada quien vea sus propios intereses mas no los de la comunidad en general, y cada uno pues como se dice popularmente, tira para su lado.” complementando de esta manera lo anteriormente dicho. También se encuentra la dimensión “individualidad” que la fuente **F101** la menciona en la entrevista diciendo “Ha habido procesos, que quedan en el camino, porque sobresale más esa individualidad y preferimos seguir en esa individualidad. Como lo decía anteriormente, esos procesos que se llegan a un acuerdo, siempre se quedan en el camino, por el mismo interés de ganar siempre de manera individual, no se llega siempre a ese consenso en donde exista una equidad en esas organizaciones.” en donde menciona uno de los errores que comete la gente por querer estar solo en sus procesos. Así mismo se encuentra la dimensión “mesas de trabajo” que la fuente **F101** menciona en la

entrevista cuando “Ha habido mesas de trabajo, se han creado organizaciones, de guías por ejemplo, las empresas de deportes decidieron crear una unidad de tarifa única. Esas actividades que buscan crean espacios de diálogo entre estas organizaciones con el fin de buscar un equilibrio que los beneficie a todos, y a su vez beneficie al turista y de la misma manera beneficie al municipio en cuanto a esa imagen que se le ofrece al visitante.” nombrando de esta manera uno de los procesos que se han desarrollado con este fin. Para la dimensión “se han roto procesos” la fuente **F101** menciona en la entrevista que “Ha habido procesos pero se han roto en el camino, se han respetado en su momento. Procesos como el que se mencionaba anteriormente, el de poner una tarifa única para los deportes de aventura. Entonces se ha respetado en su momento, porque la administración municipal ha tenido que recurrir a las multas para aquellos que rompan este acuerdo. Pero ya después de un tiempo este acuerdo se rompe, y pues se puede decir que por debajo de cuerda, las mismas empresas ofrecen otras tarifas con el fin de atraer clientela, pero irrespetando lo planteado, y de esta manera pues se rompen esos acuerdos.” aclarando así una falencia negativa que ha obstaculizado ese desarrollo cultural que se ha querido tener. Así mismo esta la dimensión “procesos de siempre” que la fuente **F101** menciona en la entrevista cuando dice “Eso es cultura, viene de procesos de siempre. Porque si yo veo que me va bien, prefiero separarme del grupo y seguir yo sola. Porque no ha habido comunicación. Entonces se ve como se ha creado esa cultura del individualismo y el egoísmo entre los mismos empresarios, porque si veo que a mí me va bien, entonces me separo y sigo por mi camino sin importar esto como este afectando a los demás.” diciendo de esta manera la reiteración de estos procesos y las falencias que siempre los obstaculizan.

Anexo D

Información básica del memorando

Título: Desarrollo

Número: 04

Fecha: 09/05/13

Tipo de memorando: conceptual

Con base a la entrevista de la fuente F01, se plantea la categoría “Historia de San Gil”, de la cual se despliegan diversas propiedades, como lo es “Costumbres”, de la que se desprenden diferentes dimensiones tales como: “juventud influenciada”/ “nosotros”/ “comportarse”/” dejarse influenciar”/ “pensamiento”/”enseñarles e inculcarles. A su vez se realiza una comparación con el punto de vista de otro habitante de San Gil que hace parte de una nueva generación, F02.

Una de las propiedades es **costumbres**, se asocia a un fenómeno cultural en el que la localidad de San Gil se relaciona con el proceso de globalización de la cultura del turismo. Ese encuentro cultural de lo local y lo global produce cambios culturales en San Gil, “*Porque un alto porcentaje de costumbres se han ido abandonando, sobre todo en la juventud*”. A partir de esta se hace notoria una dimensión de una **juventud influenciada** por la misma. Según F01 “*la juventud, que es la más influenciada por el comportamiento que ven en los turistas. Ellos empiezan a adoptar ciertas maneras de ser...*”. Y es que si bien es cierto, la globalización nos hace cada vez más iguales, más indefensos y más obedientes consumidores, por lo que los más jóvenes empiezan a adoptar hábitos, prácticas y estilos contrarios a los que se deberían tener por tradición de su sitio de origen, en este caso, como lo es San Gil, un lugar compuesto de una diversidad cultural enorme, que con el tiempo se viene deteriorando.

Pero según la perspectiva de F02 la cultura de San Gil no se ve deteriorada con estas visitas “*al contrario creo que es muy bueno que haya turismo y que la gente de acá se relacione con personas de muchas partes del país y del mundo. Porque aunque ellos vengan con otro modo de ser, otras costumbres, pues acá uno es lo mismo, es lo que es precisamente para que ellos vean cómo se vive aquí, y además yo no lo veo como que se perdería la cultura propia, sino que estaríamos aprendiendo algunas cosas nuevas sin olvidar lo que somos*”

Ligado a lo dicho, se encuentra en esta misma propiedad, otra dimensión llamada **comportarse**, este término engloba el comportamiento de algo particular, y que en esta ocasión se refiere a los

habitantes más jóvenes de la localidad de San Gil. *“Ellos empiezan a adoptar ciertas maneras de ser, de vestir, de hablar, de comportarse en sí...”* la conducta de las personas varía de acuerdo al tiempo, al lugar y a las circunstancias, es decir el proceso de nuevas relaciones, nuevos procesos productivos, distribuidos, de consumo y una expansión y uso intensivo de la tecnología sin precedentes, estos factores sin duda, han sido clave para el deterioro de un sin número de costumbres que cada vez es más escasa, debido a la forma de comportarse de la juventud de este pueblo en los últimos años.

Dejarse influenciar, es una más de las dimensiones que pertenece a la propiedad de costumbres y que quiere decir cómo el dejar a un lado lo que se es, lo que se ha inculcado y olvidar lo que es propio puede encaminarlos hacia la pérdida de identidad, *“también hay que dejar claro que no está bien dejarse influenciar por sus costumbres...”* Porque Inmersa en nuestra cultura está la identidad y la memoria de nuestro pueblo, aunque hay quienes dicen que la defensa de la misma ha sido el baluarte de distintos grupos de la sociedad civil y el gobierno, quienes a través de internet han generado iniciativas para salvaguardar nuestro patrimonio. Pero F01 afirma que permitir en un lugar de tradición la filtración del mundo contemporáneo, incluidas las TIC, en una cultura autóctona, ésta termina por perderse. Sin embargo la mirada juvenil de F02 está enfocada hacia el aprendizaje de nuevas costumbres extranjeras, que según él es algo positivo y oportuno para el momento que vive San Gil *“A mí me parece que comunicarse con extranjeros es algo muy oportuno, yo siempre he dicho que aprender cosas nuevas es importante para la vida de uno. Entonces el conocer cómo son ellos y lo que más resaltan de sus raíces es a la vez una oportunidad para hacer lo mismo con ellos y mostrarle las cosas que más nos representan a nosotros, así que yo lo veo como algo positivo”*

Otra dimensión de dicha propiedad, está el **pensamiento**, lo que se asocia a la manera autónoma de razonar de cada individuo, *“seguir ofreciendo lo que nos hace grandes, si esto se sigue teniendo en cuenta en el pensamiento de una manera firme”* pero que en los últimos años se ha visto influenciada por las diferentes formas de actuar y creencias de otros, como los extranjeros que visitan a San Gil durante todo el año, turistas que vienen de todo el mundo y que logran atraer y de algún modo persuadir a los habitantes más jóvenes con su cultura, haciendo que los mismos empiecen a acoger ciertos modos de ser y abandonen los propios.

Enseñarles e inculcarles, es la última dimensión que se menciona en la propiedad costumbres, la cual hace referencia a que de alguna forma es importante concientizar y animar a los más pequeños a valorar y tener mayor sentido de pertenencia con su cultura y las riquezas que los

rodean y que se apropien de todo lo que le ofrece su localidad para no dejarse influenciar de nuevas culturas extranjeras que finalmente terminen por enredar su identidad. *“nuestros niños y jóvenes, que son el futuro, en las manos de ellos esta San Gil, así que es nuestro deber enseñarles e inculcarles lo que deben conservar, cuidar y no desperdiciar”*. Sino más bien saber que puede aportar para el desarrollo propio y en general, escoger lo que de alguna forma sirve para el progreso de San Gil, sin dejar a un lado lo que lo caracteriza y hace parte de su esencia.

Otra de las propiedades encontradas es **antepasados**, se relaciona a todas las riquezas culturales otorgadas por quienes habitaron hace años San Gil, los pioneros de las creencias y tradiciones que hoy se conocen, *“gracias a lo que nos dejaron nuestros antepasados es que somos hoy una ciudad en crecimiento, pero que se debe conservar eso”* pero también el olvido de eso mismo que crearon e inculcaron a sus hijos y antecesores, gracias a los cambios generados por la globalización, que para muchos es un proceso de monopolización de ideas, productos, culturas, entre otros, y para otros son una pérdida de fronteras en las dimensiones que rodean al hombre en sociedad y el liderazgo de países industrializados que quieren abarcar e imponer las esferas políticas, económicas y culturales, quizá sea esto lo que ha venido sucediendo en este pueblo, pero de una manera tal vez indirecta.

Y como lo dice una de sus dimensiones **no desperdiciar**, *“es nuestro deber enseñarles e inculcarles lo que deben conservar, cuidar y no desperdiciar”* no desaprovechar el patrimonio que determina este pueblo, sino saber guardar y apropiarse de todo lo que ofrece y la historia que lleva marcada y a dejado escrita a lo largo del tiempo. Más adelante **aprovechar herencias** es otra dimensión encontrada en esta misma categoría, y hace referencia a lo valioso y necesario que es emplear y explotar esas creencias, esa cultura, y esa riqueza natural que su antepasados dejaron en san gil *“así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provechar”* Porque muchos de sus habitantes, sobre todo niños y jóvenes, no se apropian de estas costumbres, sino que más bien las dejan a un lado mientras se van olvidando y adoptan otras tradiciones que con el pasar del tiempo van opacando las de esta localidad, haciendo que se deteriore la cultura de este pueblo que es hoy el corazón del turismo de la región.

Gente de tradición, es una dimensión más que hace parte de la propiedad antepasados, y según F01 *“somos una tierra de oportunidades, que debe seguir colmada de gente de tradición comercial y agrícola para*

seguir teniendo pujanza económica". La tradición suele versar genéricamente sobre el conocimiento y también sobre principios o fundamentos socio-culturales selectos, que por estimarlos especialmente valiosos o acertados se pretende se extiendan al común, así unas generaciones los transmitirán a las siguientes a fin de que se conserven y perduren, se consoliden. Y tener en cuenta las costumbres para crecer económicamente tiene que ver con el cambio social y este es un factor determinante que altera el conjunto de elementos que forman parte de la tradición.

No nos derrumbaremos, es la última dimensión de la propiedad antepasados, y F01 afirma "*no nos derrumbaremos como ciudad, como unidad seguiremos liderando en nuestra mayor fuente de riqueza, de vida, lo que nos ofrece San Gil, el turismo*". F01 intenta resaltar lo que el olvido de la tradición y costumbres podría afectar, pero que aun así, con San Gil no sucederá, es decir, que a pesar de los inconvenientes se mantendrán firmes y unidos, para conservar su mayor fuente de riqueza, el turismo.

En el grupo de propiedades, se encuentra **futuro** "*es muy importante hacer algo desde ahora, en nuestros niños y jóvenes, que son el futuro, en las manos de ellos esta San Gil*". Si bien es cierto, el futuro es la porción de la línea temporal que todavía no ha sucedido; en otras palabras, es una conjetura que bien puede ser anticipada, predicha, especulada o calculada a partir de datos en un instante de tiempo concreto y según lo que F01 muestra, la juventud es la encargada de postular y teorizar lo que será de San Gil más adelante. Y de este se despliegan ciertas dimensiones, como, **crecimiento y progreso** "*incrementa las ventas, así hay más crecimiento económico*". El crecimiento económico, en este caso de una localidad como San Gil revela el incremento de su producto interno bruto o lo que es igual de la sumatoria de sus riquezas, lo que en esta localidad es el turismo, por su diversidad natural en un período determinado. Sin embargo, es preciso señalar que este indicador macro-económico es medido en un punto de la cúspide de la montaña en el cual la temperatura puede ser totalmente diferente a las encontradas al pie de la misma, sin que esto implique un desconocimiento de las mediciones realizadas. Y este se ve en las ventas de los comerciantes de San Gil, gracias al turismo.

Al igual que el criterio que plantea F01, sobre el crecimiento económico y sus grandes beneficios en el municipio, F02 considera también que el progreso y desarrollo de San Gil lo hace más atractivo para el turismo, pero a diferencia de F01 cree que ese incremento de visitas extranjeras, no afecta en la cultura, ni en la esencia del pueblo y tampoco en la pérdida de identidad de sus actuales habitantes "*En cuanto a las costumbres de San Gil no se pierden, siguen siendo esa esencia que ha*

representado el pueblo, además cuando uno sabe lo que es pues no pierde la identidad, pero sí las generaciones que vengan y las que se están empezando a formar aquí, crecerán con otro estilo de vida”.

Marcando una diferencia, se asocia según F01 a *“somos hoy una ciudad en crecimiento, pero que se debe conservar eso, para seguir progresando invirtiendo en campañas que sirvan para mantener lo que hemos sido para ir marcando una diferencia con los demás”* San Gil según lo que la fuente quiere resaltar, es que son un pueblo contrario a la igualdad en términos sociales, culturales, naturales de otros. Con su propia identidad marcan la diferencia. Más adelante esta **televisión**, *“captar la atención de las personas, sobre todo de niños y jóvenes. Tal vez por medio de eventos recreativos, o material escrito distribuido por la ciudad, también por el canal de televisión de acá”*. La televisión es el medios de comunicación de masas por excelencia, de manera que la reflexión filosófica sobre ellos, se aplica a ésta, es por esto que F01 propone que a partir de este se empiece a crear conciencia, del fortalecimiento de cultura. Luego se hace presente en las dimensiones **vida**, *“como unidad seguiremos liderando en nuestra mayor fuente de riqueza, de vida, lo que nos ofrece San Gil, el turismo”*.

Se observa más adelante la **generación de tecnología**, *“ahora son una generación que vive con la tecnología, entonces irse por ahí sería muy efectivo, para que sea de una forma más dinámica, y que no se aburran, y más bien entiendan la importancia, así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provecha”* F01 da a entender la facilidad del cambio generacional en la adaptación a algunas nuevas tecnologías que se presentan a diario. Y que no solo está la Internet y la percepción individual de complejidad que lo rodea, sino las herramientas que hacen de la vida un lugar tal vez más cómodo que da la libertad de emplear mejor el tiempo libre, y que gracias a esto, es muy viable realizar las dichas campañas de concientización hacia la pérdida de cultura y costumbres.

Una nueva propiedad que se desprende la primera categoría, es **fuentes de riqueza**, que se asocia a lo que según F01 es el turismo, *“como unidad seguiremos liderando en nuestra mayor fuente de riqueza, de vida, lo que nos ofrece San Gil, el turismo”* con esta afirmación, queda claro que el turismo es uno de los principales agentes del comercio nacional e internacional. Además, es la categoría de exportación en muchos lugares, localidades, en desarrollo, como en este caso lo es San Gil. De esta se desprenden dimensiones, que se asocian a su mismo significado, **riqueza natural**, es la primera, y cuando F01 hace referencia de ella, la menciona para que *“entiendan la importancia, así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provechar”* entender la importancia de cuidar la flora y la fauna de San

Gil, los recursos naturales que son las riquezas o productos que nos ofrece la naturaleza, el suelo, agua, y minerales, también hacen parte de lo que se debe proteger y no abusar de estos.

Podemos seguir ofreciendo, hace parte de las dimensiones de dicha categoría y cuando F01 la nombra, hace referencia a *“somos una tierra de oportunidades, que debe seguir colmada de gente de tradición comercial y agrícola, para seguir teniendo pujanza económica, y debe resistir a los cambios para que la herencia no se desplace y podamos seguir ofreciendo lo que nos hace grandes”*. La dimensión **ricos verdaderamente**, según F01 habla de lo que realmente es la riqueza natural de San Gil *“así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provechar”*.

Tierra de oportunidades, hace parte de las dimensiones dadas por F01 *“somos una tierra de oportunidades, que debe seguir colmada de gente de tradición comercial y agrícola, para seguir teniendo pujanza económica, y debe resistir a los cambios para que la herencia no se desplace y podamos seguir ofreciendo lo que nos hace grandes...”* y en la que se ve reflejada la siguiente dimensión **pujanza económica**.

La segunda categoría que hace parte de este memorando es **turismo en Santander**, y si bien es cierto este departamento se ha distinguido desde tiempos coloniales por la producción de cacao y tabaco. Y es San Gil el lugar que encierra infinidad de ambientes ideales para la aventura, por sus diversos paisajes, ricos en fauna y flora, que invitan a experimentar diversas emociones. F01 habla de cómo se puede explotar y saber aprovechar esto gracias a las regalías que van dirigidas hacia el sector turístico *“según nuestro gobernador, Richard Aguilar, dice que se incluyó un componente de 35 mil millones de pesos para los proyectos del turismo en Santander”*. Y de este se despliega la propiedad **turismo va creciendo**, y en el que F01 cuenta que: *“En San Gil, la verdad tengo conocimiento de que el alcalde quiere hacer un parque recreativo, pero en el resto del departamento hay varios proyectos como el Acuaparque en el Chicamocha, en el área metropolitana tengo entendido que esta lo del Cerro del Santísimo, que se quiere hacer, y otros que he oído que están prontos a realizar en los municipios y provincias cercanos, como en el Socorro y en García Rovira, así claro que el turismo va creciendo en todo Santander, y al mismo tiempo, nosotros”* y donde aclara los **proyectos a realizar**, que es otra de las dimensiones que va ligada de la anterior, en el departamento y San Gil. Y lo que **incrementa las ventas**, como se menciona en la siguiente dimensión de dicha categoría y que F01 hace la afirmación de *“los proyectos del turismo en Santander, vamos a ver si es cierto, eso, y pues claro que a nosotros los comerciantes eso nos sirve mucho, porque nos incrementa las ventas, así hay más crecimiento económico”*. **Crecimiento económico**, otra de las dimensiones y que ya se ve reflejada, gracias al incremento de ventas, por el progreso del turismo.

Según F01, para San Gil es algo positivo la **visita de turistas**, pero que a la vez, se puede convertir en aspectos negativos que pueden afectar la cultura de dicha localidad *“Pero claro que la visita de turistas, ya sean de aquí o de afuera, aunque es algo positivo para nosotros, también hay que dejar claro que no está bien dejarse influenciar por sus costumbres, sino como ya dije conservar las nuestras, para no perder esa esencia que nos ha caracterizado siempre y que nos hace hoy ser el corazón del turismo en Santander”*. Y ese **algo positivo**, es la siguiente dimensión de esta propiedad y se asocia, al incremento y el progreso económico, y eso es un punto a favor para San Gil.

Gracias a **eventos recreativos**, que es la dimensión que continúa haciendo parte de dicha propiedad, hay un avance turístico y un desarrollo socio económico, gracias a estos se puede llegar fácilmente a los más jóvenes *“Tal vez por medio de eventos recreativos, o material escrito distribuido por la ciudad, también por el canal de televisión de acá, ellos ahora son una generación que vive con la tecnología, entonces irse por ahí sería muy efectivo...”*, y así mismo como se menciona en la próxima dimensión por F01 **forma más dinámica** *“para que sea de una forma más dinámica, y que no se aburran, y más bien entiendan la importancia, así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provechar”*. Para el reforzamiento de dicha cultura, F02 considera importante también que debe tenerse en cuenta, porque aunque para la fuente la cultura no está perdida, cree que generaciones futuras si pueden olvidar ciertas creencias, ya que crecerán en un ambiente más influenciado por la globalización y propone diferentes métodos para dicho refuerzo en la niñez *“creo que a través de la educación, es decir desde las escuelas y los hogares, inculcar enseñar y darles a conocer lo bonito del pueblo y la costumbres que desde siempre se han tenido por nuestros antecesores y que es precisamente gracias a ellos que hemos crecido”*.

La segunda propiedad de la categoría turismo en Santander, es **corazón del turismo** y hace referencia a *“la visita de turistas, ya sean de aquí o de afuera, aunque es algo positivo para nosotros, también hay que dejar claro que no está bien dejarse influenciar por sus costumbres, sino como ya dije conservar las nuestras, para no perder esa esencia que nos ha caracterizado siempre y que nos hace hoy ser el corazón del turismo en Santander”*. **Invirtiendo en campañas**, es la dimensión siguiente y que haría posible la anterior si se lleva a cabo, invertir en diferentes formas de comunicarle a los habitantes de San Gil la importancia de guardar las creencias, campañas efectivas *“se debe conservar eso, para seguir progresando invirtiendo en campañas que sirvan para mantener lo que hemos sido para ir marcando una diferencia con los demás y es que es fundamental, muy importante hacer algo desde ahora, en nuestros niños y jóvenes...”* y que **captar la atención** que hace parte de las dimensiones, sea más fácil y con consecuencias

positivas, en los más jóvenes, como asegura F01: *“Pues, yo no sé mucho de eso, pero hoy en día hay muchas formas de captar la atención de las personas, sobre todo de niños y jóvenes. Tal vez por medio de eventos recreativos, o material escrito distribuido por la ciudad...”*

Seguiremos liderando, es la última dimensión que compone la propiedad corazón del turismo, y que F01 nombra cuando hace referencia a *“como ciudad, como unidad seguiremos liderando en nuestra mayor fuente de riqueza, de vida, lo que nos ofrece San Gil, el turismo”*.

Motor del turismo es otra propiedad mencionada por F01, y que se relaciona con *“si las obras empiezan como dijeron, lo más probable es que el motor del turismo arranque a toda máquina y el otro año tengamos las primeras obras”*. Y que tiene que ver con el compromiso de los nuevos proyectos a realizar, por parte de los directivos correspondientes. Y que empiecen a darse, como lo dice la próxima dimensión **las primeras obras**, la cual va de la mano con la afirmación dada para la anterior dimensión por F01.

Hacer un proyecto es la siguiente dimensión planteada y se asocia a *“según dijo el gobernador Richard Aguilar hace poco, y que no solo es acá, sino que está conformando un grupo de alcaldes para hacer un proyecto por provincia y también el alcalde de Piedecuesta quiere hacer un parque ecológico”*. Y **grupo de alcaldes** es otra dimensión planteada *“un grupo de alcaldes para hacer un proyecto por provincia y también el alcalde de Piedecuesta quiere hacer un parque ecológico, yo digo eso, porque allá vive familia”* según F01. En el que **turismo**, aparece *“Pues, en cuanto a promover la cultura no tanto, como al turismo, queriendo hacer un parque recreativo, según dijo el gobernador Richard Aguilar hace poco”*, para resaltar que este está en los proyectos de los dirigentes, en primer lugar, y se deja a un lado promover la cultura. Y en la última dimensión se encuentra **las obras empiezan** F01 dice: *“si las obras empiezan como dijeron, lo más probable es que el motor del turismo arranque a toda máquina y el otro año tengamos las primeras obras”*.

La tercera y última categoría que conforman este memorando es **cultura**, y se asocia a Los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales (tecnologías) que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo, en este caso a la de San Gil y que en este caso F01 resalta que no se está promoviendo de la misma manera que el turismo, sino que se está dejando en un segundo plano, *“Pues, en cuanto a promover la cultura no tanto, como al turismo, queriendo hacer un parque recreativo, según dijo el gobernador Richard Aguilar hace poco”*. De esta categoría se despliega la propiedad **conservar la esencia**, y se refiere a *“la visita de turistas, ya sean de aquí o de afuera, aunque es algo positivo para nosotros, también hay que dejar claro que no está bien dejarse influenciar por sus costumbres, sino*

*como ya dije conservar las nuestras, para no perder esa esencia que nos ha caracterizado siempre y que nos hace hoy ser el corazón del turismo en Santander”. Una de sus dimensiones es llamada **componente** que se asocia a el aporte económico que se le ha venido dando al turismo “según nuestro gobernador, Richard Aguilar, dice que se incluyó un componente de 35 mil millones de pesos para los proyectos del turismo en Santander, vamos a ver si es cierto, eso, y pues claro que a nosotros los comerciantes eso nos sirve mucho, porque nos incrementa las ventas, así hay más crecimiento económico”*

Entiendan la importancia, es una dimensión en la que F01 se refiere a que *“hoy en día hay muchas formas de captar la atención de las personas, sobre todo de niños y jóvenes. Tal vez por medio de eventos recreativos, o material escrito distribuido por la ciudad, también por el canal de televisión de acá, ellos ahora son una generación que vive con la tecnología, entonces irse por ahí sería muy efectivo, para que sea de una forma más dinámica, y que no se aburran, y más bien entiendan la importancia, así seguirán manteniendo lo que nos hace ricos verdaderamente, que es nuestra riqueza natural, y que mejor herencia que esa, solo es que la sepan a provechar”*. Es decir F01 expone diferentes métodos para captar la atención de los más jóvenes para que así entiendan lo importante de conservar la identidad.

Y es como llega la dimensión **no se desplace**, y que F01 dice que San Gil es *“una tierra de oportunidades, que debe seguir colmada de gente de tradición comercial y agrícola, para seguir teniendo pujanza económica, y debe resistir a los cambios para que la herencia no se desplace y podamos seguir ofreciendo lo que nos hace grandes”*. Y finalizando este memorando se encuentra la dimensión **promover la cultura**. La cual encierra en sí toda la propiedad de la misma, y en la F01, *“en cuanto a promover la cultura no tanto, como al turismo”* se asocia a la falta de compromiso que F01 ve en el alcalde de la región con San Gil para realizar actividades que promuevan la cultura de dicha tierra.

De acuerdo a la apreciación dada por cada una de las fuentes sobre el tema de la cultura y el desarrollo de San Gil y cómo en ambos casos la comunicación influye de un manera directa, cada criterio muestra una mirada con una perspectiva diferente.

Anexo E

DEFINICIONES

Título del memorando: IMPACTO SOCIAL

El memorando “Impacto social” se define como la evolución que ha tenido San Gil con el paso de los años, en donde las transformaciones en el municipio y el constante crecimiento a nivel estructural y poblacional han dejado huella y generado cambios en cuanto a su identidad cultural principalmente. Cambios en donde se ha visto afectada la imagen del municipio tanto positiva como negativamente. Factores como el turismo y la parte ambiental, han influido en la ciudadanía sangileña, creando un impacto sociocultural en donde se ve involucrada la convivencia ciudadana.

Título del memorando: CONSTRUCCIÓN SOCIOCULTURAL

La “*Construcción Sociocultural*” en San Gil, se define desde esas tradiciones culturales, costumbres del día a día y esos patrimonios materiales e inmateriales que intervienen en la construcción cultural que identifica al ciudadano sangileño. De la misma manera se identifican factores que han influido en este proceso y los aspectos que hacen parte de los diferentes procesos que buscan la construcción de ciudadanía y aquellos que buscan rescatar la identidad de ese aspecto cultural con el fin de mantener una identidad cultural.

Título del memorando: COMUNICACIÓN

La comunicación; título de este memorando, define aspectos principales del turismo, su influencia en la región y el desarrollo que este ha permitido gracias al buen aprovechamiento geográfico y a la creación de diversas empresas que han logrado promover los diferentes atractivos del mismo. Debido a la comunicación y sus procesos, se ha creado una unión por parte de las organizaciones y así mismo se ha fortalecido la cultura del municipio, fundándose la unanimidad en las instituciones que brindan entre todas un atrayente servicio. Sin embargo,

se identifican falencias comunicativas en algunos de sus habitantes que han sido obstáculo para dichos procesos y a su vez para su evolución ascendente.

Título del memorando: DESARROLLO

El eje central de este proyecto es reflejar el desarrollo que ha tenido el municipio durante los últimos años, éste gracias a los procesos de comunicación que se han tenido en cuenta y a su riqueza natural. Dicho progreso se ha ido observando desde las diferentes perspectivas de sus habitantes, quienes creen que las tradiciones que dejaron sus antepasados se han ido deteriorando. Pero sin embargo resaltan diversas características que lo han hecho un lugar atractivo, que despierta una inclinación para ser visitado por turistas y demás. Y es así como el potencial que vive San Gil ha significado un crecimiento avanzado con miras positivas en un futuro, gracias a la globalización, internet, y las nuevas tecnologías que han permitido un aumento acelerado de progreso y de alguna manera lo han posicionado como el “corazón del turismo”, un lugar que cada día gracias al acogimiento de los nuevos contenidos, está emergiendo.

BIBLIOGRAFÍA

- Herbert Blumer
- El Interaccionismo Simbólico desde George Herbert Mead
<http://sociologiageneraluna.blogspot.com/2008/05/el-interaccionismo-simblico-desde.html>
- Teorías funcionalistas
<http://comunicacion-paratodos.wikispaces.com/share/view/30695377?replyId=30696689>
- “Sociología” de Anthony Giddens (Tercera Edición – 1998) – Alianza Editorial
- Restrepo, M. 1984
- Pereira y Cabra. 2006
- Comunicación y Turismo - Concepciones y aplicaciones de la comunicación en la industria del turismo.
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis82.pdf>
 - Marshall escribió en 1950 su ensayo: “Citizenship and Social Class”
 - TEORÍAS DEL CAMBIO SOCIAL. VALORACIÓN CRÍTICA
<http://www.uclm.es/profesorado/poliver/pdf/ideasPolíticas/teoriasCambioSocial.pdf>
 - Ignacio González Varas: Conservación de Bienes Culturales, Cátedra, 1999.
 - Plan de Desarrollo, San Gil 2010 – 2015.