

## Capítulo III

### Los oferentes del joropo y la gastronomía

Los turistas en su rol de consumidores de cultura buscan experiencias que les permitan interactuar con la comunidad receptora en el destino. Por esta razón el conocimiento de las costumbres locales asociadas a la gastronomía, la música, la danza e inclusive su historia cobran gran importancia. De esta experiencia, surge un acercamiento entre turistas y pobladores, lo que se convierte en una oportunidad para favorecer a los residentes del destino, haciéndolos partícipes de los beneficios económicos de la industria del turismo. Esto se debe a la interacción entre los consumidores de productos turísticos culturales y los miembros de la comunidad local, entendidos como los actores culturales de la oferta; esta interacción permitiría la reducción de los índices de pobreza de su población, pues, como lo afirma Cañada (como se citó en Casas, Soler y Jaime, 2012), “la creación tanto de empleos directos como indirectos ha permitido a las familias mejorar sus condiciones de vida” (p. 94).

No obstante, esta relación no siempre se presenta de forma equitativa. Un ejemplo de ello es el caso de Cuzco (Perú), un destino con alto posicionamiento a nivel mundial, considerado patrimonio cultural de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Sin embargo, según lo explican Casas et ál. (2012):

El 32% de la población vive en situación de pobreza extrema y el 31,7% y 76,3%, respectivamente, de los niños/as presentan desnutrición crónica y anemia. Un porcentaje elevado de viviendas no disponen de agua potable, alcantarillado ni electricidad. Además, según el INEI (2010), la población presenta un elevado grado de analfabetización. Todo esto repercute negativamente en la salud y en la calidad de vida de la población rural e indígena. La violencia de género también es muy acusada, ya que el 50% de las mujeres la han sufrido, aunque solo el 20% lo denunciaron. (p. 96)

Este es uno de los múltiples ejemplos que presentan condiciones ambiguas en materia de imagen turística, pues por un lado está el referente icónico anhelado por muchos turistas y, por el otro, la realidad que viven sus pobladores. Esto refleja la exigencia de un modelo de gestión turístico incluyente, que propenda por los intereses y bienestar de todos los participantes en el sistema de turismo.

La presente investigación sugiere que, para fortalecer el turismo cultural en Villavicencio, los oferentes deben estar integrados o por lo menos vinculados al sistema de turismo, puesto que son ellos quienes tienen las ideas, creencias, prejuicios y distorsiones compartidas, el acervo cultural, la idiosincrasia y las costumbres que vienen buscando los consumidores de este tipo de turismo.

### 3.1 CREACIÓN DE LA OFERTA

Para este análisis se tendrán en cuenta diferentes aspectos como la organización empresarial, las condiciones socioeconómicas, la preparación de la mano de obra, la relación con los poderes públicos y el manejo de las expectativas de los diferentes grupos de consumidores. De igual forma, se describirán las materias primas y demás prácticas de elaboración de los dos principales productos turísticos culturales: el joropo y la gastronomía.

#### 3.1.1 Estructura del joropo como producto turístico



Como se explicó anteriormente, el joropo incluye la música, el canto y la danza, además del vestuario como un complemento fundamental.

En el capítulo anterior, se describían las condiciones socioeconómicas de los actores culturales del joropo, tomando como referente un tamaño de muestra de 22 personas. Allí se expuso que en términos generales prima la informalidad en la contratación e incluso la inexistencia de contratos, principalmente en el caso de sastres, modistas y bailadores de joropo.

De la afirmación anterior se excluyen las academias de baile, pero no a sus bailadores, puesto que casi todas ellas han sido creadas

bajo la figura de entidades sin ánimo de lucro, y así se encuentran en la base de datos de la Cámara de Comercio, y por tanto, las personas al frente de estas pueden celebrar contratos con entes públicos o privados a nombre de las diferentes corporaciones. Sin

embargo, estas entidades no formalizan los vínculos laborales con sus trabajadores, salvo la Corporación Danzat, institución que afirma tener un contrato de exclusividad con el instructor de joropo, y este a su vez se obliga a diseñar rutinas inéditas para la interpretación de la modalidad de joropo espectáculo.

Otra forma habitual de desarrollo de la actividad laboral de los bailadores es la realización de los llamados “tigres” o presentaciones esporádicas en fiestas y en los parrandos llaneros. Si bien la característica de estos “tigres” es la informalidad, para muchos de ellos se convierten en oportunidades laborales aunque irregulares en el tiempo.

Los músicos son contratados grupalmente y entre ellos se distribuyen los ingresos. En algunas ocasiones quien haya concertado la presentación obtiene una mayor parte del dinero. Es frecuente encontrar, como punto afín entre los músicos, que ninguno de ellos tiene acceso a la seguridad social, pues la empresa para la cual trabajan no se encuentra registrada como tal. De manera independiente, algunos realizan pagos de salud, no así de pensión o de riesgos profesionales, evidenciando que este grupo social no tiene las condiciones adecuadas para desarrollar su trabajo. Adicionalmente, no poseen ingresos fijos y dependen de lo que ellos mismos denominan su “habilidad para conseguir toques y tigres”.

El caso de los modistos, sastres o confeccionistas de trajes típicos de joropo es distinto al de los músicos y bailadores. La razón es que son pocos quienes tienen la capacidad de elaborar estos trajes y esa experticia, sumada a una trayectoria y buen nombre en el oficio, logran hacer que un trabajo manual para la elaboración de un traje de gala para la representante de un municipio o del departamento en diferentes certámenes tenga un costo cercano a un millón de pesos (\$1.000.000). Esta suma, en la mayoría de los casos, es subsidiada por los patrocinadores de la candidata; cuando no se compra, el traje se alquila, y de esta forma el fabricante no pierde los derechos para su explotación; incluso un solo vestido puede llegar a producir más ingresos por alquiler que por venta. Cuando los trajes no están destinados al uso durante certámenes, los bailadores pueden adquirirlos por un precio aproximado a ciento treinta mil pesos para mujeres y cien mil pesos para hombres; con un alquiler cercano a los veinticinco mil pesos. En el caso de los trajes infantiles, el de las niñas cuesta en promedio ochenta mil pesos y el de los niños sesenta mil pesos, y su alquiler está alrededor de quince mil pesos. Es importante aclarar que estas tarifas no están estandarizadas entre las sastrerías, pues depende de los materiales empleados, de las técnicas utilizadas y de las fechas representativas como el Día de la Llaneridad<sup>1</sup>, cuando por efectos del incremento de la demanda los precios tienden a subir.

Con este panorama, el alquiler se convierte en una fuente de ingresos, puesto que los trajes son apetecidos por los colegios para las presentaciones artísticas, lo que

---

1 Celebración establecida según el Decreto 015 del 2008 del Concejo de Villavicencio, el cual dispone que el último viernes de cada mes los funcionarios o servidores públicos del municipio vistán trajes o prendas alusivas a la cultura llanera; los establecimientos de educación pública impartan cátedra llanera y/o hagan jornadas de danza, canto y música llanera con instrumentos autóctonos. Esto con el fin de fortalecer la identidad llanera.

hace más lucrativo el negocio de rentar que el de vender. Así las cosas, los ingresos de modistos y sastres entrevistados para la presente investigación se aproximan a los dos millones de pesos (\$2.000.000) mensuales en promedio, con un pico en el mes de julio por la celebración del Torneo Internacional del Joropo, cuando se acercan a los tres millones de pesos (\$3.000.000).

El grupo de los bailadores es muy especial y presenta una profunda paradoja: aunque el baile es lo más vistoso de la cultura llanera por la fuerza en el zapateo del hombre y la respuesta escobillada de la mujer, es el grupo que menos dinero percibe por sus ejecuciones artísticas, en promedio treinta mil pesos (\$30.000) por presentación, y no tienen ningún vínculo con alguna organización empresarial. Los bailadores realizan en promedio una presentación el fin de semana, lo cual les deja con un ingreso que puede variar entre treinta mil y ciento veinte mil pesos al mes; sin embargo, puede variar dependiendo de la cantidad de presentaciones que tengan durante cada fin de semana.

Los participantes de este grupo, salvo casos excepcionales, tienen las siguientes características:

- Es la categoría más joven, las edades oscilan entre los 19 y 24 años
- La mayoría son estudiantes universitarios.
- Las características anteriores los sitúan en la informalidad, pues al ser jóvenes y estar estudiando, tienen asegurado el cubrimiento de salud por cuenta de sus padres, razón por la cual no realizan aportes como trabajadores independientes, porque eso les significaría cambiar su estatus de beneficiarios a cotizantes.
- Otro rasgo fundamental es que los une un profundo amor al baile del joropo, eso hace que sus presentaciones las hagan en medio de la emoción y diversión producida por su actividad cultural y por su juventud.
- Como cuentan con la seguridad de la casa paterna, el dinero que reciben como pago es visto como algo extra y no significa su principal fuente de ingresos.
- Han invertido en su preparación por lo menos un año para conocer los ritmos, pasos básicos y figuras y han tardado alrededor de dos años para perfeccionar su técnica. Son disciplinados en su entrenamiento, con rutinas diarias de dos horas mínimo; sin embargo, a pesar de todo este esfuerzo e inversión, realizan sus presentaciones por muy poco dinero.
- Hacen inversiones para conseguir el vestuario necesario para sus participaciones, es decir, compran o alquilan sus trajes: desde el tradicional hasta el del espectáculo, el sombrero para los hombres, o adornos para el cabello de las mujeres y las cotizas.

De esta forma los bailadores de joropo son un grupo que requiere de grandes esfuerzos económicos y de tiempo en el aprendizaje y perfeccionamiento de la técnica, siendo el eslabón más débil de la cadena vestuario-música-baile.

Respecto a las preocupaciones expresadas por este grupo, la mayoría de jóvenes hacen un llamado de atención a los diferentes organismos encargados de la preservación de la cultura. Por ejemplo, aunque son jóvenes y, por obvias razones, están influenciados por corrientes musicales modernas, reclaman que se le dé más importancia al joropo. Reconocen como insuficiente un torneo internacional, ya que se trata de una actividad de un fin de semana. Por el contrario, aseguran, las políticas deben ser permanentes. Algunos de ellos expresaron desacuerdo con la inclusión de artistas de géneros como el reggaetón, el vallenato y la música norteña en los espectáculos donde la protagonista debería ser la cultura llanera. También mencionaron la diferencia en los pagos realizados por los organizadores de estos eventos, pues invierten demasiado dinero en la contratación de artistas foráneos en comparación con los pagos realizados a los artistas locales.

Esto en el futuro puede traer serias consecuencias, pues se corre el riesgo de que los jóvenes no vean el desarrollo de la actividad cultural como un proyecto de vida, pues las condiciones de trabajo e inequidades pueden redundar, como se está viendo en algunos casos, en el abandono de esta práctica. En efecto, si se analiza el entorno, este no brinda muchas posibilidades de vinculación, es decir, hay pocas oportunidades para los músicos y bailadores, lo cual hace que se dediquen a otros trabajos y en el peor de los casos abandonen la región buscando un futuro más estable.

Finalmente, se encuentran los músicos, grupos integrados por los intérpretes de arpa, cuatro y capachos, o sus variantes —como el furruco, instrumento propio de la región andina para acompañar los tonos bajos, o la bandola y el violín, instrumentos de origen europeo que pueden reemplazar los sonidos del arpa—, además del o la cantante.

Este grupo tiene una característica que refleja parte de la idiosincrasia de la región de los Llanos de Colombia y de otras partes de América: sus participantes mayoritariamente son hombres, a excepción de la voz cantante, que puede ser femenina. Inclusive, es normal una voz femenina y una masculina en los grupos.

### **3.1.2 Estructura de la gastronomía como producto turístico**

A lo largo de la investigación, el Grupo Holos pudo constatar que no todos los asaderos de Villavicencio que ofrecen carne a la llanera pertenecen a personas oriundas de la región de los llanos orientales colombianos, también se da el caso de personas con arraigo cultural llanero que nombran sus establecimientos como si fuesen de otra región; algunos ejemplos son, para el primer caso, el restaurante Asadero Mi Tierra Santandereana, y, para el segundo caso, Los Boyacos.com.

En cuanto a la organización empresarial, todos los administradores de asaderos entrevistados aseguran estar formalizados ante la Cámara de Comercio de Villavicencio, pero ninguno de ellos ha realizado el proceso de registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Esto pone en evidencia que, en el sector

de la gastronomía para la estructura empresarial del municipio de Villavicencio, la mayoría no tiene claridad sobre las funciones cumplidas por los organismos asociados a la actividad comercial, pues los dueños y administradores de los asaderos confunden el registro mercantil con el registro marcario.

Para conocer sobre la vinculación a algún tipo de organización empresarial o gremial, se entrevistó a Jesús Benavidez, propietario del asadero La Llanerita y presidente de la Asociación de Asaderos del Meta —Asoasaderos—, quien señala que el objetivo de su creación fue una forma de reducir las tensiones generadas por Cormacarena en cuanto al uso indiscriminado del yopo como leña para la preparación de la tradicional mamona o carne a la llanera. El empresario sostiene que, con el paso de los años y el desarrollo de cultivos propios de esta madera, la asociación dejó de tener una sede y pasó a una condición itinerante por los diferentes establecimientos gastronómicos que la conforman (J. Benavidez en comunicación personal, mayo de 2013). Esta asociación no es de afiliación obligatoria, lo cual hace reducido el número de miembros frente a la cantidad de asaderos en Villavicencio.

También se observa que los asaderos consideran insuficiente el apoyo del gobierno en el desarrollo de su actividad, sienten una desarticulación entre las políticas estatales y su “independencia”, como ellos mismos definen su actividad, y argumentan que si la ciudad tuviera mejores condiciones y más eventos, más turistas llegarían y con ello aumentaría el nivel de compras de este plato típico de la gastronomía llanera.

Las expectativas de los administradores de los asaderos están relacionadas con el conocimiento de lo que ofrecen. Respecto a la materia prima, coinciden en que es la mamona y solo uno de los entrevistados la definió como un animal de menos de un año de edad que aún se alimenta de leche. Los administradores afirman no utilizar otros tipos de carne —la de la lapa, el chigüiro, el cachirre y el armadillo, entre otros— como materia prima, pues está prohibido y estarían incumpliendo las leyes de protección medioambiental. La amplitud de la oferta gastronómica de los asaderos depende de las diversas variedades de peces, como el bagre, y de otros que provienen de estanques y criaderos privados, como la cachama y la mojarra.

Resalta, por ser diferente a todos, un asadero que manifiesta no tener expectativas futuras más allá de mantenerse y seguir vendiendo por lo menos lo mismo que hasta el momento porque, afirma, “este negocio está duro”.

Ahora bien, respecto al manejo técnico de la producción, los administradores hablan con propiedad sobre la guarnición que acompaña el plato, diferente en todos los casos, aunque no falta la papa y la yuca como acompañantes de la carne. El gramaje de la porción no tiene un peso definido ni exacto, la usanza criolla es colocar en el plato una porción entre los 350 hasta 450 gramos aproximadamente, siempre tratando de no llegar ni mucho menos superar los 500 gramos.

Para obtener un buen trozo de carne a la llanera, su preparación tradicional es en chuzos; algunos de los asaderos aún mantienen el de madera, otros han hecho

innovaciones utilizando chuzos de metal, pero siempre se elabora a la brasa de leños, casi siempre de yopo. Esta es la verdadera tradición de las travesías llaneras puesto que este tipo de madera no genera llama que afecte el asado de la carne. Sin embargo, en algunos asaderos dicen utilizar eucalipto o cañafistol, maderas que modifican el sabor de la carne. Otros afirman utilizar cualquier clase de leña con el argumento de que “madera es madera”. Su tiempo de preparación varía, en ningún establecimiento determinan un tiempo concreto de preparación de la carne ni de su asado.

También se les preguntó a los asadores sobre qué tanto sabían sobre sus clientes. Las respuestas obtenidas son más concretas. Todos afirman que ellos solo se encargan de la elaboración del plato y por ello no tienen contacto con los comensales. Algunos aceptaron no conocer nada acerca de las expectativas, lo que configura una característica del bajo poder que tienen estos empleados en las decisiones tomadas en las organizaciones empresariales del sector gastronómico.

Una respuesta generalizada entre los asadores es la afirmación de que al turista le gusta lo típico, y que por esto el menaje utilizado para servir la mamona es la hoja de bijao, planta perteneciente a la familia de las heliconias.

Un elemento que llama la atención es el acompañamiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio a la actividad gastronómica; esto se ha visto reflejado en las capacitaciones brindadas a los trabajadores de los asaderos en cuanto a servicio al cliente y manejo de platos típicos. Algunos dueños manifestaron recibir años atrás su acompañamiento, pero, debido a la alta rotación de los empleados, la mayoría de ellos en la actualidad no se encuentran vinculados, es decir que lo aprendido no se está implementando.

### 3.2 CONCLUSIONES

El turismo cultural, en palabras de Swarbrooke y Horner (2011), “se relaciona a intereses especiales y acostumbra ser visto de una manera positiva por las personas que lo practican, como una forma de turismo inteligente” (p. 65); estos autores resaltan que dentro de los elementos del turismo de este tipo se encuentran, en primer lugar, los legados culturales como principal motivo de visita, lo que la presente investigación ratificó como razones de los turistas para visitar a Villavicencio, pues el centro de las mayores preferencias fue el joropo y la gastronomía. Por esto es fundamental reconocer que, aunque estos legados tienen gran aceptación entre el turista, es necesario seguir trabajando en ellos con el fin de articular los elementos que lo conforman y así alcanzar el beneficio deseado tanto para oferentes como para demandantes de este servicio.

Sin embargo, el joropo no se encuentra desarrollado como un producto cultural, entendido como el aprovechamiento de la oferta de conocimiento y tradición disponible en la construcción de un bien tangible, y como el espectáculo puesto al servicio de una actividad de entretenimiento para los turistas. Se queda en un atractivo de la ciudad, un arraigo de las familias a su tronco ancestral llanero; para

mantenerlo, el baile y la interpretación de los instrumentos deben ser aprendidos por los jóvenes. Son ellos quienes destinan tiempo y esfuerzos para su aprendizaje y perfeccionamiento, pero debido a la ausencia de apoyo y oportunidades laborales, abandonan su práctica; la preservación y mantenimiento de este legado depende entonces de personas más jóvenes, quienes pueden desarrollar la actividad del joropo simplemente como una forma de ocupar su tiempo libre. De esta manera, el legado se convierte en un proceso repetitivo que generalmente se limita a los jóvenes, pues cuando llegan a la adultez buscan otras alternativas.

Este factor es preocupante, por tanto, se requiere desarrollar actividades orientadas a la obtención de un producto turístico de alta calidad por el cual se cobre. De esta forma se lograría que los legados culturales sean fuente de ingresos estables para los actores culturales de la música y el baile.

De no ser posible esta conversión, a futuro la actividad principal motivadora del turismo cultural puede perder importancia y con ella desaparecer el elemento complementario del vestuario, puesto que, al no existir el joropo como espectáculo, no son necesarios los trajes para estas presentaciones.

No solo se encuentra en riesgo el joropo por la falta de creación de un producto turístico, sino también los propios artistas, por la ineficiente distribución prorrateada numeris<sup>2</sup>, realizada por la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco). La entidad no goza de la reputación que debe tener como garante de la preservación de los derechos de autor, y por esto los artistas del folclore llanero realizan sus actividades culturales en medio de la tradicional informalidad.

La gastronomía, por su parte, no presenta tantos problemas de informalidad, pues los establecimientos se encuentran inscritos ante la Cámara de Comercio de Villavicencio, y esto les ha permitido generar contratos laborales a sus empleados; sin embargo, tiene como base una única oferta, que es una porción de carne de res de aproximadamente 400 gramos acompañada de papa y yuca. Es la comida tradicional presentada al comensal algunas veces en hoja de bijao, el cual carece de procesos de innovación en su presentación. Se trata de un producto gastronómico estático, los asaderos o establecimientos que la comercializan continúan siendo tradicionales en su construcción, mobiliario, e incluso se aprecia la ausencia de medidas relacionadas con la seguridad industrial. Al indagar con los empleados sobre el conocimiento de dichas medidas, afirmaron no estar capacitados y, para la gran mayoría, resultaron desconocidas.

Finalmente, se pudo identificar que, sobre los aspectos socioeconómicos de los actores culturales de la gastronomía, poseen una estabilidad en términos de contratos laborales, pues aunque no todos son a término indefinido, se ejecutan con empresas legalmente constituidas y con plazos no inferiores a un año, lo que les garantiza la afiliación al sistema de seguridad social para tener cubiertos los servicios de salud, pensión y riesgos profesionales para el trabajador y su núcleo familiar.

---

2 Método de distribución que realiza el pago al autor basado en el número de utilidades de cada obra.