



Declaraciones patrimoniales, turismo y conocimientos locales.

Posibilidades de los estudios del folklore para el caso de las ferias en la quebrada de Humahuaca (Jujuy-Argentina)

Patrimony Statements, Tourism and Local Knowledge

Folklore Studies Possibilities in Quebrada de Humahuaca Fairs Case (Jujuy – Argentina)

Liliana BERGESIO* y Jorge MONTIAL**

Recibido: 4.12.10

Aprobado definitivamente: 21.3.10

RESUMEN

La Quebrada de Humahuaca se encuentra en la porción central de la provincia de Jujuy (al noroeste de la República Argentina) y su poblamiento ronda los 11.000 años de antigüedad. Esta región fue declarada en el año 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como “Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad”. A partir de esa fecha se incrementó el desarrollo de circuitos turísticos de aventura y culturales.

Esta declaración le dio un nuevo impulso a la Quebrada de Humahuaca en el mercado nacional e internacional del turismo. Y el auge de este último en la zona generó que cada pueblo buscara sus propias alternativas para atraer visitantes. Entre las estrategias más comunes está la realización de ferias y fiestas que buscan destacar características locales particulares.

En este trabajo proponemos analizar el caso de la localidad de Coctaca (Departamento de Humahuaca) y un evento que allí se realiza, en el mes de febrero, el cual incluye la Feria “Los Sabores de la Historia”, el “Encuentro de Mujeres Andinas” y la “Serenata a los Andenes de Cultivo”. El objetivo del trabajo es plantear las posibilidades que aportan los estudios del folklore para articular en el análisis temas como lo local y global; lo cultural y económico; los productores con sus productos y el turismo con sus demandas y expectativas.

Palabras clave: patrimonialización, local/global, turismo, folklore

ABSTRACT

Quebrada de Humahuaca is set in the central portion of the Jujuy Province (Northwest of Argentinian Republic) and it has been inhabited approximately by 11.000 years. In 2003 this region was declared “Cultural and Natural Patrimony of Mandkind” by The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). From that date the cultural and adventure tourism circuits development increased.

* Antropóloga.. Especialista en Docencia Superior. Magíster en Teoría y Metodología en Ciencias Sociales. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. E-mail: lilianabergesio@gmail.com

** Técnico en Comunicación Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. E-mail: dlmontial@arnet.com.ar

This statement gave new impetus to Quebrada de Humahuaca in the national and international tourism market. And the rise of the latter in the area generated each little town to look its own alternatives to attract visitors. The most common strategies include fairs and festivals seeking to highlight particular characteristics.

In this study we will analyze the case of Coctaca town (Humahuaca department), and also an eventa being done there in febraury, wich includes “Flavors of History” fair, the “Andean Women Meeting”, and the “Serenade to the Cultivation Terraces”. The objective of this study is to raise the possibilities that studies of folklore provide inside topis as the local and the global, culture and economy, the producers and their products and tourism with its demands and expectations.

Keywords: patrimony, local/global, tourism, folklore

SUMARIO

1. Introducción. 2. Breve historia de la Quebrada de Humahuaca. 3. Coctaca y la Feria de Saberes y Sabores. 3.1 Sobre los públicos de la Feria. 4. Comentarios finales: las ferias y el turismo. 5. Bibliografía.

1. Introducción

“Expusieron las comidas, con sabores de la historia,
gracias mujeres andinas, las llevo en mi memoria.
Ya han preparado las comidas, también chicha madura,
grandes mujeres andinas, con sabores de cultura”.
Copleas de Cianza en la Feria de Coctaca 2007

La Quebrada de Humahuaca se encuentra en la porción central de la provincia de Jujuy (extremo noroeste de la Argentina) y comprende los departamentos de Tumbaya, Tilcara y Humahuaca. Es una región conformada por un conjunto de quebradas subsidiarias del río Grande y su poblamiento ronda los 11.000 años de antigüedad. Esta región fue declarada en el año 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como “Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad”. A partir de esa fecha se incrementó el desarrollo de circuitos turísticos de aventura y culturales. Esta declaración le dio un nuevo impulso a la Quebrada de Humahuaca en el mercado nacional e internacional del turismo. Y el auge de este último en la zona generó que cada pueblo buscara sus propias alternativas para atraer visitantes. Entre las estrategias más comunes está la realización de ferias y fiestas que buscan destacar características locales particulares.

Figuras 1

Argentina en el Mundo y Jujuy en la Argentina



En este trabajo proponemos analizar el caso de la localidad de Coctaca (Departamento de Humahuaca) y un evento que allí se realiza, en el mes de febrero, el cual incluye la Feria “Los Sabores de la Historia”, el “Encuentro de Mujeres Andinas” y la “Serenata a los Andenes de Cultivo”. El objetivo central será ver cómo se articulan en él diversos temas: lo local y global; lo cultural y económico; los productores con sus productos y el turismo con sus demandas y expectativas. Finalmente, a partir del reconocimiento de que buena parte de la terminología y los enfoques utilizados en los abordajes del patrimonio cultural se aproximan a los históricamente empleados en la disciplina del Folklore (Bialogorski y Fischman, 2002), ensayaremos algunas conclusiones a partir de la misma.

Figura 2

La Provincia de Jujuy, sus Departamentos y Zonas Ecológico-Productivas



2. Breve historia de la Quebrada de Humahuaca

La Quebrada de Humahuaca, como ya se dijo, es una región cuyo poblamiento ronda los 11.000 años de antigüedad, de acuerdo con vestigios de grupos cazadores-recolectores registrados en el área. En ella, por ejemplo, las evidencias más tempranas de restos vegetales domesticados datan de 2000 a.C. algunos de los cuales no son de producción local, sino que demostrarían intercambios con otros pueblos. Por ese entonces las evidencias muestran que, en lo político, se trataba de una unidad a nivel macro-regional con subdivisiones internas, donde sus pobladores estaban organizados en grupos complejos, con una misma dinámica cultural, aunque los conflictos de la época se hacen evidentes en el hacinamiento de la población en los pukaras y el aumento de las cabezas trofeo. En 1430 llegan a la región las tropas Inkas y los cambios resultantes de la incorporación de las sociedades quebradeñas al Tawantinsuyu son sobre todo de orden sociopolítico, económico y ritual (Nielsen, 2001). Con posterioridad a esto, desde 1536 hasta comienzos del siglo XVII, las sociedades de la región vivieron en tiempos de guerra y de paz, culminando con el dominio colonial en 1595 cuando parte de su población fue repartida en encomiendas, a vecinos de Tarija, Salta y San Salvador de Jujuy (Sica *et al.*, 2006). Si bien los indígenas fueron encomendados lograron una *merced de amparo y real provisión de propiedad* en 1606, que les permitió mantener la base comunal de su estructura agraria y el acceso común a los recursos; aunque debían pagar tributo y prestar servicios al encomendero, y realizar la *mita de plaza* para los vecinos moradores. Pero junto a las tierras comunales, también se fue desarrollando la concesión de tierras privadas en manos españolas. Durante el siglo XVII, por el otorgamiento de mercedes por parte de los gobernadores de Tucumán y el Cabildo de Jujuy, surgieron algunas haciendas y estancias en la región. En algún caso, los caciques también poseían tierras propias. Muchas de estas haciendas se dividirían por herencia o se traspasarían por venta. Las tierras comunales se mantuvieron casi intactas, aunque a finales de ese siglo ya hay indicios de ciertas presiones para avanzar sobre ellas (Madrado, 1994).

La Quebrada de Humahuaca desde la ocupación europea se insertó en el espacio económico peruano, produciendo para las minas del altiplano, sobre todo Potosí. En este esquema, tenía un papel importante como vía de circulación de las mercancías y bienes que venían desde la Gobernación de Tucumán, la cual se percibe en el crecimiento del arriaje. En el siglo XVII, muchos integrantes de las comunidades indígenas acceden a animales de carga europeos (mulas) y se transforman en arrieros. La posesión de estos animales era de forma individual, lo que parece acentuar procesos de diferenciación social en el interior de los pueblos. En el siglo XVII, son los caciques quienes mayor cantidad de animales poseen; pero también están los indios forasteros, mestizos y españoles que participan en este negocio.

En ese último período (el siglo XVII) la población indígena habría experimentado un fuerte descenso. Este declive se debió fundamentalmente a las huidas para evitar tributos y traslados, la mortandad y bajas tasas de reproducción. Desde finales de esta época comienzan nuevos avances sobre las tierras comunitarias y se reproducen las haciendas en la Quebrada de Humahuaca y la Puna. Luego, a principios del siglo XVIII comienza la recuperación demográfica, que será vigorosa en los primeros años del siglo siguiente y antes del inicio de las guerras de independencia.

En el XVIII las migraciones son una constante y la población de los pueblos de indios de la Quebrada de Humahuaca crece, al tiempo que recibe el aporte de indios forasteros de otras regiones. En el siglo XVIII comienza a instalarse en la Quebrada una nueva población, compuesta por esclavos africanos, criollos, mestizos y castas y españoles. En 1754 aparece la figura del cacique cobrador de foráneos del partido de Humahuaca, con la función de cobrar impuestos a la gente proveniente de otras regiones que se había instalado en la jurisdicción.

En las primeras décadas del siglo XIX la Quebrada de Humahuaca fue escenario de las guerras de Independencia que produjeron, durante unos quince años, destrucción económica y migraciones. Y si bien logró mantener su importante rol como vía de comunicación fue uno de los escenarios principales de batallas y escaramuzas, junto con las continuas invasiones de los distintos ejércitos. Para la población esto implicó bajas personales, pérdida y destrucción de bienes y propiedades; y la quiebra de las actividades económicas que sustentaban vidas y patrimonios (Sica *et al.*, 2006).

En 1825, la Sala de Representantes de Salta (que incluía a Jujuy) dispone el reparto de las tierras de comunidad entre sus ocupantes originarios, pero esta disposición nunca entró en vigencia, y en 1839 las tierras de comunidad de la Quebrada fueron sometidas a un proceso de enfiteusis. La figura de la enfiteusis provenía del derecho romano, y era la cesión de un bien raíz a perpetuidad o por un largo tiempo, generalmente por medio de un contrato, a cambio de un canon; en este caso el propietario era el Estado. El resultado de la imposición de la enfiteusis fue la concentración de tierras en pocas manos, ya que una parte importante fue acaparada por las familias más poderosas de la zona, proceso que se completa con la “Ley de venta de tierras públicas” del año 1860 (Madrado, 1990).

La Quebrada era a mediados del siglo XIX la zona más densamente poblada de la provincia después de la ciudad capital y su curato. Las grandes haciendas de la Quebrada eran centros agrícolas y de cría e invernada de ganado vacuno y mular. A mediados del siglo XIX, muchos campesinos vieron empeorar sus condiciones de vida al extenderse a una mayor cantidad de población los arriendos, entre otras obligaciones (Paz, 2003). Al finalizar el siglo XIX, la consecuencia de este proceso era una marcada división del espacio rural en pequeñas y grandes propiedades que correspondían a un campesinado de autosubsistencia y un pequeño grupo de haciendas con arrendatarios que combinaban actividades agrícolas y ganaderas. Las grandes propiedades incluyeron las mejores tierras en el fondo de valle, dejando a los pequeños y medianos las tierras más altas y alejadas del riego. Con las posteriores particiones, el problema del minifundio se agravó y ha continuado dando su sello característico a la producción de la Quebrada (Madrado, 1990).

La región de la Quebrada estuvo vinculada durante el siglo XIX con Bolivia, con Perú y con otras regiones de la provincia y del país a través del comercio. A principios de siglo XX, los mayores alfalfares de la provincia de Jujuy se encontraban en la zona comprendida entre los pueblos de Tilcara y Humahuaca. Estos alfalfares eran arrendados para invernada y se combinaba con la venta de alfalfa en fardos para las recuas de ganado que surcaban la ruta durante todo el año.

Con la prolongación del ferrocarril a Bolivia por la Quebrada en 1903-1908 la supresión del tránsito de animales provocó cambios progresivos. A comienzos de 1930, las minas de Bolivia comenzaron a ser abastecidas de bovinos propios, y el golpe final tuvo lugar con la Guerra del Chaco (1932-1935), que provocó el cierre de las fronteras para el transporte de ganado en pie (Conti, 2002). Allí la organización productiva se encaminó hacia la agricultura en huertas con producción de frutas y hortalizas, perfilando una orientación cada vez mayor hacia los cultivos comerciales, al mismo tiempo que perdían importancia los mercados bolivianos y aumentaba el del NOA. El ferrocarril marcó la transición entre la desintegración del comercio de mulares y vacunos y la integración de Jujuy al mercado nacional.

Otra actividad económica que se vinculó con el ferrocarril, fue el turismo, que tuvo un gran dinamismo en el área durante entre las décadas de 1920 y 1940. La afluencia de turistas era tan importante que varias localidades, como Tilcara o Maimará, duplicaban su población durante la temporada estival, atraídos por su clima seco y fresco y la ausencia de paludismo, que durante los húmedos meses de verano hacía estragos en las tierras bajas (Sica *et al.*, 2006). En 1993 el cierre del ferrocarril afectó a la población de la Quebrada, puesto que muchos de sus habitantes vivían de la venta diaria de productos comestibles, artesanales, etc., que se realizaban en las estaciones ferroviarias de las diferentes localidades al paso del tren.

A partir de la década de 1980 se incrementó el turismo, principalmente de jóvenes provenientes de otras provincias y ciudades pampeanas argentinas. Algunos se radicaron en la región viviendo del mismo turismo y de las artesanías.

Actualmente en la Quebrada residen cerca de 29 mil habitantes, la mayor parte de los cuales viven en localidades situadas a las márgenes del río Grande. A pesar del incremento de las actividades asociadas al sector terciario (estatales), la principal ocupación de la población siguen siendo las actividades agrarias (agricultura bajo riego practicada en el fondo del valle); el turismo, si bien no es una actividad nueva en el área, está adquiriendo en los últimos años una gran importancia, bajo una modalidad de tipo itinerante o de recorrido que articula diferentes destinos del noroeste argentino.

Ahora bien, volviendo a los aspectos socio-económicos, el incremento del turismo fue aún más notable desde 2003, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

(UNESCO) declaró “Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad” a la Quebrada de Humahuaca en la categoría de “paisaje cultural”.¹ A partir de esa fecha se incrementó el desarrollo de circuitos turísticos de aventura y culturales, como consecuencia de la afluencia de turismo nacional y extranjero, que no sólo se produce en la temporada de verano sino durante todo el año.

Los documentos elaborados con el fin de lograr la patrimonialización hablan de itinerario cultural, considerando un tipo cultural y dinámico de paisaje cultural que contemplaría el movimiento y el intercambio entre culturas en el espacio y el tiempo. Aunque, se prefirió reconocer a la Quebrada como paisaje cultural ya que se considera que dicho lugar sería un tramo de un itinerario, el Camino del Inca, que abarca desde Córdoba hasta el Alto Perú. Más allá del debate por su reconocimiento como paisaje o itinerario y sobre la diferenciación conceptual entre estos términos, ambos acaban construyendo un tipo específico de *lugar*, en tanto orientan las lecturas, interpretaciones, miradas y experiencias de los distintos actores que intervienen e intervendrán en la zona. El pretendido sentido universalizador y plural reduce, en realidad, las posibilidades que la Quebrada podría ofrecer sin dicha catalogación (Castro y Zusman, 2007).

Desde el punto de vista estrictamente turístico, las acciones vinculadas a la patrimonialización acaban orientando tanto las prácticas materiales como representacionales a la construcción de un parque temático. La Quebrada se fosiliza, se eterniza en el espacio y el tiempo, a la vez que el visitante entra en un mundo de fantasía, alejado de la realidad, sin conflictos. El turista se deja llevar por las narrativas que guían la visita a este paisaje o itinerario. El control del paisaje o itinerario por parte de aquellos actores responsables de la materialización de la propuesta de patrimonialización y preservación (autoridades locales, promotores turísticos, industria hotelera) lleva a que el “factor sorpresa” esté dirigido o pautado por la mirada y la experiencia turísticas. De lo dicho hasta aquí podría derivarse que la modalidad de parque temático es la manera en que en los “lugares” se internalizan aquellos valores universales y las conceptualizaciones asociadas.

En el caso de la propuesta de inclusión de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad se argumenta que se trata de un corredor natural en el que vivieron y circularon diferentes sociedades y culturas a lo largo de los últimos 10 mil años. Es este rasgo el que constituiría su “marca de distinción”. En este caso, la unicidad, autenticidad y particularidad de la Quebrada resultan vitales para la industria hotelera, el transporte aéreo y el turismo. Así, a través del proceso de patrimonialización, y según la Secretaría de Cultura y Turismo de la Provincia de Jujuy de ese momento: “La Quebrada, luego de ser declarada patrimonio mundial, tiene que funcionar como una marca...”.² Las gestiones para la patrimonialización estuvieron a cargo de distintas áreas de la Secretaría de Turismo, Secretaría de Cultura, Cancillería de la Nación y el Gobierno de Jujuy, proceso que finalizó con la postulación oficial ante la UNESCO. A esta articulación entre autoridades nacionales y provinciales se le suman, desde las narrativas oficiales, la participación de las comunidades aborígenes a través de talleres realizados en diferentes zonas.

Si bien la preocupación por la preservación del patrimonio aparece como global, en la práctica el ‘patrimonio mundial’ es protegido y administrado por gobiernos municipales /provinciales/ nacionales, y no por la comunidad internacional. En este caso particular, el Gobierno Nacional se compromete a cumplir con un plan en el que se prevé, en una primera etapa, la realización de obras de infraestructura que permitan solucionar los principales factores de riesgo y lograr una óptima puesta en valor de los bienes del área, así como la promoción de tareas de formación y capacitación de equipos técnicos locales y la comunicación e investigación sobre los valores del patrimonio de la Quebrada de Humahuaca.

La convivencia entre la puesta en juego de un proyecto de patrimonialización que partió de los valores culturales emergentes de la UNESCO y el requerimiento de que, una vez patrimonializado, las acciones de desarrollo y preservación frente al deterioro quede en manos locales trae a la luz la pregunta: ¿de quién es la Quebrada de Humahuaca: de la provincia, de la Nación o de la humanidad? De hecho ciertos actores situados en la propia región discuten la injerencia nacional sobre un bien que

¹ Véase: www.jujuy.gov.ar/quebrada/Index.htm

² *Jujuy al día*, 4 de julio de 2003.

consideran que, desde el punto de vista de los mismos, debería ser administrado localmente y que los beneficios de la explotación deberían quedar en la misma.

El sector agrario, significativo para la Quebrada de Humahuaca como un todo, ofrece pocas posibilidades para la incorporación de nueva fuerza de trabajo y además la oferta laboral de ese sector en el ámbito urbano es escasa. Así, a pesar de la reducción sufrida durante la década de 1990, el cierre de los ferrocarriles y la consiguiente pérdida de los empleos derivados del mismo, el Estado sigue siendo la mayor fuente de trabajo: casi la mitad de todos los empleados pertenecen al mismo, ya sea a nivel nacional, provincial o municipal (46%). Luego están los servicios privados (14%) que abarca tanto las compañías de luz o teléfono como peluqueros o fotocopiadoras. Le siguen en importancia el comercio (12%) y la actividad turística (10%) (Janoschka y Reboratti, 2003)

La rama turística y el comercio dependiente de ella en las zonas con mayor afluencia turística (Purmamarca, Tilcara y Humahuaca) se han establecido como un factor económico importante y es el que presenta mayor crecimiento comparativo en la última década. La estructura turística dejó de apoyarse en un turismo de larga duración (o de larga permanencia) de las clases altas para pasar a otro de corta duración (que por lo general no supera la media jornada sin pernoctar en el lugar) o turismo de evento (Enero tilcareño, Carnaval o Semana Santa), conformado por jóvenes con escaso poder adquisitivo. En los últimos años (desde el 2000 a la fecha), también el turismo internacional se ha ampliado. El problema que persiste es que el régimen de acumulación regional es insuficiente y prácticamente imposibilita grandes inversiones de capital que permitan desarrollar un mercado de trabajo diferenciado y cualificado. En la actualidad, la mayor parte de los réditos económicos obtenidos a través del turismo no permanecen ni son reinvertidos en la región.

Como consecuencia directa del auge del turismo hay un aumento en la construcción, destinado a viviendas de particulares y al servicio hotelero y de restaurantes, entre otros. En el verano de 2008 estaban habilitadas 2.600 plazas hoteleras en la Quebrada contra 930 existentes en 1998. La contrapartida de este proceso, que se realiza en frágiles ecosistemas, es el gran aumento de los precios inmobiliarios, la superpoblación de algunos lugares y localidades, la ocupación de sitios de evidente riesgo geológico y los conflictos por la propiedad de la tierra entre los antiguos pobladores y los nuevos propietarios que provienen, en algunos casos, de otras provincias o del extranjero. Según una encuesta realizada por el Proyecto Cultivos Andinos³ los restaurantes en su mayoría son de propiedad de jujeños con residencia en la Quebrada mientras que los hoteles son propiedad de no jujeños sin residencia en la provincia (cuando más plazas tiene el hotel más se da esta tendencia).

La crítica situación del mercado de trabajo y las bajas posibilidades de obtener ingresos provocan que alrededor de un tercio de todos los trabajadores se vean obligados a buscar un empleo secundario o complementario. Hace ya décadas que esta necesidad de la población es permanente y treinta años atrás todavía provocaba una migración temporaria masiva cada vez que comenzaba la cosecha de la caña de azúcar en las tierras bajas. En la actualidad, aún cuando los aspirantes se presentasen personalmente a buscar trabajo en las puertas de los ingenios serían a menudo rechazados por los propietarios porque la cosecha está en gran parte mecanizada y requiere escasa mano de obra no especializada. Así, menos del 1 por ciento de la población encuentra hoy empleo temporario como peón en las tierras bajas (Janoschka y Reboratti, 2003).

Actualmente, las estrategias de empleo secundarios (o segundo empleo) para aumentar los ingresos monetarios han superado el carácter estacional y regional que tenían antiguamente. En general, esto empleos comprenden actividades en el área de la construcción, mantenimiento o en algunas empresas todavía estatales (vialidad, por ejemplo) producción de artesanías dirigidas al turista o ayuda temporal en la agricultura local (siembra, recolección, cuidado de ganado, entre otras).

3. Coctaca y la Feria de Saberes y Sabores

La Declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad abrió el camino para su ingreso al mundo internacional del turismo. Allí los gobiernos municipales, provinciales y

³ PNUD ARG 05/G 42; comunicación personal.

nacional ponen en marcha el mecanismo de crear la “marca” Quebrada, a fin de mostrar las potencialidades que ésta ofrece al capital para producir rentas monopólicas; aunque lo que se pregonaba era que la mercantilización de los componentes naturales-histórico-culturales del “lugar”⁴ permitiría superar los problemas de pobreza que afectaban al área teniendo efectos multiplicadores sobre el resto de la provincia de Jujuy.

Esta estrategia económico-cultural pone en tela de juicio el carácter universal de la forma de construir los valores y conceptualizaciones a patrimonializar. Porque el concepto de paisaje cultural, elaborado por expertos, no contempla los valores que la comunidad le asigna. Hay una distancia entre la propuesta de congelar la imagen de una sociedad plural con aquella otra que se experimenta en la vida cotidiana de la propia Quebrada, contexto en el que la discriminación y jerarquización étnica se hacen continuamente presentes. Más allá de la participación de las comunidades indígenas en la elaboración de la propuesta de nominación la evidencia muestra que la inserción en las actividades derivadas de la industria turística, si bien es relevante, no modifica la situación de exclusión económico-cultural que lleva largo tiempo atravesando a la sociedad local.

Es en este contexto general en la Quebrada de Humahuaca y a raíz del auge del turismo en la zona que cada pueblo fue generando sus propias alternativas para atraer visitantes a sus localidades. Una de las prácticas que se multiplican es la generación de eventos denominados: ferias. Así se multiplican las ferias del cayote, la llama, el tejido, las artesanías, el yacón, la papa andina, el durazno, el cordero, el pan casero, el dulce casero, el maíz, entre otras. La mayoría de estos eventos son patrocinadas (cubriendo gastos de traslado de feriantes, almuerzo comunitario y promoción) por los gobiernos locales y/o por organizaciones no gubernamentales que cuentan con financiamientos internacionales.

La Feria de los Sabores de la Historia se realiza en la localidad de Coctaca que está ubicada en el Departamento de Humahuaca y se encuentra a 8 km., aproximadamente, de la ciudad de Humahuaca. Está a 3.800 m.s.n.m. y es una zona cubierta de cardones y rodeada de cerros y según del Censo Nacional del año 2001 cuenta con 187 habitantes. En Coctaca hay un sitio arqueológico del mismo nombre el cual constituye el complejo agrícola prehispánico incaico de mayor tamaño y sofisticación de la provincia de Jujuy y uno de los más importantes del país. Este consiste en una red de cuadros, terrazas, andenes y recintos de cultivo, algunos de ellos con muros que alcanzan 1,50 metros de alto aún en la actualidad; con represas y canales de distribución de riego y grandes depósitos subterráneos con cierres en falsa bóveda, seguramente destinados a almacenar parte de la producción y la semilla. Este sitio data de comienzos del Período Tardío (alrededor del 1200 d.C.) y se expandió notablemente durante el dominio Inka de la región, bajo cuyo gobierno Coctaca se convirtió en un importante centro de tributación de los habitantes de la Quebrada de Humahuaca al incario. Este sitio fue declarado en el año 2000 por el Presidente de la Nación Argentina Fernando de la Rúa como Monumento Histórico Nacional (Decreto N° 1.012).

La Feria de Coctaca se realiza en el mes de febrero desde el año 1999 y comenzó por iniciativa de una organización no gubernamental (ONG) con sede en la capital de la provincia de Jujuy⁵ que ejecuta proyectos vinculados con los cultivos andinos con financiamientos internacionales⁶.

En los primeros años era básicamente un encuentro de mujeres de la zona para exponer platos de comidas regionales que ellas mismas realizaban, coordinado por miembros de la ONG mencionada. Con posterioridad y sobre todo a partir del año 2007 consiguió tener mayor participación de locales y visitantes conformándose como un evento que incluye conjuntamente la Feria “Los Sabores de la

⁴ En este trabajo se usa el término lugar, sin comillas, como ámbito geográfico significativo de referencia empírica. Cuando el término aparece entrecomillado, adquiere el sentido otorgado por Augé (1996). Para él, *lugar* es el lugar del sentido inscripto y simbolizado, el lugar antropológico; un principio de sentido para aquellos que lo habitan y un principio de inteligibilidad para quienes lo observan. Es, además, la invención de quienes reivindican un espacio existencial como propio y, al mismo tiempo, el dispositivo que expresa la identidad del grupo. El *lugar* tiene así tres rasgos comunes de contenido social y espacial, ya que es *identificadorio, relacional e histórico*.

⁵ FUNDANDES (Fundación para el Ambiente Natural y el Desarrollo).

⁶ En la actualidad ejecuta el Proyecto Cultivos Andinos en el marco del cual apoyó financieramente la edición de la feria que se analiza en este trabajo (año 2007).

Historia”, el “Encuentro de Mujeres Andinas” y la “Serenata a los Andenes de Cultivo”. A la suma de estos eventos la denominaremos a continuación como “Feria”, que es como se refieren comúnmente a ella los/as pobladores de Coctaca.

La Feria se desarrolla en un predio al aire libre ubicado frente al salón comunitario del pueblo. El mismo es un espacio cuadrado de cerca de 40 metros de lado, en el centro del cual hay un mástil donde se iza la bandera Argentina durante el acto de inauguración, permaneciendo ésta durante todo el transcurso del evento. A partir de la inauguración y durante todo el desarrollo de la Feria, en el medio de cada uno de sus lados, se colocan wiphalas⁷, elaboradas en tela de cerca de un metro por un metro. Al pie del mástil, en el centro del predio, se destina un sitio para la ceremonia a la Pachamama, la cual se realiza como cierre del acto de inauguración.

Los puestos de la Feria se ubican en tres de sus lados: dos con puestos de feriantes y uno con “carpas de comida”⁸. En el lado restante del predio se emplaza un escenario donde al finalizar la Feria, luego del mediodía, se desarrolla la “Serenata a los Andenes de Cultivo” con la participación de músicos locales (ver Foto 1).

De aquí en adelante se describirá la Feria en su edición del año 2007. El evento se conformó básicamente de cuatro momentos: exposición y concurso de platos de comida (en la mitad de esta etapa llovió copiosamente); almuerzo comunitario en el salón (mientras afuera llovía); cantos de coplas con exposición de productos para la venta; y serenata con baile comunitario.

La feria se inició formalmente con un acto que comenzó cerca de las 12,30 horas. Se cantó el Himno Nacional Argentino, se izó la bandera Argentina, hubo variados pero breves discursos de autoridades y/o representantes locales y provinciales. Luego, al pie del mástil se llevó a cabo la ceremonia a la Pachamama. En los discursos dados por lo locales se exaltó, fundamentalmente, el carácter nutritivo de los cultivos andinos y la recuperación de la tradición propia de la Quebrada de Humahuaca.

Entre los feriantes la mayoría eran mujeres de localidades de la Puna y Quebrada de Huamahuca, entre ellas de: Chorrillos-Bárcena, Tumbaya Grande, Huichaira, Punta Corral, Cianzo, Coctaca, Achicote, Calete, Caspalá, Tilcara, Uquía, Humahuaca, Huacalera y Juella. Si bien había hombres entre los feriantes, la mayoría no atendía los puestos sino que cumplían el rol de acompañantes y su número era muy inferior al de las mujeres.

En una estimación general, se puede decir que había cerca de 120 feriantes (considerando que en la mayoría de los puestos había entre dos y tres personas sin contar a los/as niños/as). Al respecto hay que señalar que, por tratarse de un encuentro de mujeres había muy pocos niños locales en el predio de la feria. En toda la Feria había alrededor de 40 puestos y cada puesto individual o que representaba a una comunidad se identificaba con claros y grandes carteles que decían quién vendía y/o exponía y de la localidad de dónde era. Los carteles, por lo general estaban ubicados al frente y al medio de las mesas expositoras, en algunos casos colgaban en la parte delantera del puesto, y la mayoría habían sido realizados, en cartulinas de colores vivos: amarillo, fucsia y celeste, entre otros. Se percibía en general una estética basada en el color, de las flores, los cultivos, y las formas y texturas de la alfarería y los tejidos, todos correspondientes no sólo a puneños o quebradeños sino también a comunidades y/o localizaciones mucho más puntuales, como: Cianzo, Huichaira, etc.

Cada puesto estaba adornado, podría decirse, gracioso y alegremente de forma tal que despertaba comentarios como el de un visitante jujeño quien decía: “...*el carnaval se siente en el aire*” y una

⁷ Emblema Qhishwa-Aymaras, compuesto por los siete colores del arco iris y los colores correspondientes a los cuatro Suyu. Desde la óptica andina, los aymara-qhishwa conocen históricamente a la Wiphala como emblema nacional del Pusintinsuyu o Tawantinsuyu siendo el símbolo de identificación Nacional y Cultural de los Andes Amazónicos y la representación de las actividades diarias del hombre andino en el tiempo y en el espacio (“La Wiphala” Documento de la Universidad Indígena Tupak Katari. La Paz, Bolivia; fecha aproximada de edición: 2005). De acuerdo a las costumbres y tradiciones andinas, siempre está izada en todos los acontecimientos sociales y culturales (ZAMUDIO, Teodora (2005-2006) *Derecho de los Pueblos Indígenas*. Colección Derecho, Economía y Sociedad. Buenos Aires: UBA; Fuente: www.bioetica.org).

⁸ Pequeños espacios de chapas donde se puede comer y beber exclusivamente

visitante quebradeña que dijo que era: “...bien carnavalera”.⁹ Había, en la ornamentación de los puestos, muchos girasoles, plantas de maíz, dalias bordó y amarillas y otras flores. Enrolladas en los palos que sostenían los techos de los puestos y hasta en el mástil de la bandera podían verse caer coloridas serpentinas. Las mesas, en donde se exhibían las comidas, estaban cubiertas con manteles tejidos de distintos colores; algunos de estos manteles eran industriales y otros artesanales.

Foto 1
Feria de Coctaca 2007



Muchos de los productos exhibidos estaban presentados en ollas y vasijas de barro o madera artesanales. Los licores y dulces se exhibían en recipientes de vidrio (botellas y frascos reutilizados). Los utensilios y vajilla eran de visible uso doméstico, muchos de ellos de origen artesanal. Los distintos productos eran identificados con pequeños carteles realizados a mano.

Se notaba una fuerte presencia de una estética identitaria de las mujeres de Caspalá y Cianzo, ataviadas con sombreros adornados con cintas y flores de plástico, y con chales bordados a mano con diseños multicolores de hortensias, claveles y crisantemos.

Luego de la feria, después del mediodía, comenzó la “Serenata a los Andenes de Cultivo”, las coplas (ofrecidas por mujeres de Cianzo) enfatizaron que esta feria es un homenaje hacia las mujeres andinas, y la cultura. En otro momento, en un discurso emitido por un poblador local, se exaltó el carácter “nutritivo” de los cultivos andinos y el valor “tradicional” de la Feria y el Encuentro de Mujeres Andinas en Coctaca.

Uno de los lados de la Feria estaba cubierto por puestos para comer y beber exclusivamente los cuales no eran feriantes/expositores propiamente dichos. Se trataban de 6 puestos con la estética típica de lo que se conoce como carpas (chapa y lona con mesas y sillas de madera). Aquí se vendían comidas para consumir en el lugar o llevar: asado con mote y papas andinas, picante de pollo, empanadas de carne, charqui y queso; y choclos entre otras. En estos lugares se vendía gelatina con frutas en vasos medianos de plástico. Había también un pequeño puesto con golosinas de tipo industrial. En todas

⁹ El Carnaval en el mundo andino en general y en la provincia de Jujuy en particular, es una de sus fiestas populares más importante, marcada por el baile, la alegría, la abundancia y la confraternidad, en la cual participa un importante número de su población. Cabe aclarar que la fecha de realización (pautada) de la Feria es el fin de semana anterior al Carnaval Grande.

partes se vendían bebidas de tipo industrial, básicamente gaseosas y vino. No había agua mineral ni bebidas artesanales en ninguno de ellos.

La principal característica de los productos de esta feria estaba dada por la variedad; ya sea de un mismo producto por mesa (como el caso de los licores, dulces y galletas) o de comidas en la feria en general (por ejemplo, diversos guisos y empanadas saladas). Cada variante se presentaba por lo general en pocas cantidades, lo cual se corresponde con el espíritu de esta Feria (mostrar más que vender). Los productos existentes en la Feria podrían clasificarse en diferentes categorías, a saber:

- Los productos centrales fueron los platos elaborados. Entre ellos había una gran variedad de comidas saladas y un menor número de sopas y de platos dulces.
- Fueron múltiples los productos de pastelería presentados (bollos, masitas de quinua, empanadillas de cayote, palitos dulces de quinua, etc.).
- Había un número reducido de bebidas elaboradas artesanalmente (api de maíz morado, chicha de maíz, chicha de maní o quinua, jugo de quinua con frutas y licores).
- Se expusieron en cantidad otros productos elaborados. Entre ellos los más numerosos fueron los dulces de diversas frutas (manzana, durazno, yacón, pera, etc.); luego los escabeches (de yacón, ajíes, ajo, etc) y licores (de coca, menta, ananá, etc.); también hubo quesos de cabra aunque en menor número.
- Había una reducida cantidad de productos sin procesar (quinua, choclo, maíz, papas andinas, etc.).
- En pocos puestos, pero en gran cantidad, se expusieron una amplia variedad de hierbas medicinales y aromáticas.
- También se observaban tejidos artesanales y cueros curtidos de oveja y de llama (ponchos, medias, bolsos, peleros, cintas, fajas, mantas, etc.), zapatitos de bebé en cuero y en lana de oveja; cueros de chivo; rebozos, bolsos y alforjas todos tejidos y bordados con motivos de hojas verdes y flores de colores.

En la Feria predominaba la comida a base de productos andinos, pero también estaban presentes otros cultivos (como trigo, zanahoria, acelga) en la elaboración de los platos. Las comidas ofrecidas en las mesas de la Feria fueron variadas: algunas mas conocidas (por el consumo masivo), como las humitas, los dulces, escabeches y, empanadas, sopas y, guisos. Había otras más nítidamente orientadas hacia el concurso, mas “raras”, si se quiere y con una fuerte impronta local: yuspichi, caldo majado, calapurca y tortilla de ataco, por ejemplo. Los distintos platos de comida en muchos casos estaban ornamentados con hierbas “...para darle color”, o “...para darle frescura”, o flores “...para darle color”. Por ejemplo, se exhibían en un plato de barro cocido cuatro humitas y entre ellas desparramadas, como casualmente, flores amarillas y rosadas. En la mayoría de las mesas de la feria se ofrecían variados productos para degustar (estaban expuestos en pequeños platos de barro con cucharitas de plástico y a disposición del público). En cuanto a las formas de presentación de los productos se puede decir que había dos tendencias de exposición: una abocada a “mostrar” y otra a “vender”; siendo ejemplos extremos los puestos de Cianzo para el primero, y Juella para el segundo.

3.1 Sobre los públicos de la Feria

A los fines del análisis, se adopta la siguiente clasificación amplia de asistentes a la Feria en base a una encuesta realizada durante la misma: Feriantes; Visitantes; y Técnicos y afines.

Con el propósito de analizar cómo es vista la Feria por los no feriantes, concentraremos la atención ahora en el grupo de los Visitantes y en los Técnicos y afines. En el caso de los Visitantes se han podido diferenciar tres categorías de los mismos de acuerdo a su procedencia¹⁰; es así que distribuidos por la Feria encontramos a: Visitantes jujeños quebradeños o puneños; Visitantes jujeños no

¹⁰ Cuando se habla de “jujeño”, “quebradeño”, etc. en estas clasificaciones se hace referencia al lugar de residencia habitual y tipo de estilo de vida, lo cual no necesariamente coincide con el lugar de nacimiento.

quebradeños o puneños; y Visitantes no jujeños. Además, en cada caso, se subdividieron en grupos por edad.¹¹

a) *Visitantes jujeños quebradeños o puneños*: En esta categoría se agrupa a las personas que residen en algún lugar de la Quebrada de Humahuaca o de la Puna, excepto a los feriantes.¹² Estas personas constituían el grupo mayoritario. Se estima que asistieron unos/as 160 de estos visitantes (aproximadamente 60 jóvenes y 100 mayores, dependiendo de la hora). En su interacción con los puesteros, en general no se registra que hayan comprado productos más allá de lo que se necesitaba consumir en el propio evento (comidas y bebidas, por ejemplo). Pero sí conversaban mucho entre ellos y con las personas que estaban al frente de los puestos. Hicieron numerosas degustaciones y probaron muchas variedades de productos. Se mostraron muy interesados en el recetario de comidas que el Proyecto Cultivos Andinos¹³ distribuyó en un momento determinado del evento.

b) *Visitantes jujeños no quebradeños o puneños*: Esta categoría hace referencia a las personas provenientes de San Salvador de Jujuy y de otras ciudades o lugares de la Provincia de Jujuy. Asistieron a la Feria alrededor de 60 personas pertenecientes a este grupo (aproximadamente 20 jóvenes y 40 mayores, dependiendo de la hora). Estos jujeños, en su mayoría de la ciudad de San Salvador de Jujuy (capital provincial), mostraron un comportamiento similar a los quebradeños/puneños con excepción de las compras. Consumieron menos en el lugar y compraron más productos para llevar. En términos generales, podemos señalar que se percibió una tendencia a adquirir productos elaborados (pastelería, dulces, escabeches, licores, quesos, conservas en general, etc.) más que a los sin procesar (maíz, hierbas, quinoa, etc.). Y, en su mayoría, se mostraron menos interesados/as en el recetario de comidas que el Proyecto Cultivos Andinos distribuyó gratuitamente.

c) *Visitantes no jujeños*: Esta categoría agrupa a las personas provenientes de otras provincias del país. Se corresponde con lo que suelen llamarse “turistas”. Estos visitantes/turistas eran de procedencia muy variada, aunque predominaban los de Buenos Aires, Tucumán y Salta. No se identificaron visitantes extranjeros. Se estima que asistieron unas 70 personas (correspondientes a este grupo (aproximadamente 45 jóvenes y 30 mayores, dependiendo de la hora). Los mayores, en general, manifestaban interés por la Feria. Gran parte de los jóvenes también mostraban interés e integración al evento, mientras que había otros que llamaban la atención por sus características extravagantes o poco frecuentes (manifiestas fundamentalmente en la vestimenta, el peinado y los accesorios personales) que mostraban una conducta más extrovertida y fuera de lo común aunque no irrespetuosa o desconsiderada (aunque no en todos los casos).¹⁴ Los visitantes no jujeños compraron artesanías, tejidos y comidas como empanadas, asado, choclo con queso, miel; siendo escasa la compra de dulces y conservas. También, y en especial los jóvenes (aunque no exclusivamente), consumían bebidas alcohólicas (vino y cerveza que se vendía en las carpas) que eran acompañadas, por lo general con empanadas que también se vendían en las mismas carpas. El grupo de Visitantes mayores no jujeños es el que más compró productos en la Feria.

d) *Técnicos y afines*: En total participaron entre 35 y 40 (dependiendo de la hora). Esto incluye unos 20 técnicos del Proyecto Cultivos Andinos (co-organizador del evento), y aproximadamente otros 20 técnicos y profesionales vinculados laboralmente con el NOA en actitud de observación participante, sin registro exhaustivo). Dentro de este grupo se incluyen también: periodistas (de revistas jujeñas dedicadas al turismo), dirigentes políticos provinciales (uno de ellos estuvo sólo para el acto de

¹¹ Cuando se habla de “jóvenes” en este trabajo se incluye a personas de entre 15 y 30 años.

¹² Conceptualmente esta categoría no incluye a los feriantes, pero sí al resto de las personas de las comunidades participantes, aunque tenemos claro que es difícil diferenciar en la práctica la frontera entre unos y otros.

¹³ Este era un trifolio con seis recetas en base a cultivos andinos (papas andinas, maíz y quinoa).

¹⁴ Algunos técnicos presentes en la Feria se referían a este grupo como “mutantes”.

inauguración y luego se retiró; mientras que los dos restantes se quedaron en la Feria hasta avanzada la tarde).

En general, los diferentes grupos de participantes estuvieron integrados/as a la Feria, aunque en su mayoría se sectorizaran (técnicos se relacionaban con técnicos, etc.), pero todo el tiempo hubo intercambios dentro de un clima cordial.

La suma de visitantes presentes en la Feria en su edición del año 2007 se puede estimar en 340 personas, a lo cual se le puede sumar una cifra cercana a los 120 feriantes. Esto hace un total, entre público y feriantes de 460 asistentes a la Feria de Coctaca. Con estos datos puede componerse una estimación global de presentes en la Feria (Cuadro 1):

Cuadro 1 - Total de personas en la feria

Categorías	Presentes a la hora pico (14,00 hs.)		Personas que pasaron en total por la feria	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Feriantes	120	30.0	120	26.0
Visitantes	240	60.0	290	63.0
Jujeños quebradeños o puneños	140	35.0	160	34.8
Jujeños no quebraderos o puneños	50	12.5	60	13.0
No jujeños	50	12.5	70	15.2
Técnicos y afines	40	10.0	50	11.0
TOTAL	400	100%	460	100%

A partir de la identificación de los diversos intereses y comportamientos de los asistentes a la Feria (Cuadro 2) los organizadores, (en un taller que incluyó a pobladores locales y técnicos), debatieron sobre las posibilidades de: "...que la Feria siga siendo algo nuestro, auténtico y que se preserve".¹⁵ En este sentido, los organizadores de la Feria, señalaban algunos elementos para el análisis que según ellos pueden: "...desvirtuar los verdaderos valores y motivos que llevan a realizar esta Feria" (FUNDANDES, 2007a:23):

- La cantidad de turistas y visitantes que debe asimilar la Quebrada (visitantes por día, por semana, por localidad, por metro cuadrado) es desproporcionada respecto de su propia población, de sus espacios de circulación y sus recursos.
- Se produce una "orientación a vender" por parte de muchos pobladores locales, aprovechando económicamente la ocasión que se les presenta, dado el fenómeno anterior y la estrechez de otras oportunidades económicas.
- El turista suele contar con insuficiente información de calidad sobre la realidad a la que llega (sus ritmos, sus costumbres, sus valores, etc.).
- Hay, por parte de algunos turistas, cierta avidez por registrar lo que está sucediendo en ese "nuevo" lugar que se está visitando.

También identificaron, en esa oportunidad, ciertos factores que pueden contribuir a que esto no suceda: "En la feria de Coctaca, es probable que la proporción de públicos (con fuerte predominio de

¹⁵ En situación de entrevista los organizadores comentan que: "Algunas ferias y eventos de la Quebrada, ante la creciente presencia y orientación turística, sufrieron un proceso de desnaturalización, es decir, hubo un deterioro de lo genuino de su contenido o una superposición poco feliz entre las expectativas de los locales y la de los visitantes de otros lugares".

quebradeños, puneños y jujeños capitalinos), la personalidad misma de la feria y el espíritu de los feriantes, lo alejado del lugar (no cualquiera decidía ir hasta allí) y la escasez de estímulos de consumo en el lugar, hayan contribuido a mantener esta armonía, al menos por ahora” (FUNDANDES, 2007a:23).

Cuadro 2 - Diferentes públicos: conductas e intereses en las ferias

	Quebraderos y puneños	Jujeños no quebradeños ni puneños	No jujeños (“turistas”)
Motivación para comprar en la feria	Para consumir en el lugar (comidas y bebidas).	Para consumir en el lugar. Para llevar: ▪ productos conocidos y apreciados para llevar a su casa ▪ y productos nuevos “para probarlos”	Para consumir en el lugar. Para llevar: ▪ productos atractivos para “probarlos” en el viaje; ▪ productos “originales” o muy locales como recuerdo o para regalar
Tipo y características de los productos que tenderá a comprar	Productos baratos y/o útiles.	Productos que no puede conseguir en la ciudad. Si es un producto conocido y apreciado, llevará tamaño mediano o grande. Si es para probar, más pequeño.	Productos: ▪ pequeños (“para probar”); ▪ fáciles de transportar (no frágiles); ▪ de bajo precio unitario
Otros intereses en la feria	Conocer las recetas de los productos que le atraen. Conocer productos nuevos. Para inspirar ideas para cocinar en casa; para producir domésticamente para vender.	Saber dónde puede conseguir esos productos durante el año. A veces (sobre todo mujeres que cocinan): conocer recetas o combinaciones posibles.	Conocer aspectos exóticos, diferentes y/o “pintorescos” de los ingredientes, las comidas, su preparación y la gente. Vivir nuevas experiencias y tener “anécdotas” recordables. Fotografiar y filmar.

Fuente: FUNDANDES 2007b:7.

Como propuesta los pobladores y la organización que colabora en la Feria plantea: “Pensar en alguna interfase de los visitantes con la feria, a través de algún pequeño *ritual* de recepción de los mismos. Quizás deba haber personas locales que ofrezcan a los turistas y visitantes alguna información introductoria. Más allá de la información propiamente turística y algunas recomendaciones, se puede incluir algún contacto más afectivo con el turista: contarle quienes somos, qué hacemos allí, por qué y cómo nos gusta que participen, qué cosas son sagradas para nosotros y esperamos que sean respetadas, entre muchas otras posibles. En este sentido se podría mejorar la calidad de la información para el visitante a este evento pero también para el visitante de cualquier lugar del resto de la Quebrada y Puna” (FUNDANDES, 2007a:24).

4. Comentarios finales: las ferias y el turismo

“Si el patrimonio es de la humanidad yo quiero mi pedazo”
Graffiti en la localidad de Humahuaca, Jujuy

“No más tilcaretas que el patrimonio no sea para pocos”
Graffiti en la localidad de Tilcara, Jujuy

Se puede afirmar que “...cualquier grupo humano con intereses comunes posee un corpus de tradiciones (o material cultural que se transmite) que sirven para compartir experiencias; estas

tradiciones están formadas por elementos de origen individual, popular, comercial o incluso culto que se asimilan, retienen y aprenden dentro de un patrón o estructura, y se mantienen en uso dentro del grupo gracias a la repetición, a la recreación y a la variación; este patrón tiene como función la continuidad y cohesión del grupo, que a su vez le sirve de contexto” (Prat Ferrer, 2006: 244-245).

Las ferias de productos/productores en la Quebrada de Humahuaca (aunque no exclusivamente) son “lugares” heterogéneos donde se dan esas interacciones socioeconómicas (de bienes, conocimientos e información). Allí las actividades (intercambio, compra-venta o venta) no se realizan uniformemente sino que, por lo general, responden a ciertos criterios discrecionales impuestos por los/as feriantes pero compartidos (al menos parcialmente) por ese conjunto. Y si bien son los diversos actores sociales los que hacen operativos los mercados (se trate de ferias u otro tipo) a través de sus interacciones, hay que tener en cuenta que las ferias agroganaderas andinas, en particular, no se limitan solamente a una esfera de intercambio sino que constituyen un espacio en el que también se reproducen y actualizan valores socioculturales, es decir, prácticas no económicas que pueden, a veces, expresarse como valores o significados en competencia u oposición.

Por ello, la presencia en las ferias locales de visitantes y/o turistas es identificada como elementos de cierta extrañeza aunque necesarios (una especie de “mal necesario”). Porque si bien los pobladores de Coctaca expresan que quieren que a la Feria asistan turistas y consuman sus productos, a su vez reclaman que ellos “se comporten de acuerdo a nuestras costumbres” (es decir que se comporten como coctaqueños), “que respeten y no vengán a sacar fotos sin permiso, nosotros somos patrimonio y tienen que respetar eso”; y reclaman que, tanto turistas como técnicos, “...no se aprovechen porque vienen, sacan fotos, nos filman, se meten en los patios, no respetan nada” o agregan que “vienen aprenden a preparar comidas nuestras, graban las coplas y después las hacen y las venden y ganan plata, pero nosotros no vemos nada de eso, y todo eso es nuestro patrimonio”¹⁶.

Este caso estaría mostrando como, cuando los espacios locales se abren al turismo global corren el riesgo de que las nociones que sostienen una escisión entre productos (típicos, tradicionales) y sus productores perpetúen el lugar de los pobladores locales como parte del paisaje y los conviertan así en objetos para ser mirados por los turistas y no en sujetos creadores de cultura con “capacidad agentiva”. Esto tiene implicancias serias para el desarrollo de la industria turística, actividad en la cual la actual gestión gubernamental cifra grandes expectativas, como se expresa en la propia declaración como Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada de Humahuaca por parte de la UNESCO. En ese sentido, acordamos que la formación de quienes están a cargo de la generación de políticas turísticas, de su planificación e implementación deben tener como objetivo romper esos estereotipos si es que verdaderamente se espera que la industria turística beneficie a toda la población (Bialogorski y Fischman, 2004). Sin embargo, consideramos que no se pueden diseñar respuestas únicas sino que las planificaciones deben plantearse en territorios localizados con su historia y organización socio-cultural.

Los estudios del folklore pueden aportar mucho en este sentido. Entendemos aquí al folklore, concebido como una forma de patrimonio intangible, como “...el conjunto de elementos, actos y procesos culturales expresivos que se transmiten en variantes en los grupos humanos, según las reglas de creación, transformación y transmisión propias de la comunidad a la que pertenecen, y que forman parte de su identidad y patrimonio” (Prat Ferrer, 2006: 245). Esta definición facilita “...abrir el ámbito de su estudio a los mentifactos, constructos, paradigmas, motivos, símbolos, estructuras y textos que constituyen el patrimonio, sin importar si han sido o no objeto de estudio previo; diferencia el ámbito del folklore del de la producción erudita y del de la cultura de masas sin distinguir los medios de comunicación que se utilizan para la transmisión; finalmente, centra la idea de folk en los miembros de una comunidad en cuanto que, como depositarios activos, utilizan el patrimonio de acuerdo con las reglas y leyes que dicta la comunidad, representada por su público, que ejerce una función controladora” (*Ibidem*). Y así, en este sentido, sostenemos que si se piensan las ferias desde el folklore se pueden analizar no ya como meros espacios de intercambios unilineales de tipo económico sino como “lugares” complejos de interacción e intercambios socio-culturales, cargados de significados,

¹⁶ Este comentario, donde se enfatizó la palabra “nuestro”, surgió a raíz de la publicación de un libro sobre la Feria, editado por parte del Proyecto Cultivos Andinos (financiado por el PNUD).

diferentes y cambiantes, que actúan sobre la composición y organización de la vida y del mundo social. Porque estas ferias son, al fin y al cabo, un complejo sistema significativo común de intercambio e interacción de bienes y signos en torno al cual, una diversidad de grupos sociales elaboran y reproducen significados y prácticas comunes y otras distintivas (Bergesio y Golovanevsky, ms). Por ello, aproximarnos a las ferias permite una mirada particular del entramado social que allí converge y obliga a interrogarnos sobre aquello que nos iguala y aquello que nos distingue, en definitiva sobre nuestra propia concepción de sociedad.

5. Bibliografía

- AUGE, Marc (1996) *Los "no lugares". Espacios de anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- BERGESIO, Liliana; GONZÁLEZ, Natividad y MONTERROSO, Roberto (2007) *Breve historia económica de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy-Argentina). Desde el período Prehispánico hasta el Siglo XX*. San Salvador de Jujuy: FUNDANDES/Colección Documentos Ecocomerciales.
- BERGESIO, Liliana y GOLOVANEVSKY, Laura (2008) *Economía andina. Análisis teórico para la Quebrada de Humahuaca*. San Salvador de Jujuy: FUNDANDES/Colección Documentos Ecocomerciales.
- BERGESIO, Liliana y GOLOVANEVSKY, Laura (ms) “¿Vamos a la feria? Una aproximación a la distinción social y los intercambios en Jujuy”. En: Ponencia presentada en las *IX Jornadas Regionales de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales*. San Salvador de Jujuy: FHyCS-UNJu; (Manuscrito, 2008).
- BIALOGORSKI, Mirta y FISCHMAN, Fernando (2002) “Una aproximación crítica a la dicotomía tangible/intangible en el abordaje del patrimonio cultural desde las nuevas perspectivas del folklore”. En: *Cuadernos*; N° 18. San Salvador de Jujuy: FHyCS-UNJu
- BIALOGORSKI, Mirta y FISCHMAN, Fernando (2004) “La asignatura Folklore en ámbitos académicos y de formación profesional. Prospección y perspectivas”. En: www.naya.org.ar/turismo/articulos/mirta_bialogorski_fernando_fischman.htm
- CASTRO, Hortensia y ZUSMAN, Perla (2007) “Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)”. En: *Espacio e Tempo*; N° 21. Sao Paulo: GEOUSP.
- CONTI, Viviana (2002) “Entre la plata y el salitre. Los mercados del Pacífico para las producciones del Norte argentino (1830-1930). En: CONTI, Viviana y LAGOS, Marcelo (comp.) *Una tierra y tres naciones. El litoral salitrero entre 1830 y 1930*. San Salvador de Jujuy: UNHIR/UNJu.
- FUNDANDES (2007a) “Análisis de incentivos económicos y no económicos e identificación de productos y oportunidades de mercado a través de la Feria de Sabores de Coctaca”. En: www.cultivosandinos.org.ar/eco-admin/informes/IT_04-07_FERIA_DE_COCTACA_2007
- FUNDANDES (2007b) “Herramientas para el desarrollo de mercados locales: Un análisis de estrategias comerciales en base a la segmentación de públicos de la Feria de Coctaca 2007”. En: www.cultivosandinos.org.ar/eco-admin/informes/IT_05-07_PUBLICOS_Y_MERCADOS
- JANOSCHKA, Michael y REBORATTI, Carlos (2003) “La movilidad de la población”. En: REBORATTI, Carlos (Coord.) (2003) *La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires: Editorial La Colmena.
- MADRAZO, Guillermo (1990) “El proceso enfiteútico y las tierras de indios en la Quebrada de Humahuaca”. En: *Revista Andes. Antropología e Historia*; N° 1. Salta: CEPIHA/UNSa.
- MADRAZO, Guillermo (1994), “Historia de un despojo: el indigenado del Noroeste argentino y su transformación campesina”. En: *Revista Andes. Antropología e Historia*; N° 6. Salta: CEPIHA/UNSa.
- MONTIAL, Jorge (1991) *Relatos de la gente, sus cultivos, sus comidas y recuerdos. Breve crónica de campesinos y migrantes rurales del Área Andina de la Provincia de Jujuy*. San Salvador de Jujuy: Pro-Huerta/INTA/Programa Social Agropecuario/Secretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- NIELSEN, Axel (2001) “Evolución social en Quebrada de Humahuaca (AD 700-1536)”. En: BERBERIÁN, Eduardo y NIELSEN, Axel (eds.) *Historia argentina prehispánica*; Tomo 1. Córdoba: Brujas.
- PAZ, Gustavo (2003) “Gran Propiedad y grandes propietarios en Jujuy a mediados del siglo XIX”. En: *Revista Cuadernos*; N° 21. San Salvador de Jujuy: FHyCS-UNJu.
- PRAT FERRER, Juan (2006) “Sobre el concepto de folklore”. En: *Oppidum*, N° 2. Segovia: Universidad SEK.
- PROVINCIA DE JUJUY (2002) *Quebrada de Humahuaca. Provincia de Jujuy. Propuesta para la inscripción a la lista de patrimonio mundial*. En: www.jujuy.gov.ar/quebrada
- RUTLEDGE, Ian (1987) *Cambio agrario e integración. El desarrollo del capitalismo en Jujuy: 1550-1960*. San Miguel de Tucumán: Proyecto ECIRA-IIT/FFyL/UBA-CICSO.

SICA, Gabriela; BOVI, María Teresa y MALLAGRAY, Lucía (2006) “La Quebrada de Humahuaca: de la colonia a la actualidad”. En: TERUEL, Ana y LAGOS, Marcelo (Directores) *Jujuy en la historia: de la colonia al siglo XX*. San Salvador de Jujuy: UNIHR/FHyCS-EdiUNJu.

REBORATTI, C.; GARCÍA CORDÓN, J.C.; ALBECK, M.; CASTRO, H. y ARZENO, M. (2003) “Una visión general de la Quebrada”. En: REBORATTI, Carlos (coord.) *La Quebrada*. Buenos Aires: La Colmena.