El Colegio de la Frontera Sur

Ferias de Chagras en la Amazonia colombiana, contribuciones a los conocimientos tradicionales, y al intercambio de productos de las asociaciones indígenas y de mujeres de Tarapacá

Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural

Unidad San Cristóbal

TESIS

Presentada como requisito parcial para optar al grado de Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural

Por

Pablo Emilio De La Cruz Nassar

2015

El Colegio de la Frontera Sur

San Cristóbal de las Casas, 10 de diciembre de 2015.

Las personas abajo firmantes, integrantes del jurado examinador de:

Pablo Emilio De La Cruz Nassar

hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada

Ferias de Chagras en la Amazonia colombiana, contribuciones a los conocimientos tradicionales, y al intercambio de productos de las asociaciones indígenas y de mujeres de Tarapacá

para obtener el grado de Maestro (a) en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural

Nombre	Firma
Director Eduardo Bello Baltazar	_____
Asesor Luis Eduardo Acosta Muñoz	_____
Asesora Erín I. J Estrada Lugo	_____
Asesor Guillermo Montoya	_____
Sinodal adicional Carla B. Zamora	_____
Sinodal adicional Antonio Saldivar	_____
Sinodal suplente Gerardo González	_____

A mi hijo Tomás, a mi esposa María Paula

que me acompañaron y apoyaron durante este trabajo.

Gracias por su paciencia y amor en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT; al Colegio de la Frontera Sur, ECOSUR y su director Mario González; al Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi y su directora Luz Marina Mantilla. Al Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO, a la Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá, ASMUCOTAR; Asociación de Autoridades Tradicionales de Tarapacá Amazonas, ASOAINTAM; Cabildo Mayor de Tarapacá, CIMTAR; Parques Naturales Nacionales PNN; al Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Al comité tutelar, Eduardo Bello, Luis Eduardo Acosta, Erín Estrada y Guillermo Montoya. A Cristina Guerrero, Claudia Hernández e Iván Rivera por su diligencia en la elaboración del Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional celebrado entre el Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi y El Colegio de la Frontera Sur ECOSUR. A los colegas Iván Ramírez, Victoria Lasprilla, Mario Pardo, William Lozano, María Paula Baquero, Jaime Barrera, Moisés Supelano, Nicolás Castaño, Artemio Cano, Yilson Beltrán, María Soledad Hernández, Sandra Castro, Ximena Bardales, Manuel Miranda, Misael Rodríguez, Klaudia Kardenas, María Paula Baquero, Gladis Angulo, Rodrigo Díaz, Angélica Herrera, María Constanza Ramírez, Sonia Uruburu, Ivett Peña, Jose Alfonso Lopez. A los líderes indígenas Fausto Borraez, Harold Rincón, Andrés Churai, Octavio Falcón, Héctor Gómez, Jair Rincón, Jaime Yágenes, Teófilo Ceita, Jesús Marín del Águila, Miguel Palma, Marcelino Noé Sanchez, Alci Gabino, Berlandi Gabino, Celina Tello, Nilida Mendoza, Anny Tapullima, Alba Tabares, Rosalvía Gomez, Adalgiza Ahuanari, Trinidad Polanía, Verónica Ferreira, Cindy Gómez, María

Sousa, Etelvina Sousa, Wilfredo Núñez, Luz Marina Manrique, Severino Tapullima. A los profesores de la IE Villa Carmen Cesar Duarte, Juliet Cano, Isidoro Marín. A Roberto Franco (q. e. p. d). A los profesores Luis García, Antonio Saldívar, Rolando Tinoco, Eduardo Naranjo, Ramón Mariaca. A todos los profesores, profesoras y compañeros con quien tuve la oportunidad de compartir durante el primer año de maestría en ECOSUR gracias por abrirme las puertas de sus pensamientos. Y a todos los que faltan en esta lista y que hicieron parte de este camino, muchas gracias.

PRESENTACIÓN

Llegué a Tarapacá por primera vez en julio de 2009, gracias a Adriana Correa que me contactó con Luis Eduardo Acosta, investigador y coordinador de la sede Leticia del Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi. En la conversación me explicó sobre una oportunidad de trabajo con unas mujeres, en un pueblo en medio de la selva amazónica, y sobre una fruta con un nombre divertido, no entendí muy bien de qué se trataba el trabajo, ni donde quedaba ese pueblo… tan solo dije -sí, estoy interesado-.

Adalguiza Ahuanari, a la cabeza de la asociación de mujeres de Tarapacá ASMUCOTAR, venía cooperando con el Instituto Sinchi en diferentes iniciativas relacionadas a la caracterización de abundancia y distribución de especies no maderables, con el objetivo de identificar aquellas con un potencial de mercado interesante, el proyecto debía resultar en la formación de una cadena de valor, de un fruto silvestre llamado camu camu (*Myrciaria dubia),* que requería el levantamiento de un plan de manejo, y permitiera generar la resolución de aprovechamiento por parte de la autoridad competente Corpoamazonia.

Ya en Tarapacá, corregimiento del Departamento del Amazonas en la frontera con Brasil, contraté mi alimentación en la casa de Claudia, una brasileña que cocinaba platos indígenas, colombianos, peruanos y brasileños a base de pescado, yuca (*Manihot esculenta*), plátano (*Platanaceae*), ají (*Capsicum*), carnes de monte (cacería), arroz, frijol, lenteja, azúcar (mucha azúcar). Estos platos tan exquisitos, a veces eran

acompañados por una bebida dulce industrializada que se le conoce como “Frutiño”, a la cual le agregan más azúcar.

Bebí esa agua saborizada con resignación durante algunos días, pero después dejé expresamente recomendado que cuando la hubiera, me la cambiaran por un vaso de agua lluvia, no podía aceptar que en un lugar donde existía tal variedad de frutas se acompañaran los almuerzos con una mezcla de anilinas y azúcar.

Le preguntaba a las cocineras si no era más fácil hacer un jugo de fruta cuando se tienen tantas, la respuesta, para mi decepción, era que no. Conseguir una fruta podría ser más dispendioso por el esfuerzo que implica traerla de la chagra, contra el económico precio del Frutiño, además, la economía de tiempo y esfuerzo para la preparación, eran argumentos a favor del agua saborizada.

Hice mis primeros esfuerzos por buscar fruta y fue cuando me di cuenta, que a pesar de la abundancia de frutas como guanábana *(Annona muricata)*, caimo (*Pouteria caimito)*, uva caimarona *(Pourouma cecropiifolia),* arazá *(Eugenia stipitata*), camu camu, azai *(Euterpe oleracea),* zapote (*Casimiroa edulis)*, limón, mandarina, bacaba *(Oenocarpus bacaba)*, banano, copoazu (*Theobroma grandiflorum*), entre otros, están en las chagras, lejos de las cocinas del pueblo, se acostumbran a comer en las mismas chagras y la única manera de acceder a estos productos es por encargo.

En Tarapacá no existe lo que en Colombia se conoce como una “plaza de mercado”. Me preguntaba si eso se daba porque los volúmenes de producción eran escasos, o porque el transporte de los productos que en algunos casos es a pie, o en canoa, o en bote, con unos costos excesivos de gasolina, impedían su rentabilidad; o si más bien,

existían razones culturales que restringían que las comunidades indígenas, mayores productores de alimentos, desarrollaran una labor de comercio de productos. Poco a poco, y con el tiempo, empecé a darme cuenta que esta distribución e intercambio sí se daba entre familias, y no era mediado por dinero.

A medida que el trabajo con la asociación de mujeres avanzaba, nuevos problemas aparecían en el camino. Uno de ellos, referente a la apropiación cultural, y valoración del camu camu. El mercado que se buscaba para la pulpa de camu camu estaba por fuera del Amazonas, en Bogotá, donde se esperaba que un comercializador de frutas exóticas, posicionara el producto ante un mercado exclusivo.

Como sociólogo del proyecto, cuestionaba el hecho que se buscara posicionar en el paladar de las clases altas bogotanas el sabor de una fruta exótica amazónica sin siquiera pensar que primero era necesario hacerlo en la población que lo iba a recolectar y transformar. Con esta inquietud, propusimos hacer dos talleres sobre transformación de camu camu en pulpa y mermelada en Puerto Nuevo y Puerto Huila. El objetivo era que las comunidades enriquecieran sus opciones de uso, no con el fin de venderlo, sino con el objetivo de comérselo en diferentes formas, valorarlo por lo nutritivo, y sobre todo, por el gusto.

En otras palabras si se habla de una cadena de valor, pues entonces, “el valor comienza por casa”. En economía, administración y sociología se habla mucho sobre qué es lo que le otorga valor a un producto, o a un proceso de transformación. Hay muchas teorías acerca de eso, pero para mí, en ese momento, agregar valor era

apreciar algo como propio, importante y necesario ¿Para que servía el camu camu entonces? ¿Porque era importante y necesario?

Estas preguntas, extendidas a la amplia variedad de alimentos que se pueden encontrar en la Amazonia fue lo que me picó para pensar en un punto de acopio de alimentos, donde se valorara la dieta tradicional de los pueblos y sus múltiples innovaciones. Considero importante comer bien, lo que el paladar disfruta, o lo que la mente pueda interpretar como un momento nutritivo de gozo, y de compartir con otros. La gastronomía es un sector donde la innovación es constante. Todo el tiempo las cocinas son verdaderos laboratorios de experimentación química, la alimentación no es estática y siempre se está transformando, sin importar si se la conoce como tradicional, moderna, o hibrida, es un campo infinito de posibilidades.

En resumen, la idea inicial de las Ferias de Chagras era organizar jornadas de encuentro alrededor de una muestra de productos traídos de las chagras y de la selva, cualquiera sea su presentación. Si bien el Instituto Sinchi tomó la iniciativa para su organización anual, quedó el compromiso que las asociaciones fueran cada vez más protagonistas no solo a la hora de intercambiar, vender, bailar y gozar, sino también organizar, echarse al hombro la logística del evento, y la responsabilidad de convocar.

Así en el 2012 y 2013 se llevaron a cabo las dos primeras Ferias de Chagras y la Selva. También se hizo un trabajo de visualización sobre cuál sería el punto ideal para la ubicación del mercado local, o mercado indígena, se referenció un lote ubicado en una calle céntrica y comercial del pueblo, cerca del puerto y por fuera de la zona inundable. Este lote está a cargo de la Gobernación del Amazonas, donde hace muchos años

funcionó el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IDEMA), una cooperativa de alimentos que desapareció a mediados de los años 90. Se enviaron algunas cartas a la gobernación para solicitar este lote en comodato, pero hasta la fecha no han sido contestadas.

¿Qué es lo que queda por delante? Primero que todo este trabajo tiene tres frentes: uno administrativo, en el cual deben participar las organizaciones locales con el Instituto Sinchi para oficializar el espacio donde vendría a funcionar el mercado fijo. El segundo, de acción participativa, de trabajo con las organizaciones locales y el Instituto Sinchi para la consolidación de la Feria de Chagras, como un evento que simbolice, y evoque, los valores que se persiguen en torno a la revalorización del conocimiento tradicional como forma de acceso a una alimentación diversificada, sana y sabrosa. Y el tercero, investigativo, de búsqueda y análisis de información primaria que nos permita visualizar las mejores estrategias para fortalecer el intercambio de productos de la agrobiodiversidad en la Amazonía colombiana.

El presente trabajo inicia con una revisión conceptual (Capítulo II) de los principales aportes de la antropología económica en cuanto a intercambio y comercio en comunidades indígenas; luego, se recogen los antecedentes de diferentes estudios en el noroeste amazónico que describen cómo los indígenas se adaptan a medios urbanos, y cómo esto ha transformado profundamente sus prácticas tradicionales con respecto a la alimentación y la producción agrícola. Se revisan estudios que relacionan las ferias con el manejo y uso de la agrobiodiversidad, y como espacios de diversidad cultural y prácticas de mercado que transforman la identidad indígena.

La metodología (Capítulo III) incluyó una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, no fue propósito de este estudio lograr muestras estadísticamente representativas, sino construir desde diferentes instrumentos de medición datos que nos permitieran aproximarnos a los objetivos propuestos. Para esto, se emplearon diarios de consumo, encuestas semiestructuradas, se realizaron conversatorios y talleres dinamizados por un juego diseñado específicamente para este trabajo.

De la aplicación de los instrumentos se obtuvieron resultados (Capítulo IV) que describen, primero, las percepciones de señoras pertenecientes a las asociaciones indígenas y de mujeres sobre las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales, intercambio y comercialización de productos. Segundo, la participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad, y tercero, los principios y bases para la consolidación de ferias, mercados justos y solidarios en Tarapacá.

La discusión (Capítulo V) de los resultados analiza las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales, intercambio y comercialización local de productos, a la vez que aporta elementos de análisis que apoyan la consolidación de un espacio fijo de mercado, y se listan una serie de recomendaciones prácticas para esto. Al final, las conclusiones (Capítulo VI) resumen los principales hallazgos de la investigación, simultáneamente que abre nuevas perspectivas de análisis ante la participación de las comunidades en mercados solidarios, justos y su proyección ante mercados externos llamados verdes, ecológicos, alternativos y sus discusiones en cuanto a las transformaciones en los conocimientos tradicionales.

INDICE

I. RESUMEN 16
II. INTRODUCCION 18
1. Ubicación geográfica 26
2. Enfoque teórico 28
2.1 Aportes desde la antropología económica: Comercio, trueque e intercambio en comunidades indígenas 28
3. Antecedentes 36
3.1 Intercambios alimentarios en la Amazonia colombiana 36
3.2 Las ferias y los conocimientos tradicionales 52
3.3 Ferias y agrobiodiversidad 54
3.4 Conocimientos tradicionales en la Amazonia colombiana 56
3.5. Las Ferias de Chagras en Tarapacá 72
4. Justificación y problema de investigación 77
5. Objetivos 79
5.1 Objetivo general 79
5.2. Objetivos específicos 79
III. METODOLOGIA 80
1. Posición epistemológica y estrategia metodológica 82
1.1 Diarios de consumo 84
1.2 Encuesta semiestructurada 85
1.3 Conversatorios, talleres y observación participante 85
IV. RESULTADOS 89
1. Percepciones sobre las contribuciones de las Ferias de Chagras a los conocimientos tradicionales y al intercambio y comercialización de productos de la agrobiodiversidad 90
2. Contribuciones de las organizaciones de mujeres a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos 97
3. Participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad: Conseguir la comida en Tarapacá 104
3.1 Los intercambios por redistribución y reciprocidad 109

3.2 La comercialización de productos 112
3.3 Ferias y miniferias 117
4. Principios y bases para la consolidación de ferias, mercados justos y solidarios en Tarapacá 120
V. DISCUSIÓN 124
1. Contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos. 124
2. Elementos para la consolidación de un espacio fijo de mercado en Tarapacá 133
3. Recomendaciones 140
4. Análisis FODA 144
VI. CONCLUSIONES 147
VII. LITERATURA CITADA 156
ANEXOS 164
1. Formatos instrumentos de investigación 164
1. Etnografía grupos de mujeres 164
1.1 Grupo de sabedoras Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ 164
1.2 Asociación de Mujeres Ariana de Puerto Nuevo 170
1.3 Coordinación de mujeres de ASOAINTAM 175
1.4 Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá, ASMUCOTAR. 180
2. Conversatorio sobre el origen del “día del campesino” 192

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Percepción sobre el objetivo de la Feria de Chagras. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015 92
Figura 2. Beneficios ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 94
Figura 3. Frecuencia ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015 95
Figura 4. Actividades posibles ferias Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 97
Figura 5. Forma de adquisición de productos locales. Fuente: Diarios de consumo. Tarapacá 2015. 104
Figura 6. Lugar de adquisición de productos locales comercializados. Fuente: Diarios de consumo. Tarapacá 2015. 105

Figura 7. Distribución de productos locales consumidos por familia según forma de adquisición. Fuente: Diario de consumo. Tarapacá 2015. 106
Figura 8. Comercializadores de productos locales en Tarapacá. Fuente: Diario de consumo. Tarapacá 2015. 107
Figura 9. Venta de productos de la chagra. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 107
Figura 10. Destino venta de productos de la chagra. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 108
Figura 11. Productos de la chagra comercializados. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 108
Figura 12. Participación en mingas. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 110
Figura 13. Grupo social de participación en mingas. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 110
Figura 14. Productos ofrecidos en las ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 118
Figura 15. Productos sugeridos con mayor demanda en las ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015. 119

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Area de cobertura Tarapacá, Amazonas. Fuente: Instituto Sinchi..... 26
Imagen 2. Mapa político de Tarapacá, Amazonas. Fuente: Sinchi 2014..... 27
Imagen 3. Departamento de Amazonas, Colombia. Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi..... 44
Imagen 4. Iconografía juego de la feria. 88

LISTA DE FOTOS

Foto 1. Foto aérea Tarapacá. Fuente: Google Earth 2014. 28
Foto 2. Cultivo de yuca (Manihot Esculenta). Puerto Nuevo 2013. Fuente: Pablo De La Cruz. 61
Foto 3. Quema de chagra. Puerto Nuevo 2013. Fuente: Pablo De La Cruz..... 62
Foto 4. Maloca Uitoto. Cabildo Alto Cardozo, resguardo UITIBOC 2013. Fuente: Natalia Peláez. 66
Foto 5. Ritual de icaración. Buenos Aires resguardo Cotuhé Putumayo 2012. Fuente: Pablo De La Cruz 67
Foto 6. Feria de Chagras y la Selva. Tarapacá 2013. Fuente: Pablo De La Cruz. 72

Foto 7. Muestra de productos en la Feria de Chagras y la Selva. Tarapacá 2013. Fuente: Pablo De La Cruz. 75
Foto 8: Pancarta promocional feria. Tarapacá 2014. Fuente: Iván Ramirez..... 78
Foto 9: Fariña traída de Puerto Arica por Elicidi Payeu para la comercialización. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz. 106
Foto 10: Vendedores de pescado recorren las calles. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz. 116
Foto 11. Plato típico taparasca. Centro Cardozo 2015. Fuente: Iván Ramirez..... 119
Foto 12. Plato típico mojojoi. Tarapacá 2013. Foto: Pablo De La Cruz. 120
Foto 13. Anuncia Gómez y Alba Tabares, vivero del grupo de Mujeres Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ. Alto Cardozo 2015. Fuente: Pablo De La Cruz. 166
Foto 14. Familia de la señora Ana Ramos. Puerto Nuevo 2014. Fuente: Anny Tapullima. 172
Foto 15. Wilfrido Núñez de la comunidad de Puerto Nuevo en la chagra comunitaria sembrada de yuca. Puerto Nuevo 2015 Fuente: Pablo De La Cruz. 173
Foto 16. Familias de Puerto Nuevo en la chagra de la señora Ana Ramos de la comunidad de Ventura 2014. Fuente: Anny Tapullima. 173
Foto 17. Venta de Fariña de la comunidad de Puerto Nuevo Día de la Agricultura, Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz. 174
Foto 18. Reunión con la coordinación de mujeres de ASOAINTAM. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz. 180
Foto 19. Dibujos de las chagras de las señoras de ASMUCOTAR. Tarapacá 2015. Foto: Anny Tapullima. 189
Foto 20. La Asociación de Mujeres con funcionarios del Instituto Sinchi en la III Feria de las Chagras y la Selva. Tarapacá 2014. Fuente: Iván Ramirez. 189

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Contribuciones de organizaciones de mujeres a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos. 100
Tabla 2. Análisis FODA de los aspectos sociales, económicos, culturales y políticos para implementar un mercado fijo en Tarapacá. 145
Tabla 3. Variedades de yuca brava recuperadas por la comunidad de Puerto Nuevo. 170

I. RESUMEN

Se reflexiona sobre las contribuciones de las Ferias de Chagras a los conocimientos tradicionales de familias de Tarapacá, y se proponen, desde esta experiencia, elementos que nos encaminen hacia la construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo y urbano, para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá.

El área de estudio es el centro urbano de Tarapacá, se analiza información proveniente de métodos cualitativos y cuantitativos. Se encontró que las Ferias de Chagras contribuyen a revalorar conocimientos indígenas asociados a las cocinas tradicionales, las manifestaciones culturales y artísticas, y, en especial el papel de las mujeres para generar cadenas de valor de productos de la chagra y hacer aprovechamientos de recursos del bosque. Al final se concluye que las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales y sus beneficios económicos podrían consolidarse por medio de un espacio fijo de mercado, abriendo una mayor participación de las organizaciones indígenas y de mujeres en el intercambio y comercialización local de productos.

Palabras clave: Ferias, mercados, conocimientos tradicionales, autonomía alimentaria, organizaciones indígenas y de mujeres, Amazonía-Colombia.

ABSTRACT

It reflects about the contributions of Chagra's Fairs to the families' traditional knowledge of Tarapaca, and proposes, from this experience, elements that will lead us towards

building solidarity and fair market, in a fixed urban space for exchange and marketing of local products in Tarapaca.

The study area is the center of Tarapaca. It analyzed information from qualitative and quantitative methods. It was found that the Chagras Fairs contribute to reassess indigenous knowledge associated with traditional foods, artistic cultural events, and especially the role of women to generate value chains products and use of forest resources. At the end, it was concluded that the contributions of fairs to traditional knowledge and economic benefits could be consolidated by means of a fixed market space, opening a greater participation of indigenous and women's organizations in the exchange and local marketing of products.

Keywords: Fairs, markets, traditional knowledge, food autonomy, indigenous and women's organizations, Amazon-Colombia.

II. INTRODUCCION

En la Amazonia colombiana, organizaciones indígenas y de mujeres de Tarapacá, el Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS), trabajan en la implementación de Ferias de Chagras[1] para empoderar iniciativas basadas en principios de economía solidaria y mercados justos como alternativa a las economías extractivas que han operado históricamente en la región, y que han sometido a la población indígena a economías de endeude, pérdida de agrobiodiversidad, y desestructuración de sus modos tradicionales de vida, poniendo en peligro la transmisión de sus conocimientos tradicionales.

Las Ferias de Chagras es un evento que se ha realizado anualmente en el corregimiento[2] de Tarapacá en el cual participan familias afiliadas a las asociaciones indígenas y de mujeres. En este se exhiben productos de las chagras, comidas tradicionales, y artesanías para el intercambio y venta. La jornada, por lo general de dos días, incluye presentaciones culturales de los pueblos indígenas, obras artísticas como pinturas, música en vivo, juegos y concursos. La Feria tuvo su primera edición en el 2012 cuando se implementó el proyecto "Incorporación del Conocimiento Tradicional Asociado a la agrodiversidad en agroecosistemas colombianos. PNUD GEF MADS Sinchi (2012-2014)" durante esos años se levantó información biológica y etnobotánica de la agrobiodiversidad presente en las chagras, y por eso mismo, su atención se focalizó en el lugar donde se investiga y aprende sobre la abundancia, ciclos de siembra y cosecha de plantas, frutas, palmas, y tubérculos: la chagra (Sinchi, 2014).

Después de cuatro años de trabajo entre las organizaciones locales y el Instituto Sinchi surge la pregunta ¿cómo la organización de Ferias de Chagras ha contribuido a los conocimientos tradicionales de las comunidades y grupos de mujeres de Tarapacá? y a partir de esta experiencia ¿cómo aportamos elementos que nos encaminen hacia la construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo, urbano para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá?

Esta información, por un lado, puede proporcionar herramientas útiles a las organizaciones e instituciones interesadas en el avance de propuestas que busquen una mayor autonomía alimentaria de los pueblos indígenas y reducir su dependencia de productos agroindustriales, y, segundo, aporta elementos teórico prácticos para consolidar estrategias agroalimentarias sustentables en la Amazonia colombiana.

El concepto de conocimiento tradicional lo tomamos como aquel que "garantiza el uso, manejo y permanencia de la agrobiodiversidad, base del bienestar humano en términos de la abundancia" (Acosta, 2013:26). Este concepto se fundamenta en la Ley de Origen de los pueblos indígenas, en palabras del abuelo de la etnia uitoto Teófilo Ceita del cabildo Alto Cardozo, "la que garantiza un gobierno, la convivencia y el derecho a la vida de todos los seres de ese pueblo"(ASOAINTAM & Sinchi, 2012:34).

Las organizaciones locales aspiran a que la feria de pie a una mayor participación de las familias indígenas en el intercambio y comercio local de productos de la agrobiodiversidad, ya que Tarapacá no cuenta con un lugar fijo de mercado para que los productores intercambien o vendan. De este modo la Feria de Chagras puede verse como un proceso de construcción de un mercado solidario, pluricultural y regulado, que

busca integrar las interacciones de intercambio de alimentos entre los pobladores del casco urbano y en las comunidades de los ríos Cothué y Putumayo (ASMUCOTAR, 2013; Gallego, 2014; Sinchi, 2014).

En este sentido, esta tesis considera útil encaminar acciones culturales y organizativas que afiancen las dinámicas económicas y sociales que nutren de sentido estas ferias en el contexto local, detenerse a pensar en el carácter social, comunitario y económico que puede fundamentar dicho espacio, establecer el tipo de economía que se promoverá a partir de su creación y funcionamiento, siendo esta una oportunidad para el fortalecimiento de "economías solidarias basadas en el trabajo y no en el capital, en el florecimiento personal y colectivo y no la acumulación infinita" (Jiménez Larrarte, 2013:58) tal como pretende la Propuesta de Política Pública Pluricultural para la Protección de los Sistemas de Conocimiento tradicional Asociado a la Biodiversidad en Colombia (Gallego, 2014).

El trabajo de campo se efectuó entre los meses de abril, mayo y junio de 2015. Durante este periodo se recogió información concerniente a las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales. Los objetivos iniciales apuntaban, primero, a evaluar participativamente como la organización de la Feria de Chagras ha contribuido a la construcción de acciones orientadas a la regulación sobre el acceso y participación de los beneficios de la agrobiodiversidad para consolidar el acceso a los conocimientos tradicionales, los intercambios y comercio local de productos de la agrobiodiversidad.

Y segundo, a evaluar participativamente como la organización de la Feria de las Chagras y de la Selva ha contribuido a generar acciones para la socialización

intergeneracional e intercambios de saberes tradicionales como historias, manejo de plantas, semillas, chagras, ciclos de siembra, entre otros, para garantizar la transmisión de los conocimientos tradicionales, los intercambios y comercio local de productos de la agrobiodiversidad.

Dentro de estos objetivos se pretendía analizar los acuerdos internos de las organizaciones, cabildos y comunidades, convenios apoyados por instituciones, organización de intercambios de semillas, organización de fiestas tradicionales, mingas, y prácticas de chagra, estos objetivos se enfocaban en las asociaciones como unidad de análisis, pero en la aplicación de los instrumentos surgieron evidencias que llevaron a tratar la información de otra manera.

La metodología de la investigación en un principio no discriminó la población por género, pero el mismo curso de la experiencia indicó que las encuestas y diarios de consumo serían instrumentos más provechosos si se trabajaban con mujeres. Se encontró que existe una marcada diferencia entre la participación de hombres y mujeres en la organización de ferias, y por lo tanto, en la contribución a los conocimientos tradicionales, intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad. El centro de las ferias ha sido la chagra y la comida, escenarios donde las mujeres tradicionalmente han cumplido funciones como conocedoras, administradoras y trabajadoras. Por eso, esta investigación resalta el papel de las mujeres, y ejemplifica las contribuciones de cuatro casos de organizaciones de mujeres que han participado en ferias, a funcionalizar y resignificar algunos conocimientos tradicionales en el intercambio y comercialización local de productos. Este viraje es una forma de estar atentos, como investigadores, a lo que ocurre en el proceso de investigación.

De esta manera, como acciones orientadas a la regulación sobre el acceso y participación de los beneficios de la agrobiodiversidad para consolidar el acceso a los conocimientos tradicionales, los intercambios y comercio local de productos de la agrobiodiversidad se evaluó (mediante entrevistas, talleres y conversatorios) el papel de las mujeres, y en particular de sus formas organizativas para promover estrategias que garanticen el acceso a los beneficios de los conocimientos tradicionales en el intercambio y comercialización de productos locales.

Según sus respuestas surgieron las categorías emergentes de: ventas, compartir, conocimientos nuevos y tradición; y como beneficios surgieron las categorías de: económicos, o sea monetarios; de aprendizaje; y relaciones con otros, sean estos indígenas de otras comunidades, o representantes de instituciones. En cuanto a las acciones orientadas para garantizar la transmisión de los conocimientos tradicionales, y la socialización intergeneracional, se indagó por las actividades culturales (bailes, cantos, historias), artísticas (música, pintura) y entretenimiento (juegos, concursos) que las señoras desean ver con más frecuencia durante las ferias.

Esta tesis aborda los principales aportes teóricos de la antropología económica para la comprensión de las economías tradicionales y los mercados locales. Se resaltan los aportes de Sahlins y Polanyi en cuanto a la definición de la acción económica como parte de un sistema social basado en la reciprocidad y la centralidad (Polanyi, 1989; Sahlins, 1983). Esta reflexión, nos permitirá construir un modelo teórico para abordar la lógica del valor en economías tradicionales. Se presenta la idea de intercambio (Siegal, 1965) y de mercado como un constructo hipotético que puede dar luces sobre la forma

como los modos de vida indígena conciben tradicionalmente la acción económica, y cómo se regula a través de las relaciones sociales.

Luego, se establecen algunos antecedentes históricos sobre la existencia de conglomerados urbanos en la Amazonia prehispánica (Franco, 2012; Góes Neves, 2013; Mann, 2006). Esta revisión histórica, invita a desmarcarnos de la falsa idea de que sólo con el contacto entre indígenas y mestizos el comercio fue posible en la Amazonia. Se resalta que desde antes, existieron aglomeraciones urbanas, y las diferentes etnias practicaron actividades de intercambio, trueque, y comercio intertribal.

Después, se presenta una revisión de recientes estudios en la Amazonia suramericana. Se indaga la relación entre mercados locales y prácticas tradicionales, y específicamente, cómo se manifiesta en un intercambio o comercio de una diversidad de productos de la agrobiodiversidad. Se revisó literatura sobre Belem do Para (de Robert & van Helthem, 2008), ubicado en la desembocadura del Río Amazonas; São Gabriel da Cachoeira, en el alto Rio Negro (Eloy & Le Tourneau, 2009; Eloy, 2008); corregimiento de la Pedrera sobre el Río Caquetá (Fontaine, 2002); Leticia (Mora de Jaramillo, 2012) y Puerto Nariño sobre el Río Amazonas (Peña-Venegas, Valderrama, Acosta, & Pérez, 2009; Yagüe, 2013); corregimiento de la Chorrera sobre el río Igará Paraná (Acosta *et. al*., 2011) y corregimiento de Tarapacá sobre el río Putumayo (Hernández *et. al*., 2010) .

El objetivo de esta revisión bibliográfica fue:

i) Obtener evidencias sobre cómo las comunidades indígenas en la Amazonía suramericana participan del intercambio y el comercio local desde mercados locales, redes alimentarias, y mercados indígenas.

ii) Establecer puntos de vista sobre los procesos de urbanización y las adaptaciones culturales al comercio, producción de excedentes y sus consecuencias en los conocimientos tradicionales.

iii) Comparar asentamientos humanos donde las diferentes condiciones de urbanización y el grado de integración de las comunidades indígenas a las economías de mercado, establecen ciertas tendencias en cuanto a la consolidación de estrategias alimentarias locales que incluyan a la producción indígena y su articulación con canales de intercambio y comercio.

iv) Establecer cómo las redes alimentarias, los mercados locales o indígenas, son parte de una estrategia para el sostenimiento de una diversidad alimentaria basada en los conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad.

Se estudian las ferias, como espacios que representan con precisión la tensión que se ha creado entre los intentos por integrar economía y cultura, y los intentos por reducir lo cultural a un valor agregado. Estas tensiones revelan importantes lógicas de producción del capitalismo contemporáneo asociadas a la nueva economía de servicios y a la llamada economía de experiencias (Montenegro, 2012)

Se revisan los aportes de las ferias al manejo de la agrobiodiversidad en países como Cuba (de la Fé, Ríos, & Ortiz, 2003), Perú (Díaz, Alva, & Flores, 2003), Benín (Baco, Biaou, Pinton, & Lescure, 2007), Vietnam (Pit, Rijal, Ngoc, & Jarvis, 2003), Nepal

(Adhikari *et. al*., 2005) y Zimbawe (Rusike, Mujaju, Zinhanga, & Mafa, 2003) donde se conocen como Ferias de Diversidad («Foires de Diversité» o «Diversity Fairs»). Estos estudios resaltan cómo las ferias contribuyen a i) institucionalizar las ferias de diversidad en intervalos regulares; ii) desarrollar bancos de germoplasma comunitarios; iii) promover la selección e intercambio de semillas por los mismos productores, y iv) distribuir la nueva diversidad (Pit *et. al*., 2003).

En los años 2012, 2013 y 2014, se realizaron en Tarapacá las primeras Ferias de Chagras y la Selva. Las organizaciones locales y el Instituto Sinchi, consideran que el fomento de estas ferias son un mecanismo favorable para: i) el fortalecimiento de algunos conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad; ii) resaltar la importancia dentro de las comunidades por una mayor autonomía alimentaria; iii) una forma de agregarle valor a las actividades agrícolas, artesanías y a las cocinas tradicionales; iv) una alternativa de empoderar capacidades en las comunidades indígenas para sostener e instrumentalizar mercados justos en el marco de una oferta y demanda de una economía capitalista; y v) una manera de conservar la agrobiodiversidad de los ecosistemas (Sinchi, 2014).

Al final se concluye que las Ferias de Chagras contribuyen a revalorar conocimientos indígenas asociados a las cocinas tradicionales[3], las manifestaciones culturales, educativas y artísticas, y en especial el papel de las mujeres para generar cadenas de valor de productos de la chagra y hacer aprovechamientos de recursos del bosque. Las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales y sus beneficios económicos podrían consolidarse por medio de un espacio fijo de mercado, abriendo

una mayor participación de las organizaciones indígenas y de mujeres en el intercambio y comercialización local de productos.

1. Ubicación geográfica

El área de estudio es el centro urbano de Tarapacá como principal nodo de intercambios y comercialización de productos entre las comunidades de los resguardos Uitiboc y Cothué Putumayo, también se recogió información en las siguientes comunidades: Cabildo Peña Blanca, etnia Bora; Cabildo Centro Tarapacá, multiétnico; Cabildo Bajo Cardozo, etnia Tikuna; Cabildo Centro Cardozo, etnia Cocama; Cabildo Alto Cardozo, etnia Uitoto; Ventura; y Puerto Nuevo.

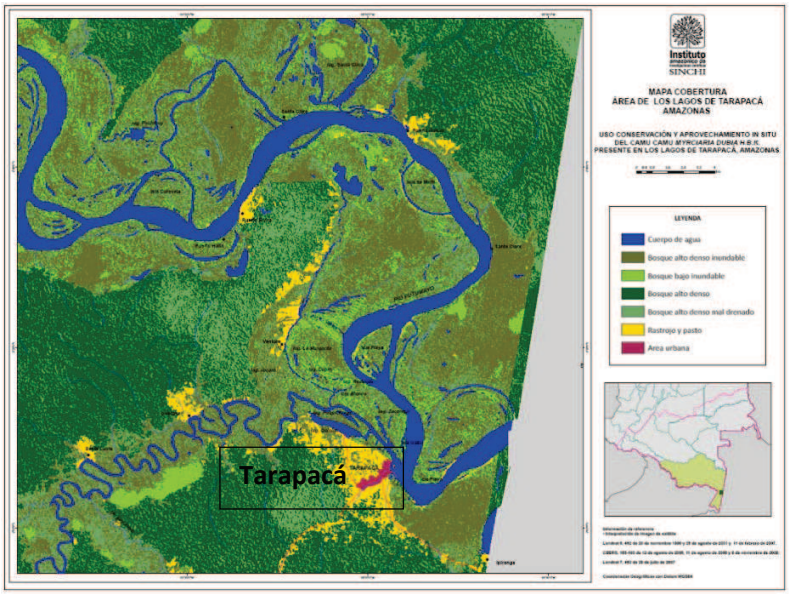

Imagen 1 Area de cobertura Tarapacá, Amazonas. Fuente: Instituto Sinchi

La cabecera de Tarapacá está ubicada a 02º 51' 23" de Latitud Sur y 69º 46' 04" de Longitud Oeste en el noroeste amazónico suramericano. Ubicado al sur de Colombia en el Trapecio Amazónico, sobre la banda oriental que colinda con Brasil, el casco urbano de Tarapacá está a 150 km de Leticia, la capital del departamento del Amazonas. El área incluye una Zona de Reserva Forestal, dos Parques Naturales, y dos Resguardos Indígenas. Las áreas rural y urbana de Tarapacá abarcan una extensión de 423.648,57 hectáreas.

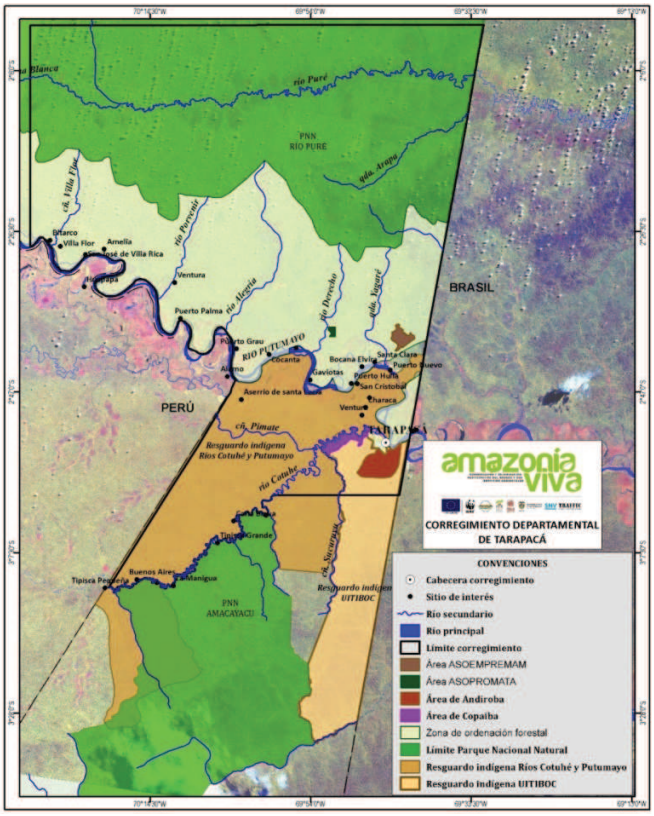

Imagen 2: Mapa político de Tarapacá. Fuente: Instituto Sinchi 2014.

Según el Censo de 2005 (Castro, 2009) Tarapacá cuenta con 3775 habitantes. El 51.3% habita en la zona urbana, y el 48.7% en 9 comunidades sobre el rio Cotuhé y Putumayo (Hernández *et. al.*, 2010). En la jurisdicción del resguardo Cotuhé-Putumayo, resguardo Uitiboc y cabecera corregimental de Tarapacá se encuentran 10 pueblos indígenas; desigualmente distribuidos entre Tikuna, Uitoto, Bora, Cocama, Yagua, Macu, Inga, Okaina, Nonuya y Andoque, que superan los 2202 habitantes. Se encuentran igualmente los Parques Naturales Nacionales Amacayacu y Río Puré (ASOAINTAM & Franco, 2007). El 59% de

la población de Tarapacá es de origen indígena, la composición de la población en el casco urbano es crecientemente mestiza, lo que ha favorecido el uso del español y la introducción de actividades económicas diferentes a las tradicionales.

Foto 1. Foto aérea Tarapacá. Fuente: Google Earth 2014.

2. Enfoque teórico

2.1 Aportes desde la antropología económica: Comercio, trueque e intercambio en comunidades indígenas

El pensamiento económico del siglo XIX, bajo la perspectiva del pensamiento liberal, asumió a las economías de los pueblos aborígenes e indígenas como poco evolucionadas y destinadas a ser reemplazadas por otras. Los primeros antropólogos que estudiaron las economías indígenas traían en sus mentes varios modelos teóricos. La visión del “bárbaro” se mezclaba con la del “buen salvaje”, y con base en estas dos percepciones se construyeron los primeros modelos funcionales para explicar la estructura de las sociedades tradicionales (Geertz, 2003).

El pensamiento económico dominante del siglo XIX concebía a las “sociedades tradicionales” como formaciones sociales sin una estructura productiva suficiente para forjar excedentes mercantiles. Desde el siglo XV, países colonialistas conquistaban tierras para abrir mercados con capacidad de crecimiento. La búsqueda de recursos y pueblos para dominarlos y explotarlos forjó una historia singular por el encuentro entre europeos, amerindios y africanos. Según estos teóricos como Redfield y Tonnies esas tribus eran personas sometidas a realidades ambientales que condicionaban sus bajos niveles de productividad y evolución tecnológica (Polanyi, 1989).

Con la certeza que tal afirmación no solo era debatible sino sospechosa de ser ideologizada, la antropología inició su camino disciplinar como ciencia especializada (Graeber, 2001). Desde finales del siglo XIX, antropólogos como Malinowski y Durkheim, emprendieron tareas que alcanzaron el mérito de convertirlos en padres fundadores de la antropología. En la primera década del siglo XX era ya abundante la información sobre pueblos indígenas. Mientras crecían las etnografías e informes sobre pueblos cada vez más alejados de la civilización occidental, más se expandían las explotaciones de recursos naturales de países europeos alrededor del mundo (Sahlins, 1983).

Aunque los esfuerzos por acercarse a otros pueblos de manera antropológica pretendiera separarse de algunos prejuicios históricos de dominación entre colonos y colonizados, el resultado fue casi el mismo: estudiarlos, saber de ellos, quienes son, donde están, que hacen. Este afán vino acompañado de un esfuerzo de los primeros antropólogos por lograr una cierta autonomía disciplinar que los desmarcó de la influencia de las teorías de la economía de Adam Smith, Marx, y en general de un

“evolucionismo social” que se impregnó en autores como Spencer y Morgan. Con el tiempo, se fueron consiguiendo más datos, se enriquecieron los enfoques metodológicos por comprender a las tribus y grupos nativos como poseedores de unos valores específicos, de una historia particular.

Por otro lado, desde los aportes de la sociología también se hicieron esfuerzos importantes para caracterizar y comprender las economías tradicionales y sus sistemas de producción. Marx y Weber, aportaron importantes puntos de vista. Para ellos, las economías primitivas eran aquellas en las que las relaciones sociales aún no se habían diferenciado de una condición estamental, o natural, que permitiera producir la venta de la fuerza de trabajo, y la generación de plusvalía (Graeber, 2001). A Weber se le abona el hecho de tener en cuenta los valores y las creencias como orientadores de formas específicas de acciones económicas (Bourdieu & Wacquant, 2005).

Evidentemente lo que más obsesionó a estos dos sociólogos fue el capitalismo, razón por la cual las economías primitivas fueron tratadas como una comparación generalizada a las relaciones capitalistas, o a la racionalidad occidental. Sobre estos puntos de vista difícilmente se puede dar cuenta de las particularidades de la economía tradicional como un modo *sui generis* de organizar la producción.

Desde la escuela marxista, también surgieron diversas conceptualizaciones y puntos de vista en torno a la economía campesina, o precapitalista. Por una parte, los marxistas ortodoxos aseguraban la desaparición del campesinado (descampesinistas) y su conversión en proletarios por las leyes objetivas del desarrollo (Newby & Sevilla-Guzman, 1983). Por otra parte, estaban quienes veían en el campesinado un grupo

social *sui generis* que no puede ser analizado con las categorías propias del desarrollo capitalista, pues estos constituyen una manera subjetiva de organizar la producción.

La sociología rural, analizó las relaciones sociales en economías tradicionales como las interrelaciones de intercambio entre la unidad doméstica (familiar y/o comunitaria) y las unidades de producción. La unidad doméstica son las relaciones de parentesco donde tiene lugar la reproducción de la familia, está sujeta al régimen demográfico, y determina el potencial de fuerza de trabajo aplicable a la producción y el consumo de los miembros, que permita su reproducción biológica y social. Mientras que la unidad de producción representa las relaciones económicas donde se combinan los factores de producción, las tecnologías, productos agrícolas, manufacturas y servicios (Newby & Sevilla-Guzman, 1983).

Cabe anotar, que los aportes de la sociología rural de carácter estructuralista miraban más hacia el estudio de los campesinos, que de las poblaciones indígenas. Para algunas fracciones del indigenismo, los campesinos son un grupo social que no le interesa reivindicar la memoria ancestral de los abuelos, sino que se inclina más por adoptar modos de vida urbanos. La historia americana se marca por esta diferencia, entre quienes se mezclaron con los españoles, y quienes no, entre quienes prefieren aprender el español, el inglés o el portugués que su lengua nativa (Gros, 2013).

En la escuela de Antropología Económica, a Karl Polanyi se le reconoce como fundador de la teoría substantivista. A pesar de su cercanía a modelos teóricos provenientes del biologicismo, Karl Polanyi, postulaba dentro de sus líneas teóricas: (1) desarrollar una teoría económica de la evolución, (2) demostrar que la teoría económica neoclásica no

aplicaba al tipo de sociedades que la antropología intentaba analizar, y (3) establecer la presencia de la economía como un aspecto del sistema social, aun en las sociedades más simples y no monetarizadas (Nash, 1967).

Para Siegal (1965), la mayoría de trabajos de la antropología económica trataron con sistemas de intercambio. El intercambio es evidentemente un aspecto universal y relevante del comportamiento económico, cualquiera sea el concepto que se tenga del aspecto económico. El teatro favorito para presenciar estas relaciones es el mercado. La obsesión de la economía ha sido la modelización de mercados, éste le permite integrar en el análisis relaciones que se definen económicamente: intercambio, trueque, venta, regalo, favor.

Las discusiones de si el mercado era un destino naturalizado en todo grupo social, o más bien un producto histórico de relaciones irreductible a las categorías de la economía clásica, llevó a muchos economistas, antropólogos, sociólogos e historiadores a concluir que no es posible comprender la economía sino se tienen en cuenta las relaciones sociales que las engloban.

Para Polanyi (1989) los estudios antropológicos e históricos, concluían que:

> El hombre actúa, no tanto para mantener su interés individual de poseer bienes materiales, cuanto para garantizar su posición social, sus derechos sociales, sus conquistas sociales. No concede valor a los bienes materiales más que en la medida en que sirven a este fin (Polanyi, 1989: 89).

Polanyi (1989), le atribuye a la reciprocidad y la redistribución la capacidad de asegurar el funcionamiento de un sistema económico en las sociedades tradicionales o

primitivas. De esta manera se asegura el campo de la producción y la distribución, teniendo en cuenta que en éstas la economía no constituye una institución separada del sistema social. Esto se logra por la simetría y la centralidad, es decir, que la producción y la redistribución están reguladas por un jefe, o cacique.

El mercado, para Polanyi (1989), es un lugar de encuentro con fines de trueque o de compraventa, y en la medida en que está atado a un móvil que le es propio, es capaz de crear una institución específica. El paso de los mercados aislados a una economía de mercado no es una condición natural, sino algo que solo es posible por la intervención de una administración. Esto solo se justifica cuando existe un comercio exterior que implique una institución que ponga en práctica la propensión a trocar y a comerciar.

Polanyi diferencia el comercio exterior, local e interior. El comercio se define por el transporte, el comercio local se limita a los bienes de la región, y el comercio interior es esencialmente concurrencial. Mientras los dos primeros son complementarios, el comercio interior excluye los intercambios complementarios, e implica un gran número de intercambios semejantes y de concurrencia entre si.

> Los mercados locales son esencialmente mercados de vecindad y, por mucha importancia que tengan para la vida de la comunidad, nada indica, en todo caso, que el sistema económico dominante se modele a partir de ellos (Polanyi, 1989: 115).

De los aportes de Polanyi, deducimos que un mercado local no es el producto de un fin económico de lucro, o acumulación, y tampoco es posible asumir que de los mercados

locales se haya derivado el comercio exterior, sino que este último es producto directo de la intervención del Estado. La crítica al pensamiento económico, y a la ideología liberal, que presenta Polanyi, sitúa la discusión en un punto donde es necesario echar mano de las etnografías, y de los múltiples datos que muchos antropólogos recogieron en comunidades indígenas y aborígenes del mundo. Como lo demuestra Sahlins (1983), desde la etnografía, se planteó una ruta más acertada para caracterizar las economías primitivas, que desde el pensamiento económico dominante.

Sahlins (1983) en Economía de la Edad de Piedra, parte del análisis de datos empíricos y construye un dialogo constante con las escuelas de pensamiento conocidas como los formalistas[4] (Godelier, 1967) y los substantivistas[5] (Cook, 1969). Prácticamente Sahlins construye una teoría del valor en economías primitivas, sin la necesidad de llegar a vagas generalizaciones, ni a grandes modelos explicativos.

Para Sahlins (1983), el intercambio posee una lógica propia del valor. El término "primitivo" se refiere a un constructo hipotético que define la cercanía o lejanía con un tipo ideal. Se refiere a culturas que carecen de estado político, y que sólo es aplicable en la medida en que la economía y las relaciones sociales no hayan sido modificadas por la penetración histórica de otros Estados. Según este autor, siempre es importante señalar cómo la economía primitiva basada en el trueque se ha dado por muchos más cientos de años que la economía capitalista en el mundo. El problema Hobbesiano del orden en las comunidades primitivas, queda resuelto cuando atribuye a la lógica del valor dada por el intercambio intergrupal un «propósito moral».

> Toda transacción, como ya sabemos, es necesariamente una estrategia social: tiene un coeficiente de sociabilidad demostrado en su modalidad y en sus proporciones por la disposición implícita a vivir y dejar vivir, a retribuir con todas las de la ley. En realidad, el procedimiento adecuado no es solamente un intercambio de cosas equivalentes, una reciprocidad bien equilibrada. La estrategia más diplomática es la buena medida económica, una generosa retribución en relación con lo que se ha recibido (…) (Polanyi, 1989: 325).

Sahlins (1983) resume el tipo de transacciones económicas que pueden registrarse etnográficamente en dos tipos. En primer lugar, están los movimientos «vice-versa» entre dos partes conocidos más comúnmente como reciprocidad. Segundo, los movimientos centralizados: recolección por parte de los miembros de un grupo, a menudo bajo un solo mando y redistribución dentro de este grupo.

> (…) la comunidad es el complemento de la unidad social y de la «centricidad», para usar el término de Polanyi; la reciprocidad, en cambio, es una dualidad y una «simetría» social. La comunidad establece un centro social donde los bienes se reúnen y de donde fluyen hacia afuera, y también una frontera social dentro de la cual las personas (o los subgrupos) se relacionan cooperativamente. Pero la reciprocidad puede establecer relaciones solidarias en la medida en que la corriente material dé idea de beneficio o asistencia mutuos (…) (Sahlins, 1983: 207).

Para el problema que nos interesa analizar, las aproximaciones presentadas nos arrojan importantes herramientas, aunque no suficientes, para definir las iniciativas

basadas en modelos de economía solidaria como parte de una dinámica de prácticas culturales, cuyo análisis debe ir más allá de las categorías económicas. La reciprocidad, el intercambio y la centralidad, son elementos que aún están presentes, y el grado de probabilidad de que estén en mayor o menor medida como parte de un sistema tradicional de intercambio, puede estar dada por el grado y forma de integración de las comunidades con las economías de mercado y los Estados nacionales. Para esto, es importante revisar los antecedentes que refieren a indígenas que viven en contextos amazónicos urbanos, sus diferentes estrategias para participar de los intercambios y venta directa de productos, y dar cuenta de las transformaciones en sus sistemas de conocimiento tradicional.

3. Antecedentes

3.1 Intercambios alimentarios en la Amazonia colombiana

A continuación se aborda el análisis de los intercambios alimentarios en sociedades amazónicas como una forma de relaciones de reciprocidad, comerciales y de apropiación de la agrobiodiversidad. La macroregión amazónica es ampliamente heterogénea en sus asentamientos: ciudades, pueblos, caseríos y malocas[6] conforman una red social y económica particular de pueblos y regiones amazónicas. Lo amazónico se define por la estructura socioecológica de la selva tropical húmeda (conocida como la hylea amazónica), habitada por pobladores bosquesinos (Echeverri & Gashé, 2004) integrados al funcionamiento de los ciclos ecológicos y productivos, a las variaciones hídricas de ríos y lagos (Morán, 1993).

Es de especial interés en este análisis los pueblos indígenas que practican la agricultura de roza tumba y quema, la redistribución del trabajo en forma de mingas[7], valores de solidaridad étnicos, interétnicos, adaptados a dinámicas de mercado tanto como consumidores, comerciantes, transformadores, emprendedores y mano de obra.

Los intercambios alimentarios se estructuran y son estructurados en relaciones socioecológicas. El concepto propuesto por Toledo de Metabolismo social permite identificar cinco nodos que estructuran estos intercambios en redes que sustentan biológicamente a un grupo de personas: la apropiación, la transformación, la circulación, el consumo y la excreción. Estos representan la porción material, la cual está contenida en una estructura invisible formada por dimensiones cognitivas, simbólicas, institucionales, jurídicas, tecnológicas entre otros (Toledo, 2013).

2.1.1 Aspectos históricos de los intercambios alimentarios en el noroeste amazónico

A pesar de la dificultad que ha tenido la antropología y la arqueología en establecer la historia de los pueblos indígenas de la Amazonia anterior a la llegada de los europeos, nuevas corrientes apoyadas en investigaciones genéticas vienen revelando resultados absolutamente contrarios al imaginario etnocentrista de una selva ocupada por salvajes dispersos, sin aglomeraciones de población considerables, y sin ningún tipo de desarrollo evolutivo (Mann, 2006).

Según Mann (2006), actualmente toma fuerza una corriente de arqueólogos que viene trabajando sobre la posibilidad que en las tierras bajas de la Amazonía existiesen densidades de población bastante altas: “el río y sus orillas estaban mucho más

poblados en el año 1000 que hoy en día, especialmente en los tramos inferiores" (Mann, 2006: 37). Este mismo estudio pone de relieve factores que diezmaron la población indígena como las enfermedades traídas por los blancos (Mann, 2006), las cuales ingresaron al continente antes de la entrada de los primeros conquistadores desde las islas del caribe, donde se construyeron los primeros asentamientos españoles.

De acuerdo a Franco (2012), "La zona de várzea[8] del río Amazonas es la región más rica en recursos naturales de toda la cuenca. (…) En este ecosistema ribereño se desarrollaron sociedades complejas, con estratificación social y especialización del trabajo: chamanismo, alfarería, agricultura, conservación de alimentos, comercio intertribal. Sociedades clasificadas como cacicazgos, en contraposición a las sociedades tribales de la tierra firme, que son igualitarias y en las que no existe acumulación. Las sociedades de la várzea eran las dueñas del gran río debido a su poderío para la guerra y a su alta densidad de población" (Franco, 2012: 15).

Para Góes Neves (2013) en la Amazonía, la etnografía y la literatura etnohistórica están llena de evidencias de que en el siglo XVI, y en algunas áreas hasta el presente, grupos de indígenas estaban regionalmente integrados en redes multiétnicas, incluyendo producción especializada e intercambio de mercancías. Estas formaciones sociales fueron multilingüísticas, a veces con el desarrollo de lenguas francas o *pidgins*[9], y con patrones de una cultura material generada por redes de intercambio.

Desde el punto de vista cultural, diferentes autores (Renard Casevitz, 1988; Santos, 1992; Pineda, 1982; Ramírez de Jara, 1996 citados por Zarate Botia, 2001) han

resaltado la existencia de complejos sistemas de intercambio y articulación comercial y cultural de las poblaciones prehispánicas andinas y amazónicas.

Las consecuencias de la irrupción europea, según Zárate Botía (2001), empezaron incluso antes de la presencia física de los migrantes del "Viejo Mundo" en la región, cuando se supo que los nuevos ocupantes comenzarían a acercarse, como en efecto lo hicieron, visitando territorios andinos y afectando a las sociedades vecinas con las que los grupos de la alta Amazonía tenían fuertes relaciones de intercambio. Estas consecuencias tienen que ver, por ejemplo, con la ruptura de la continuidad espacial, étnica y comercial existente entre los Andes y las tierras bajas de la hylea amazónica. En el caso de los jíbaros de Ecuador, por ejemplo, la presencia hispana significó, según Renard Casevitz (1988, citado por Zárate Botía, 2001), el divorcio político, económico e ideológico entre el mundo andino y el amazónico.

Según esto, es posible concluir que las comunidades prehispánicas que gobernaron la alta Amazonía, el medio y bajo Putumayo, conocieron sistemas de organización social complejos, practicaron el comercio, y desarrollaron vías de comunicación. Establecieron relaciones de alianzas entre diferentes etnias con quienes seguramente se compartían relaciones rituales y de intercambio de productos, conocimientos, mujeres, entre otros.

2.1.2 Aspectos estructurantes de los intercambios alimentarios en la Amazonía

Actualmente la alimentación de las poblaciones amazónicas está compuesta por una integración de productos locales provenientes de los agroecosistemas regionales y sistemas agroindustriales. La apropiación, como forma primaria de intercambio entre la sociedad humana y la naturaleza (Toledo, 2013), tiene lugar en chagras y solares

(producción); en las quebradas y ríos (pesca); en los salados[10] y selvas (recolección y cacería).

Alimentos como la yuca (*Manihot esculenta)*, plátano *(Platanaceae*), pescado y carne de monte se consumen cotidianamente con productos de origen agroindustrial como el arroz, el azúcar y la sal. Mientras los primeros son producto de un proceso de apropiación de la agrobiodiversidad local que se practica desde hace miles de años, regulado por los ciclos agroecológicos y culturales, los productos agroindustriales se obtienen por medio de intercambio, en su mayoría venta, o trueque.

La agricultura de roza tumba y quema es el sistema agrícola más común entre los pueblos amazónicos. Este sistema permite mantener el nitrógeno del suelo en un nivel casi homeostático[11]. Se abren chagras de no más de dos hectáreas, se siembra yuca, plátano, piña *(Bromeliaceae)*, pimentón (*Capsicum*), coca *(Erythroxylum coca)*, frutales; cuando terminan las cosechas de las plantas de ciclo corto se deja descansar el suelo, permitiendo la sucesión secundaria y la producción de biomasa. Durante este periodo continúa el aprovechamiento de frutales. El alimento que más abunda es la yuca o mandioca, gracias a su adaptación y capacidad de producir calorías abundantes en suelos ácidos y pobres (Morán, 1993).

Los indígenas amazónicos, en general, poseen una serie de principios que regulan y dan una base simbólica a su interacción con el bosque para transformarlo en chagra, en un proceso que va de chagra a bosque en un *continuum* dinámico. Los principios se refieren a la noción de territorio, a la obligación de reemplazar lo tumbado, a la diversidad cultivada, a los referentes de humanización de los cultivos y al bienestar

humano, así como a devolver para mantener el equilibrio (Rodríguez & Van Der Hammen, 2011).

Cuando llegan las cosechas, abundancia de pescado, o cacería, se da el proceso de transformación de algunos alimentos. La principal característica de este proceso es conservar algunos alimentos como el tucupí (caldo de color amarillo extraído de raíz de la yuca brava), la fariña (yuca rayada y tostada), el casabe (torta de yuca), el juare (envuelto de yuca, *Manihot esculenta*), pescado y carnes ahumadas, pulpas de frutas, entre otros.

La circulación, aparece en el momento en el que las unidades de apropiación dejan de consumir todo lo que producen y de producir todo lo que consumen (Toledo 2013). La circulación puede ser en forma de trueque (valor de uso por valor de uso); compra, (valor de cambio por valor de uso); y regalo, valor de uso que se entrega a un familiar o amigo de forma desinteresada. Cada vez que alguien hace un regalo, el acto implica una deuda, y en algún momento quien lo recibe debe hacer otro regalo similar para compensar; su valor está determinado por algo que Mauss llama la economía del regalo (Graeber, 2012).

La economía del regalo es parte de un proceso de redistribución por medio de relaciones de reciprocidad, que se manifiesta en la Amazonía cuando la gente organiza mingas para realizar jornadas de trabajo: tumbar, sembrar la chagra, arreglar una casa, limpiar la comunidad, entre otros. La minga puede tener fines colectivos o personales, en ambos casos su estructura es la misma, es una distribución del trabajo rotativa, pues se organiza en ciclos acordes a la realidad del lugar (Hernández *et. al*., 2010).

La minga es una responsabilidad colectiva e individual, funciona, porque media un compromiso, es la confianza, la credibilidad de la persona, su identidad lo que está en juego. Es una forma de intercambio de trabajo, de energía endosomática que se materializa en alimentos, viviendas, arreglos comunes, caminos, etc (Hernández *et. al*., 2010).

El ejercicio de la agricultura, recolección, cacería y pesca representan un gasto de energía cualitativamente diferente a la adquisición de alimentos en tiendas por medio de dinero. Mientras las actividades productivas tradicionales representan un mayor gasto de energía endosomática (conocimientos, destrezas y fuerza corporal), la compra de productos industriales van más allá de los límites biofísicos de los ecosistemas. Para que estas relaciones se reproduzcan, los indígenas venden su mano de obra en actividades principalmente extractivas.

La integración de las sociedades amazónicas a los mercados permite una amplia circulación de alimentos agroindustriales como gaseosas (refrescos), arroz, pasta, frijoles, sardinas, atunes, galletas, entre otros. La presencia de estos alimentos tiene implicaciones importantes en la dieta alimenticia, y en las relaciones sociales y económicas que soportan los intercambios alimentarios de las comunidades indígenas (Hernández *et. al*., 2010).

Actualmente, la compra de alimentos se combina con estructuras tradicionales de intercambio y sus formas particulares de valor basadas en la reciprocidad de las relaciones sociales. Sin embargo, la presencia de alimentos provenientes del mercado viene ganando terreno sobre la dieta tradicional de las comunidades indígenas (Acosta

et. al., 2011; Peña-Venegas *et. al*., 2009; Yagüe, 2013). Según Acosta *et. al*. (2011), en la Chorrera, "Se han dejado de sembrar especies propias e importantes en la alimentación tradicional, viéndose desplazadas por productos de consumo que implica una mayor dependencia hacia actividades remuneradas que facilitan la obtención de ingresos para la adquisición de dichos productos" (Acosta *et. al*., 2011: 44). No obstante, también es posible identificar una interesante articulación de los sistemas de producción y distribución, tanto tradicionales, como los provenientes de la economía de mercado:

> De manera notable el 66% de las mismas tienden a monetizar una parte de su producción tradicional, para el acceso a productos de consumo final que se demandan en busca de la satisfacción de necesidades introducidas. No obstante la tendencia a la comercialización de los productos propios, un importante porcentaje de las familias el 59% destina su producción al sostenimiento de las redes de solidaridad entre familias a través del intercambio y donación de productos; a contribuir en la preparación de bailes tradicionales y mingas; finalmente, algunas familias 8% destinan una parte de su producción al levantamiento de animales domésticos (Acosta *et. al*., 2011; 66).

En La Chorrera, Puerto Nariño y Leticia, aún se mantienen vivas ciertas ritualidades a la hora de producir, preparar y presentar los alimentos, privilegiando lo cultural sobre lo meramente nutricional: "Los principales alimentos que se ofrecen al visitante que llega a la maloca son: el casabe, maní, ají (fresco o en salsa negra) y el zumo de la yuca dulce como bebida. Estos deben siempre estar disponibles en la maloca y se deben igualmente ofrecer en un orden determinado. Aun cuando su aporte a la ingesta no sea

muy significativo, si tiene un valor cultural muy alto que vale la pena resaltar, entender y preservar" (Peña-Venegas, *et. al*., 2009: p. 70).

Imagen 3. Departamento de Amazonas, Colombia. Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi

Para Peña-Venegas *et. al*. (2009), a pesar del debilitamiento de la dieta indígena en el contexto amazónico, muchas de estas tradiciones se mantienen en ámbitos más

“cerrados”, practicadas por aquellos que por su posición detentan la capacidad de otorgarle vida al ritual de abrir, tumbar, sembrar una chagra, e incluso a la hora de preparar y servir los alimentos:

> Además de restituir el equilibrio roto en el proceso de apertura de la chagra, con la siembra de frutales el chagrero también está obligado a *dietar*, es decir, que debe cumplir con una serie de restricciones alimentarias y de comportamiento, para garantizar una buena producción y por ende asegurar una buena alimentación. Por ejemplo, el chagrero debe evitar consumir alimentos como el *mojojoi*[12] cuando se va a preparar el terreno o cuando se va a sembrar; debe estar atento a fenómenos naturales como las fases de la luna, ya que no se debe sembrar en días con noches oscuras (Peña-Venegas *et. al*., 2009: 82).

Los cambios en la alimentación en la Amazonía se han acelerado desde la segunda mitad del siglo XX, con cambios sustanciales en los ecosistemas y la cultura alimentaria de sus poblaciones. Para los pueblos indígenas amazónicos dejar de practicar su cultura ancestral puede tener fuertes consecuencias en sus sistemas tradicionales alimentarios[13]. La alimentación funda un vínculo de prácticas y conocimientos del territorio, que si se debilitan se pone en riesgo la vida de las personas que han hecho uso de esos conocimientos por miles de años.

2.1.3 Urbanización y distribución de alimentos en la Amazonía

Desde la primera mitad del siglo XVI empezaron los contactos con portugueses y españoles, primero, y con misioneros, caucheros, colonos, y militares peruanos, brasileros y colombianos después. De esta migración la Amazonía suramericana

configuró un anillo de poblamiento amazónico (Arcila, 2011; Gutiérrez, Acosta, & Salazar, 2004) que llevó a muchas tribus indígenas a una vida urbana. La ciudad en la Amazonía surge por la necesidad de comercializar los excedentes que dejaban las actividades extractivas, y para la prestación de servicios para los migrantes e indígenas que empezaban a concentrarse (Arcila, 2011).

> (…) en la Amazonía colombiana existen asentamientos humanos nucleados con rasgos eurocentristas fundados unos y otros que, en el sentido de Castells y de Kotkin, surgieron de diversos procesos sociales y económicos en los que se evidencia su urbanización sin industrialización, con marginalidad económica y ecológica, con déficit habitacional, desempleo, analfabetismo y sin opciones de vida digna para buena parte de la población (Arcila, 2011: 21).

La urbanización supone una separación mayor entre los procesos de apropiación, transformación, circulación, consumo y excreción, a la vez que aumentan los niveles de entropía por el uso de transporte y embalajes de productos. En términos de metabolismo social, el urbanismo es la representación material de la circulación de materiales e información, es el espacio donde los alimentos circulan como valores de cambio hasta su adquisición en mercados. Los mercados son los encargados de transferir energía del campo a la ciudad. Los mercados locales (plazas de mercado, mercados indígenas) y centros de abastos se convierten prácticamente en un nuevo lugar de apropiación de la agrobiodiversidad.

Según Monteiro *et. al.*, (2010), los mercados son diferentes en cada sociedad y representan en una escala proporcional su diversidad biológica y cultural. Los mercados

locales unifican, concentran, mantienen y difunden conocimientos sobre plantas y animales, y además garantizan la resiliencia y la permanencia de los conocimientos tradicionales. Para Cetina (2006), los mercados locales evolucionan con el tiempo, incorporando y diseminando la diversidad cultural, mientras suplen las demandas locales.

Eloy (2008), en un estudio realizado en São Gabriel da Cachoeira, en el alto Rio Negro sobre diversidad alimentaria y urbanización, muestra que el mantenimiento de la diversidad alimentaria depende de las territorialidades multipolares a la escala del grupo doméstico. Para este, las estrategias de comercialización de los excedentes agrícolas de los agricultores indígenas evidencian una red de intercambio entre muchos grupos domésticos, que permite superar las dificultades para desarrollar la venta directa, y contribuir a la diversidad alimentaria. La necesidad de aprovisionamiento de productos agrícolas de la población ha creado un pequeño mercado, por encargo, o sobre las calles (Eloy & Le Tourneau, 2009).

Estos estudios ponen de relieve cómo la instalación de los indígenas en pueblos y ciudades es una secuencia de fenómenos asociados a: i) la simplificación de las actividades productivas, ii) la sedentarización de los sistemas culturales de roza tumba y quema, iii) el empobrecimiento de la diversidad cultivada y iv) la dependencia alimentaria y económica generada (Eloy, 2008; Yagüe, 2013)

En La Pedrera, en un estudio sobre los indígenas Yucuna, en la Amazonía colombiana, Fontaine (2002) analiza como contrariamente a las formas de intercambio tradicional entre los Yucuna, el trueque con los blancos es “comercial” (*marchand*), en la medida

que hace referencia al sistema de precios del mercado. Algunos artículos como el azúcar, la sal, el arroz, el jabón, son especialmente almacenados por los colonos para ser trocados, a sabiendas que los indígenas los necesitan regularmente, ellos los compran a bajos precios a los barcos brasileros, y los intercambian a precios superiores.

Este mismo autor, pone de relieve las diferencias entre las remuneraciones en dinero, y los intercambios que se hacen de manera tradicional. El dinero no puede reemplazar algunas categorías de bienes que los indígenas obtienen en su contexto tradicional, que a diferencia de los mercados, no hacen referencia a los precios, sino a la aplicación de reglas ancestrales. Los problemas de los Yucuna respecto al dinero están en la repartición colectiva de las mercancías compradas, evitando que cada uno intente un beneficio individual, de los esfuerzos que son, en cierta medida, debidos al grupo. Entre los indígenas, el dinero no puede circular largo tiempo, debe ser gastado en mercancía que son fáciles de distribuir colectivamente (Fontaine, 2002).

Para Fontaine (2002), los efectos del dinero no son insignificantes, modifican la repartición de bienes en cada contexto, y reducen la importancia de sus propios productos con relación a otros. Debido a la posibilidad de apropiarse de cualquier mercancía en el mercado local, los indígenas buscan liberarse de los compromisos tradicionales ligados a la división de tareas. Esto explicaría que algunos contextos tradicionales sean cada vez menos reproducidos, comenzando por las ceremonias indígenas. Según Fontaine (2002), en la región de La Pedrera, el número de ceremonias con baile han disminuido desde 1997.

En otro sentido al propuesto por Fontaine (2002), para quien el mercado local se reduce al intercambio comercial con los blancos, para Yagüe (2013), quien estudia las redes alimentarias de los indígenas urbanos de Leticia, es fundamental entender el mercado como un espacio más allá del comercio, como un espacio de socialización entre una "misma" gente y con otra gente "diferente".

> Los indígenas urbanos, al estar inmersos en la ciudad tienen dificultades para el acceso a ciertos productos "propios" como el casabe o el tucupí, y que al no contar con chagra para proveerse de ellos, tienen que recurrir a otros medios. Uno de estos medios, es la compra en el mercado indígena que tiene lugar los sábados en la mañana en las cercanías del puerto; otro medio, es la red de intercambio (Yagüe, 2013: 181).

Para Yagüe (2013), el mercado indígena en la ciudad es una manera de traer el mundo rural hacia lo urbano. Las chagras cercanas a Leticia suponen un lugar de reencuentro con las raíces culturales en el territorio. Estos espacios y estas redes de intercambio tejidas por los indígenas urbanos para mantener de alguna manera su alimentación propia, podrían interpretarse como estrategias de construcción de Soberanía Alimentaria, si miramos desde ese concepto, además de suponer una producción de identidad no siempre consciente.

Yagüe (2013), observa las diferencias entre una plaza de mercado y un mercado indígena: mientras que en la plaza de mercado la mayoría de los productos no son transformados, sino que se venden frutas, verduras, carne y pescado, en el mercado indígena es importante la cantidad de alimentos preparados que se pueden encontrar.

Todas estas comidas son propias de los grupos indígenas que las elaboran y venden, y aunque sí hay no indígenas que las compran y consumen, la mayoría de compradores son, así mismo, indígenas. De hecho prefieren comer los productos elaborados por su pueblo.

Según Peña-Venegas, Valderrama, Acosta, & Pérez Rua (2009), para los casos de Leticia, Puerto Nariño y La Chorrera, la "zona rural", predominantemente selvática y habitada por comunidades indígenas, en forma lenta se viene incorporando a actividades mercantiles encargándola del abastecimiento de alimentos y algunos bienes de consumo básico para los centros poblados (yuca, plátano, frutas, carne de cacería, entre otros), que los está conduciendo a sustanciales cambios en las condiciones de producción, organización sociocultural, salud y alimentación. De acuerdo a las condiciones propias de cada asentamiento se pueden clasificar en asentamientos de baja y de alta dependencia del mercado.

Los asentamientos de baja dependencia del mercado generalmente corresponden a comunidades con sistemas de producción indígena de chagra, caracterizados por un contacto mínimo con el mercado de bienes de los "blancos" (producción de algún excedente comercializable para obtener un ingreso que permita la adquisición de herramientas, artículos de cocina, alimentos procesados y vestido) y en ocasiones, con el mercado laboral a través de la venta de mano de obra (Peña-Venegas *et. al.*, 2009).

En las comunidades más cercanas a los mercados como Leticia, los productos resultantes de las labores de la chagra tienen un doble propósito, es decir, además del auto consumo familiar, una parte de los mismos son destinados a la venta,

generándose una cadena de comercialización entre las unidades de producción autónomas indígenas y el comercio local (Peña-Venegas *et. al.*, 2009).

En Tarapacá no existe una plaza de mercado y las pocas ventas que hacen los productores directamente al consumidor son en la calle, bajo el sol y sujetos a la especulación del tiempo que fácilmente termina en beneficio de algún intermediario. Esta situación obstaculiza la conformación de unas relaciones más iguales entre los productores y los comercializadores. Existe la percepción generalizada dentro de las comunidades de una relación injusta entre productor y comercializador, que los inhabilita para obtener mayor ventaja de sus actividades tradicionales como la chagra y la pesca, favoreciendo a los intermediarios.

Los anteriores estudios, muestran diferentes estrategias alimentarias basadas en el intercambio y comercialización de productos de la agrobiodiversidad entre comunidades indígenas, y con poblaciones mestizas en diferentes contextos de urbanización. Estas estrategias varían de acuerdo a: i) el grado de urbanización e integración de la población indígena a economías de mercado local, ii) los efectos que el dinero puede tener en las estructuras tradicionales de las comunidades que llevan a cabo venta o trueque por productos comerciales, iii) al grado de consolidación de espacios urbanos para ofrecer los productos, y iv) la capacidad de estas estrategias para favorecer o desfavorecer una dieta diversa basada principalmente en productos de la agrobiodiversidad.

3.2 Las ferias y los conocimientos tradicionales

Varios autores han estudiado las ferias y su relación con la cultura y la economía, el primero ha sido asociado a la diversidad cultural y el segundo a los emprendimientos culturales (Montenegro, 2012). Estos señalan como las ferias se producen en constante tensión entre lo que se entiende por cultura y lo que es mercantilización de la cultura. Las ferias hibridan elementos inspirados en la cultura oral y material de los pueblos indígenas con formas económicas occidentalizadas (Groenfeldt, 2003), esto ha ocasionado que formas comerciales de la economía capitalista asimilen lo cultural como una mercancía, y producir una imagen folklórica de lo indígena, bajo una imagen fosilizada de cultura[14].

Para Barnes (2005; citado por Montenegro, 2012) "La mayor parte de estudios sobre espacios como los de estas ferias se han concentrado en las contradicciones resultantes del encuentro de intereses económicos con prácticas culturales; los primeros caracterizados por la racionalidad y el cambio estratégico, las segundas por la intersubjetividad y el hábito" (Barnes, 2005; en Montenegro, 2012: 7).

Según Montenegro (2012), las ferias revelan importantes lógicas de producción del capitalismo contemporáneo asociadas a la nueva economía de servicios y a la llamada economía de experiencias. La "retórica de la "economía de experiencias" se concentra cada vez más en la producción de la experiencia "cultural", abstracta, entendiendo que con ella viene, inevitablemente, la experiencia comercial" (Montenegro, 2012). Son "espacios con mayor capacidad de transformación y adecuación, y precisamente por eso representan con precisión la tensión que se ha creado entre los intentos por

integrar economía y cultura, y los intentos por reducir lo cultural a un valor agregado" (Montenegro, 2012: 8).

En términos marxistas, estas ferias se encargan de dar paso, de una naturaleza precapitalista a una naturaleza capitalista (O'Connor, 2002), lo cual plantea aspectos políticos e ideológicos de importancia. "Aquí entramos en un mundo en el que el capital no se limita a apropiarse de la naturaleza, para convertirla en mercancías que funcionan como elementos del capital constante y del variable (para utilizar categorías marxistas). Se trata más bien de un mundo en el que el capital rehace a la naturaleza y a sus productos biológica y físicamente (y política e ideológicamente) a su propia imagen y semejanza. Una naturaleza precapitalista o semi-capitalista es transformada en una naturaleza específicamente capitalista" (O'Connor, 2002). Para Leff (2004) esta capitalización de la naturaleza y la cultura es descrita como una operación simbólica que define la biodiversidad como patrimonio común de la humanidad, a las comunidades como un capital humano y sus saberes como recursos patentables.

Las ferias, son espacios con mayor capacidad de transformación y adecuación, y precisamente por eso representan con precisión la tensión que se ha creado entre los intentos por integrar economía y cultura, y los intentos por reducir lo cultural a un valor agregado (Montenegro, 2012). Estos estudios resaltan un enfoque posestructuralista y de análisis crítico de las ferias donde se tiende a reproducir una imagen exótica y estereotípica de la identidad indígena. Cabe anotar, que estos autores hacen más referencia a ferias que se realizan en grandes ciudades más que a ferias locales. Sin embargo, las tensiones entre lo que se concibe como indígena, tradicional, étnico y las

tendencias de la economía globalizada también son útiles para el análisis de ferias locales[15].

3.3 Ferias y agrobiodiversidad

Las ferias también se han estudiado en relación a la agrobiodiversidad, a la institucionalización, bancos de germoplasma, recuperación, mejoramiento e intercambio de semillas. Estos estudios se han realizado en países como Perú (Díaz *et. al.*, 2003), Benín (Baco *et. al.*, 2007), Vietnam (Pit *et. al.*, 2003), Cuba (de la Fé *et. al.*, 2003), Zimbawe (Rusike *et. al.*, 2003) y Nepal (Adhikari *et. al.*, 2005).

En la literatura, el concepto también lo encontramos como "Diversity Fair", "Feria de Diversidad". "Fair" en inglés también quiere decir "justo, justa *adj*; imparcial *adj mf* equitativo *adj*"[16]. Para Adhikari *et. al.*, (2005), "Diversity Fair" es una muestra de cultivos locales o de diversidad pecuaria, emprendida por una organización local, con los objetivos de sensibilizar a la comunidad, localizando e identificando custodios de biodiversidad, colectando recursos genéticos y el conocimiento asociado para promover el intercambio de material e información.

Para los investigadores, las ferias proveen la oportunidad de recolectar material en peligro de extinción y su conservación *ex situ* en bancos de germoplasma. Por otro lado, las Ferias de Diversidad han sido presentadas como la máxima promesa para el escalamiento. Sin embargo, no se ha hecho suficiente esfuerzo para investigar su efectividad en la concientización de los grupos con quienes se ha implementado (Adhikari *et. al.*, 2005).

Según Pit *et. al*., (2003), las Ferias de Diversidad no son nuevas en comunidades locales de algunos países, y muchos las han organizado enfocándose en variedades nativas. La idea es innovadora en muchos países donde las Ferias de Diversidad pueden ser popularizadas en áreas rurales para promover la conservación en fincas. Sus objetivos son: i) sensibilizar a las comunidades agrícolas e instituciones de base para institucionalizar las ferias de diversidad en intervalos regulares; ii) desarrollar formas que inspiren a grupos locales para establecer bancos de germoplasma comunitarios; iii) promover la selección e intercambio de semillas por los mismos productores, distribuir la nueva diversidad, de modo que la evolución y la adaptación local de los recursos genéticos de cultivos locales sigan estando en el centro y en las manos de las comunidades agrícolas locales (Pit *et. al*., 2003).

En francés, la palabra feria se traduce “foire”, y en la literatura encontramos el concepto de “Foires de Diversité”. Para Baco *et. al*., (2007) las «Foires de Diversité» son unas prácticas comunitarias que permiten a los productores de diferentes orígenes mostrar la diversidad agrícola de donde provienen. Proporcionan información sobre material exterior, y propician el intercambio de conocimientos y cultivares. Las Ferias de la Diversidad han permitido localizar a los conservadores locales, identificar diferentes cultivares, comprender las razones que motivan su producción y reforzar la conciencia de las comunidades sobre sus recursos.

En Cuba, con la denominación de Ferias de Agrobiodiversidad se han reconocido aquellas reuniones de agricultores, fitomejoradores, tomadores de decisiones, conservadores de bancos de germoplasma y líderes de organizaciones campesinas. Se realizan *in situ,* y se preparan previamente. El propósito fundamental es contribuir a

través de la selección participativa de variedades al mantenimiento, e incremento, de la biodiversidad de especies y variedades de cultivos de interés económico para los agricultores, de manera que se satisfagan las necesidades de consumo familiar y de comercialización como fuentes de ingresos de nuevos recursos (de la Fé *et. al*., 2003).

En Perú se conocen como Ferias Campesinas de Diversidad de Cultivos Nativos, definidas como espacios de "intercambio de saberes, de semillas, de sueños y esperanzas, de realidades y compromisos, de difusión, valoración y conservación de la agrobiodiversidad e, inclusive, de negocios. Esta feria es una fiesta que se adorna con las danzas, bailes, tradiciones y costumbres que la acompañan; con los platos y comidas típicas que se comparten; con la gente de otros pueblos que visita, viene, da y lleva" (Díaz *et. al*., 2003).

3.4 Conocimientos tradicionales en la Amazonia colombiana

Desde finales del siglo XIX y a lo largo del XX, los continuos contactos entre etnias indígenas con misioneros, caucheros, militares, comerciantes y colonos llevaron a varios grupos indígenas a la pérdida de muchos de sus conocimientos tradicionales (R. Franco, 2012; Zárate Botía, 2001). Los diferentes ciclos de economía extractiva (Acosta, 2013; Acosta, Mendoza, 2007; Arcila, 2011) como el caucho, las pieles, la coca y las maderas finas generó desplazamientos de población (Rincón, 2005), mestizaje, y en general, una desestructuración de los modos tradicionales de vida de etnias como los Tikuna, Bora, Uitoto, Cocama, Okaina, Miraña, entre otras.

Desde la Constitución de 1991, la participación activa de los indígenas permitió el reconocimiento de Colombia como una nación pluricultural y multiétnica, bajo normas

particulares en beneficio de los pueblos indígenas (Acosta, Mendoza, & Gulgh, 2007). En este mismo marco, se firma el Convenio de Diversidad Biológica que en el Artículo 8(j), enfatiza sobre la situación de los conocimientos, innovaciones y prácticas tradicionales, de las sociedades tradicionales indígenas y no indígenas (Acosta, 2013).

Desde entonces, se han aprobado leyes y conformado políticas públicas que de manera especial atienden la diversidad cultural, los derechos de las comunidades y sus conocimientos tradicionales[17]. Esto llevó a un florecimiento de movimientos indígenas, Organizaciones no Gubernamentales (ONG) e instituciones gubernamentales interesadas en proteger los derechos de las comunidades. Por lo tanto, se abrió un interesante abanico de alternativas que vislumbran los saberes tradicionales de los pueblos como pilares de la conservación y la sustentabilidad de los ecosistemas amazónicos (Acosta, Mendoza, Gulgh, 2007).

Abordar y discutir el concepto de "conocimiento tradicional" suscita algunas tensiones en las comunidades indígenas y no indígenas. La indagación sobre los puntos de vista muestran un espectro bastante diverso, donde se evidencia una gran mezcla interétnica y mestiza, siendo esto para algunos una de las causas de su pérdida. Llama la atención que el uso de conceptos como *costumbre*, *cultura*, *tradición*, *típico*, *propio*, tienen distintas connotaciones y acentuaciones. Mientras lo "típico" puede estar más asociado a la cultura mestiza llegada del interior del país, lo que se reconoce como "tradicional" o "cultural" en cambio está más asociado a lo indígena[18] (De La Cruz & Acosta, n.d.).

En los encuentros realizados con las asociaciones de la zona de Tarapacá, el concepto de conocimiento tradicional se visibiliza de una manera amplia y diversa. Estos valores

intrínsecos de las culturas, se evidencia en ciertos valores que las comunidades identifican alrededor del trabajo de las familias, a su capacidad de afianzar los vínculos sociales que les permiten desarrollar su fuerza a través de la unión familiar, parental e intercultural. El reto actual para estas comunidades está en no perder de vista la importancia que tienen estos valores que subyacen a las tradiciones indígenas, a la posibilidad de mantener una estructura de organización sustentada en las ritualidades de los pueblos, en el compartir (De La Cruz & Acosta, n.d.).

En ese sentido, para el Sabedor Tradicional Octavio Falcón, gobernador del pueblo Cocama, y en relación con ASOAINTAM que congrega a diferentes pueblos, menciona que a pesar de los "contactos sociales en que vivimos, nos obliga a aprender de todos, porque en la cultura de nosotros los abuelos decían hay que compartir, hay que recibir, cuando a uno le comparten y a uno le brindan lo están haciendo de buena fe, esa es una parte que nosotros manejamos en el pueblo Cocama, el compartir, lo que tenemos, los pocos conocimientos que aun mantenemos, para que eso se vuelva como un grupo de fuerza que fortalece nuestro proceso como organización indígena". Para el Sabedor Tradicional Alci Gabino, gobernador del Cabildo Centro Tarapacá, "una de las bases fundamentales es el compartir; cuando hablamos de conocimiento tradicional es cuando no solo nos encerramos nosotros con nuestras ideas o nuestro pensamiento, sino que lo enseñamos a los demás para así, ir fortaleciéndonos y fortalecer a los demás también" (De La Cruz, 2013).

En principio, para las comunidades indígenas hablar de conocimiento tradicional significa resaltar los elementos que diferencian su vida de la de los blancos o mestizos. Esto, aunque se da en un contexto donde las culturas se mezclan y se hacen difusas,

en el discurso señalan cosa por cosa tal como lo concibe la historia. En palabras de Rincón (2012), el "conocimiento tradicional, son aquellas pautas, manifestaciones sustentadas bajo una historia, (…) la historia que cuentan los viejos no son mitos, son cosas que se dieron anteriormente, y que se han narrado de generación en generación, para educar, para enseñar, y no son cosas que se inventaron, sino hechos que se dieron hace mucho tiempo, y esa es la tradición, es lo que se enseña por medio del conocimiento tradicional, (…)" (ASOAINTAM & Sinchi, 2012).

En segunda instancia, los conocimientos tradicionales son concebidos como herramientas prácticas de las cuales depende el sustento de las familias, tanto material como espiritual, en este punto se hace referencia a prácticas y actividades de subsistencia[19]. Por ejemplo, en la concepción indígena no se siembra una chagra para total aprovechamiento de su dueño, su trabajo se ve recompensado no solo a través de los alimentos y plantas que la familia usa, sino también es importante devolver a la selva lo que se ha tomado de ella. La siembra de algunas especies de frutas y palmas, por ejemplo, también están destinadas a la alimentación de las aves, las guaras, micos, dantas (*Tapirus*), entre otros. Con esto se está haciendo una reconciliación, una armonización de las energías, espíritus, animales, es una "atención formal" de los nuevos dueños de ese pedazo de selva, ahora transformada en chagra, quienes deben cumplir con ciertos requisitos (De La Cruz & Acosta, n.d.).

Para los Bora, según el Sabedor Tradicional Andrés Churai, "nosotros no vamos a tumbar y dejar botado para que remonte, no, tenemos que recuperar ese monte que quemamos, ahí tumbamos caimo, bejuco, guamo, coco, entre otros, esa es alimentación de los animales, esos son dueños y nosotros tumbamos, pero tenemos

que reemplazar; sembramos caimo del propio, si tumbamos guamo, sembramos guamos, si tumbamos coco sembramos chontaduro, a veces hay monte de piña, entonces quemamos y sembramos piña, quemamos bejuco y reemplazamos por ñame" (ASOAINTAM & Sinchi, 2012). Para las sociedades indígenas "Gente de Centro" del Amazonas, el *conocimiento tradicional* incluye no solo aquellas destrezas y habitus heredados de tiempos que no se pueden ni siquiera calcular, sino también las adaptaciones de los conocimientos y prácticas a los cambios culturales, ecológicos y sociales que mantienen una base y continuidad con una ley de origen. Por eso y siguiendo a Jiménez Larrarte (2013), los conocimientos tradicionales no son una serie de elementos aislados sino hacen parte de un sistema social, cultural y económico que marca las pautas de relación con la naturaleza, por eso es mejor hablar de sistemas de conocimiento tradicional.

Devolver a la naturaleza es una práctica interiorizada en los pueblos indígenas, la chagra sea pensada para la subsistencia, o tenga alguna connotación productiva de tipo comercial, necesariamente se maneja mediante un intercambio de energía que mantenga la armonía y el equilibrio en la relación hombre naturaleza. El manejo o intercambio de semillas no es solo entre las comunidades, también es entre los chagreros y los animales, todo esto como parte de un orden inscrito en la palabra de los abuelos, en el acervo cultural de cada pueblo; se recompensa al que lo cumple con abundancia y salud para su familia, y se castiga al que lo incumple con enfermedad y desgracia (De La Cruz & Acosta, n.d.).

De acuerdo con el líder indígena Harold Rincón, "si yo tumbo, siembro chontaduro, si yo tumbo un platanillo pues siembro plátano, y así estoy haciendo el manejo ecológico de

ese territorio; tengo que pedir permiso a los espíritus dueños de ese territorio en el que yo estoy quitando vida y hacer un pacto de manejo. La chagra no solo tiene un concepto simbólico, sino también una connotación ecológica, por eso es muy importante cuando hablamos de la conservación, del manejo ecológico del territorio, es porque el manejo de la chagra en sí mismo está dando connotaciones de un buen manejo, de no coger un territorio y destruirlo - así como hacen en otras partes -, exprimir ese pedazo de territorio hasta que quede infértil y no retribuir esa vida que se está quitando; tiene diferentes connotaciones, y eso hay que recalcarlo, hay que decirlo, hay que enseñarlo, para que coja valor y respeto"(ASOAINTAM & Sinchi, 2012: 16).

Foto 2. Chagra con cultivo de yuca (Manihot Esculenta). Puerto Nuevo 2013. Fuente: Pablo De La Cruz.

Esta restitución de la energía en los espacios donde se abre la chagra, está enmarcada en un manejo que solo los abuelos, chamanes, pueden ejecutar, y es el de curar el territorio. Para el pueblo Uitoto esto se concibe como una negociación, todo territorio que haya sido habitado por gente o no, debe ser objeto de sanación. Según el Sabedor Tradicional Teófilo Seita,

Los viejos que vivieron acá dejaron su palabra, su trampa, entonces para poder desactivar eso hay que conocer cuál es la historia; por eso, donde usted vaya lo primero es analizar ese territorio, hay que limpiarlo. Saber cómo es su manejo, ahí usted tiene que poner su palabra, hablar con el *achai*[20], con esa palabra que estaba ahí; hay que hacer la misma terapia que hicieron antes, por eso es la investigación, saber con qué palabra lo manejaron; es un lugar que no está saneado ni manejado, peligroso, porque está intacto. Cuando ya está todo, en sueños uno habla, la persona habla cuál es su pensar, como va a manejar, su intención; con base de eso se sueña como va a ser, pero no hay que desviarlo, se hace el acuerdo, que pasa si uno abusa de los animales, y uno le presenta a toda la gente, así las familias, los hijos, las mujeres, no le van a hacer daño, al contrario ustedes tienen que cuidarlo, cuando ellos miran extraños ahí es cuando empiezan a renegar, porque no están en la lista (De La Cruz, 2013:11).

Foto 3. Quema de chagra. Puerto Nuevo 2013. Fuente: Pablo De La Cruz.

La posibilidad de dar manejo adecuado a un territorio, a una chagra, a unas semillas o unas plantas está directamente relacionada con la vida personal de la persona que

maneja. A diferencia de las visiones de la ciencia que separan lo biológico de lo espiritual, las normas culturales indígenas relacionan directamente el manejo adecuado de la chagra, con el manejo que se hace del espíritu, de la propia persona. A medida que la persona cumple los requisitos de dieta, cantos, trabajos y comportamientos adecuados asociados al éxito de la siembra, por ende esa persona tendrá abundancia, y dará felicidad a su familia. Según el Sabedor Tradicional Teófilo Seita, esa es la parte más dura, porque de nada sirve tener toda la información, ni conocer la historia, cuando la parte del cuerpo "domina toda la parte, es lo que está mal de la parte espiritual; la carne domina cuando está débil el espíritu, entonces ahí está el problema. Para poder sanar el problema es que debemos sanar nuestro propio problema" (De La Cruz, 2013).

3.4.1 Conocimiento tradicional y asociaciones indígenas y de mujeres en Tarapacá

La interpretación sobre el conocimiento tradicional, y para el caso de Tarapacá se muestran diferencias significativas: por una parte, para las Asociaciones indígenas el acento esta puesto sobre el territorio y la cultura; mientras que para la asociación de mujeres la valoración del conocimiento tradicional es importante para el emprendimiento social y cultural. Esta variabilidad está determinada por factores como: el género, el grado de mestización, la trayectoria política de las organizaciones, la posición geoeconómica de las comunidades con respecto a los principales centros urbanos, y su participación en los ciclos de la economía extractiva.

La asociación es la figura jurídica más común sobre la cual diferentes grupos indígenas, de mujeres y colonos de la Amazonia han optado para centralizar y redistribuir el

beneficio de sus actividades. La familia, la etnia y la comunidad, constituyen lazos de confianza y reciprocidad desde donde se reconfiguran los grupos sociales para el mantenimiento de actividades esenciales para la producción y reproducción de los pueblos indígenas. A estas formas de división del trabajo legitimadas por las estructuras parentales y acervos culturales, se le suman aquellas promovidas por el Estado y las ONG para la adaptación e integración de las organizaciones indígenas a redes más amplias de cooperación. En ese contexto, las asociaciones presentes en la zona de Tarapacá muestran el siguiente panorama desde el punto de vista de su conformación y gestión.

Las asociaciones Cabildo Indígena Mayor de Tarapacá CIMTAR y Asociación de Autoridades Indígenas Tradicionales del Amazonas ASOAINTAM se posicionan como las principales organizaciones indígenas para la administración de los resguardos indígenas Cothué Putumayo y UITIBOC. En tanto, Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá ASMUCOTAR, aparece como una asociación definida por un elemento de género, más cercana a una organización, con un mayor grado de disposición al emprendimiento y a la incorporación de un ethos basado en relaciones de producción (Hernández *et. al*., 2010).

Las familias asociadas a ASOAINTAM, son habitantes del casco urbano que se dedican a diversos oficios no necesariamente ligados con la tradición indígena, y que llevan una vida matizada por el elemento urbano. El camino del fortalecimiento identitario como indígenas, poseedores de una cultura brota como la carta más estratégica para obtener beneficios sobre un proceso reciente de construcción social en el territorio del resguardo UITIBOC, que vienen ocupando con algunas malocas y familias que habitan

permanentemente. Reconocerse como indígenas, levanta en ellos una esperanza que tiene siempre el elemento implícito de la reivindicación frente a una sociedad representada por el poder central, y es una posibilidad de obtener beneficios económicos.

La composición étnica entre ASMUCOTAR y ASOAINTAM no presenta diferencias significativas; en ambas existen mujeres de diferentes etnias y algunas no indígenas, que delinea la existencia de un fenómeno de heterogeneidad cultural. Todas las socias excepto tres pertenecen a ASOAINTAM, pero sus motivaciones y fines no acentúan en igual medida el elemento tradicional. Aunque de alguna manera también está implícita la reivindicación indígena, su condición de género e independencia frente a ASOAINTAM es una bandera importante en el camino (Hernández *et. al*., 2010).

Sin pretender aseverar que ASMUCOTAR es ajeno al proceso de lucha indígena por la reivindicación identitaria de ASOAINTAM y CIMTAR, sí es más o menos cierto que el hecho de ser una asociación sin pretensiones de administración territorial directa, le imprimen un *ethos* esencialmente diferente definido por sus socias como de "servicio comunitario", lo que las libera de muchas de las cargas políticas de la organización indígena en favor de buscar alternativas para el aprovechamiento de la agrobiodiversidad.

Por su parte ASOAINTAM ha tenido como consigna principal la reivindicación cultural y territorial. Sin embargo, esta asociación, también se ve desafiada por el reto del poblamiento del resguardo UITIBOC, en razón a que no todas las familias mantienen una presencia continua en los cabildos, dada la dependencia por los servicios como la

educación, la salud, la energía eléctrica, el entretenimiento, que se ofrecen en Tarapacá; son dinámicas que alejan en gran medida a las familias de su territorio y en particular a los jóvenes, que conlleva a un cambio de mentalidad. Sin embargo, la dirigencia de ASOAINTAM lidera un proceso para darle alternativas al territorio y se convierta en un lugar llamativo y necesario en la vida de los indígenas (Hernández *et. al., 2010)*.

Foto 4. Maloca Uitoto. Cabildo Alto Cardozo, resguardo UITIBOC 2013. Fuente: Natalia Peláez.

La población afiliada al CIMTAR es en su gran mayoría Tikuna, con algunos miembros de orígenes étnicos diversos entre los que sobresalen los Uitoto, Bora y Ocaina, esta asociación administra el resguardo Cothué Putumayo. La historia y posición geográfica de las comunidades que hacen parte de este resguardo les otorga expectativas diferentes en cuanto al fortalecimiento del conocimiento tradicional. Lo anterior, ejemplificado a través de dos comunidades: Puerto Nuevo localizada sobre la ribera del río Putumayo, tiende a asumir cada vez más un conocimiento tradicional multicultural,

mientras Buenos Aires, localizada en el río Cotuhé en frontera con el Perú, mantiene su atención en la herencia de sus raíces Tikunas (De La Cruz & Acosta, n.d.).

Esta diferencia hace que Puerto Nuevo sea una comunidad interesada en la valoración de la agrobiodiversidad para su aprovechamiento en cadenas productivas, mientras Buenos Aires, por su parte, encuentra mayor fortaleza en la conservación de su cultura a través del sostenimiento de la lengua, algunos ritos y fiestas. Cabe anotar, que estas dos comunidades, como las otras del resguardo se han visto afectadas por la deficiente gestión de sus líderes, lo que en gran medida ha relegado a muchas de sus comunidades a participar de actividades que animen su fortalecimiento cultural.

Foto 5. Ritual de icaración. Buenos Aires resguardo Cotuhé Putumayo 2012. Fuente: Pablo De La Cruz

3.4.2 Conocimiento tradicional y autonomía alimentaria en Tarapacá

Según Castro (2009); Peña-Venegas *et. al*., (2009), la transición de la familia tradicional hacia familias monoparentales y extensas, ha debilitado las relaciones y vínculos de parentesco, y con esto, la estructura familiar, generando repercusiones directas en los sistemas productivos indígenas, ya que al debilitarse la vinculación de los sistemas

parentales tradicionales, se ha intensificado el contacto con la sociedad nacional. Esto, "ha contribuido a profundizar, los ya mencionados procesos de cambio en la estructura familiar y al surgimiento de nuevas necesidades, lo que a su vez ha provocado que las prácticas productivas tradicionales se articulen cada vez más con las actividades del mercado para suplir esas nuevas demandas, cuya satisfacción depende del acopio de ingresos monetarios" (Peña-Venegas *et. al*., (2009: 60).

> Así mismo, cuando una familia monoparental y/o unipersonal, por alguna razón no cuenta con el apoyo de sus allegados, la cabeza o persona responsable de la misma, puede verse obligada a buscar otras actividades productivas no tradicionales, que le garanticen una fuente de ingresos destinados al sustento de sus familias. La vinculación de estas personas a actividades productivas remuneradas, genera una ruptura entre la tradición y la cotidianidad de las mismas, toda vez que el tiempo y esfuerzo dedicado a dichas actividades va en detrimento del tiempo que podría dedicarse a las actividades productivas tradicionales. Es el caso de las labores asociadas a las chagras, las cuales son un medio para la reproducción y dinamización del conocimiento tradicional, sobre todo de aquel asociado al manejo y aprovechamiento del medio (Acosta *et. al*., 2011: 73).

La proletarización y el acceso a servicios ha nucleado a mucha población de la Amazonía, y con ello, la distribución masiva de alimentos agroindustriales, modificando las pautas de alimentación indígena y amazónica por patrones de consumo inducidos por medio de comunicación y la mercadotecnia de las industrias, socavando la autonomía alimentaria de estas poblaciones. La capacidad de garantizar la autonomía

alimentaria de los pueblos indígenas en sus territorios ancestrales, se define como la capacidad que tiene el sistema de producción tradicional de permitir a los miembros de una sociedad indígena estar bien alimentados (Acosta, 2013). Es el derecho y deber de todas las personas a producir los alimentos acordes a su medio ecológico y cultural, se diferencia de la seguridad alimentaria[21] en que busca superar la dependencia y apuntarle a la soberanía de los pueblos para decidir qué es lo que quieren comer (Hernández *et. al*., 2010).

Los datos de Tarapacá no difieren mucho de Puerto Nariño, La Chorrera, La Pedrera y Leticia (Peña-Venegas, Mazorra, Acosta and Pérez, 2009; Acosta *et. al*., 2011; Yagüe, 2013; Fontaine 2002). Según Hernández *et. al*., (2010), el uso de productos empacados viene reemplazando el consumo de alimentos tradicionales. Las gaseosas y refrescos saborizados ya son parte de la dieta de la gran mayoría de tarapaqueños, quienes por facilidad o status, lo prefieren a un jugo natural, el cual implica traer la fruta de la chagra o adquirirlo en las pocas tiendas disponibles, estos productos han sustituido al consumo de frutas.

Este continuo reemplazo de alimentos de la chagra por otros de origen agroindustrial genera mayor dependencia alimentaria y debilita las prácticas agrícolas tradicionales (Peña-Venegas, Mazorra, Acosta and Pérez, 2009; Acosta *et. al*., 2011). En este sentido, el fortalecimiento de las prácticas tradicionales asociadas a la agrobiodiversidad se extiende a una mayor diversificación y amplitud de las posibilidades alimenticias con los productos de la chagra. Para esto, se ha iniciado con las Ferias de las Chagras, para promocionar la dieta basada en saberes y productos locales y tradicionales; y también, mejorar el acceso de los productores a canales de

comercialización e intercambio local de productos, estimulando también una agregación de valor a los productos por procesos de transformación (Sinchi, 2014).

Este bajo acceso de los chagreros a los canales de comercialización se evidencia en la no existencia de una plaza de mercado en Tarapacá, el casi nulo uso de animales de carga para traer productos de las chagras y la desmotivación de los más jóvenes a participar de las actividades agrícolas. En este punto, pensar en un futuro fortalecimiento de cadenas de valor con productos tradicionales como la fariña, el almidón, pulpas, entre otros, apunta a integrar un mercado interno para consumo local, generando vías de comercialización directa para el productor como una “plaza de mercado” (Sinchi, 2014). En ese sentido, vale la pena considerar que para Tarapacá se tenga en cuenta la experiencia del mercado indígena instalado en Leticia (Yagüe, 2013).

3.4.3 El alimento y la mujer

La alimentación de los pueblos indígenas ha sido relacionada a la figura de la mujer. Las labores de siembra y preparación de alimentos son actividades tradicionalmente de las mujeres. En los últimos años las ferias, los recetarios de cocinas (ASMUCOTAR, MADS, & PNUD, 2014), la transformación de frutales y las caracterizaciones de chagras son actividades que han animado mujeres. Su papel en las chagras y cocinas permite que muchos conocimientos tradicionales alrededor de los alimentos se transmitan de generación en generación (Sinchi, 2014).

A pesar de los cambios producidos en la dieta de los pueblos indígenas muchas mujeres aun manejan conocimientos ancestrales para la siembra y la transformación de

alimentos. Muchas de estas tradiciones se mantienen en ámbitos más “cerrados”, practicadas por aquellas que por su posición detentan la capacidad de otorgarle vida al ritual de abrir, tumbar, sembrar una chagra, e incluso a la hora de preparar y servir los alimentos (Tapullima, *et. al*., 2013).

Por lo general, cuando se acompaña a alguna señora a visitar su chagra, ella la presenta con un lenguaje que nos hace pensar que esas plantas son seres vivientes con los cuales se establecen relaciones estrechas, se suele nombrarlas con pronombres personales, por ejemplo, se suele reemplazar el nombre “la yuca” por “ella”, así se dice: “ella esta cargadita”, lo que quiere decir que el tubérculo ya está en condiciones para convertirse en alimento (Tapullima *et. al*., 2013).

Para la mujer que siembra su chagra cada cosa tiene sus rituales, que les confieren fuerza y significado a las acciones. Las relaciones entre las plantas pueden ser tan complejas como las de los mismos humanos, la experiencia de cada quien crea los códigos de comunicación para dialogar con este orden, cambiante y caótico, orden que además involucra a la dueña y al dueño, quienes deben dietar, y observar ciertas reglas después de sembrar (Tapullima *et. al*., 2013).

Las mujeres son quienes pueden dar cuenta sobre cómo funciona el sistema agroalimentario de las familias y comunidades de la región amazónica, reconocer su diversidad alimentaria, nutrimental y tener elementos más precisos para acordar acciones dirigidas a promover una autonomía alimentaria, una buena alimentación desde el punto de vista de los pueblos indígenas.

3.5. Las Ferias de Chagras en Tarapacá

En el 2012, se inició la realización del evento Ferias de las Chagras y de la Selva. La idea se empezó a gestar desde el 2009 por unos talleres de cartografía social en 6 comunidades[22] del Resguardo Cothué Putumayo, donde se evidenció el malestar de las personas por los precios que pagaban los mayoristas por sus productos (De La Cruz, 2009).

Foto 6. Feria de Chagras y la Selva. Tarapacá 2013. Fuente: Pablo De La Cruz.

Luego, de los productos entregados para el Plan de Manejo para uso y aprovechamiento del camu camu se desprendieron unos "Módulos de Capacitación diseñados en administración de empresas, empresas solidarias y organización empresarial" (De La Cruz, 2010b), estos módulos partían del problema económico de la apropiación de la plusvalía, que reportaban las comunidades aledañas al casco urbano de Tarapacá. En todas las comunidades se hizo una evaluación de las relaciones de intercambio de las comunidades productoras con la cabecera, donde se ubican los comercializadores y consumidores finales, todas las comunidades coincidían en el

mismo punto, sus productos estaban siendo vendidos a precios poco favorables para ellos y “ventajosos” para el comercializador (De La Cruz, 2010a).

En estos módulos se diseñaron una serie de talleres en herramientas de mercadeo y administración de empresas solidarias en el cual se incluyó, al final, la realización de la I Feria cultural de Alimentos y Artesanías de Tarapacá (De La Cruz, 2010b). Este primer nombre para la feria se propuso en un proceso de fortalecimiento empresarial y transformación de frutales amazónicos que lideró ASMUCOTAR y el Instituto Sinchi. Por eso la propuesta incluía la capacitación en herramientas de mercadeo y administración de empresas. Ese año no se realizó la feria, pero la idea quedó como tarea pendiente entre los participantes.

Imagen 4. Primer diseño de poster en el año 2010. Fuente: Instituto Sinchi.

Luego se referenció como una Feria intercultural de alimentos y artesanías de Tarapacá (De La Cruz, 2010a). Para quedar con su nombre actual, y ahora, desde ASOAINTAM proponen que se llame Feria de Abundancia. El nombre tiene importancia, dice y

sugiere cual es el espíritu que lo manifiesta. La Feria tuvo su primera edición cuando se implementó el proyecto del conocimiento tradicional asociado a la agrobiodiversidad y durante esos años se levantó información biológica y etnobatánica de la agrobiodiversidad presente en las chagras, y por eso mismo, su atención se focalizó en el lugar donde se investiga y aprende sobre la abundancia, ciclos de siembra y cosecha de plantas, frutas, palmas, y tubérculos: la chagra (Sinchi, 2014).

La percepción que produce la palabra “abundancia” es de “grandeza”, y abarca no solo a la chagra sino los otros espacios de producción y reproducción de los conocimientos tradicionales como las cocinas, solares, paseras, e incluso las malocas. Lo más pertinente es que se promocione como Feria de Abundancia. Esta transformación en el nombre fue la misma discutida para el calendario ecológico, el cual fue renombrado Calendario de Abundancia (Sinchi, 2014). Y está en concordancia con la definición que los pueblos indígenas Uitoto, Bora, Okaina, y Muinane de La Chorrera que asumen en su plan de vida (AZICATCH, 2008); posteriormente, los resultados logrados por Acosta (2001), y Acosta (2013) que asume el concepto de Abundancia como un concepto de bienestar de los pueblos indígenas. De acuerdo a Acosta *et. al*., (2011) los modos de vida indígena, se deben contextualizar en referencia al concepto de *abundancia* como reflejo de diversas prácticas de abastecimiento alimentaria, que pueden verse en los intercambios de semillas, mingas, conocimientos y productos en general.

Foto 7. Muestra de productos en la Feria de Chagras y la Selva. Tarapacá 2013. Fuente: Pablo De La Cruz.

El concepto de abundancia, se sustenta en: “1) la existencia de una base natural que comprende los recursos o activos a partir de los cuales se construye la vida indígena; 2) los conocimientos tradicionales que permiten el uso y manejo de los recursos naturales; 3) la existencia de una reproducción cultural, social, ética, a partir de las cuales se garantiza la reproducción de la vida colectiva y de cada uno de los miembros que hacen parte de las sociedades indígenas” (Acosta, 2008:12).

La Abundancia se referencia como un vector para poner en marcha una gran diversidad de interés en las comunidades no necesariamente alineadas hacia el conocimiento tradicional, pero siempre teniendo en cuenta el aprovechamiento de recursos locales como fuente de inspiración que apunta a una nueva manera de concebir la cultura.

Los productos mas abundantes en las ferias han sido las comidas y bebidas como el casabe, la caguana, el tucupí, y el mojojoi (Sinchi, 2014). Datos del Sinchi (2014) para la II Feria de Chagras muestran que el 40,4% de los productos correspondían a la categoría de alimentos procesados y comidas tradicionales, y su participación en ventas

fue del 44,5% (sobre un total de 1182 USD). El 30,8% de los productos sin transformar proviene de las chagras, paseras, y viveros y su porcentaje de participación en ventas fue del 20% del total comercializado durante la feria.

Según el Sinchi (2014), en la II Feria de Chagras el 80% de productos ofertados eran primarios, sin transformar, y el 20% productos secundarios, o sea transformados. Bajo este escenario hipotético, un mercado local se abastecería en su mayoría alrededor del 80% de productos primarios; y el 20% restante en productos con precios superiores a estos manejando un mayor volumen, en concordancia con el principio de Paretto, donde el 20% de los productos generan el 80% de los ingresos. Así que el 80% aproximadamente de los productos deben estar dentro del rango de precios más bajos y el 20% del inventario ofertado debería tener precios superiores a este.

Los productores que participaron del 20% de productos con mayor valor agregado, como artesanías y alimentos preparados, obtuvieron mayores ingresos por la venta de sus productos en menores cantidades. Esto permite determinar dos temas, existe demanda en Tarapacá para productos con valor agregado y altos precios, para lo cual es posible desarrollar productos más allá de la venta de bienes primarios, a través de la especialización del conocimiento y creación de productos y la innovación. Por otra parte permite determinar, que la economía y comercialización de productos tarapaqueña, está basada en la venta de productos primarios, y los actores en su gran mayoría hacen parte del primer eslabón de las cadenas productiva de cada uno de los productos, recolectores, cultivadores y extractores (Sinchi, 2014).

4. Justificación y problema de investigación

Desde el año 2011, el Instituto Sinchi y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible iniciaron un proceso de apoyo a las asociaciones Asociación de Mujeres Comunitaria de Tarapacá (ASMUCOTAR), Asociación de Autoridades Indígenas Tradicionales de Tarapacá (ASOAINTAM) y Cabildo Indígena Mayor de Tarapacá (CIMTAR) para la protección, promoción y recuperación de los conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad.

En los años 2012, 2013 y 2014, se realizaron en Tarapacá las primeras Ferias de Chagras y la Selva. Las organizaciones locales y el Instituto Sinchi, consideran que el fomento de estas ferias son un mecanismo favorable para: i) el fortalecimiento de algunos conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad; ii) resaltar la importancia dentro de las comunidades por una mayor autonomía alimentaria; iii) una forma de agregarle valor a las actividades agrícolas, artesanías y a las cocinas tradicionales; iv) una alternativa de empoderar capacidades en las comunidades indígenas para sostener e instrumentalizar mercados justos en el marco de una oferta y demanda de una economía capitalista; y v) una manera de conservar la agrobiodiversidad de los ecosistemas (Sinchi, 2014).

Después de cuatro años de trabajo entre las organizaciones locales y el Instituto Sinchi surge la pregunta ¿cómo la organización de Ferias de Chagras ha contribuido a los conocimientos tradicionales de las comunidades y grupos de mujeres de Tarapacá? y a partir de esta experiencia ¿cómo aportamos elementos que nos encaminen hacia la

construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo, urbano para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá?

Esta información, por un lado, puede proporcionar herramientas útiles a las organizaciones e instituciones interesadas en el avance de propuestas que busquen una mayor autonomía alimentaria de los pueblos indígenas y reducir su dependencia de productos agroindustriales, y, segundo, aporta elementos teórico prácticos para consolidar estrategias agroalimentarias sustentables en la Amazonia colombiana.

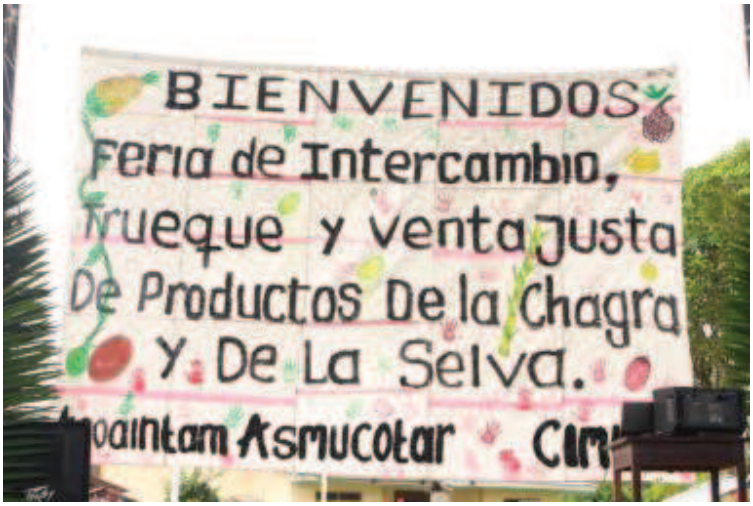

Foto 8: Pancarta promocional feria. Tarapacá 2014. Fuente: Iván Ramírez.

Como hipótesis inicial consideramos que la organización de Ferias de Chagras y la Selva en Tarapacá ha contribuido a lo que desde la experiencia de los actores se considera un aporte significativo al conocimiento tradicional. Y que estas experiencias pueden arrojarnos elementos clave para la instrumentalización de mercados solidarios, y justos, a la vez que revalorizan ciertos conocimientos tradicionales en su interacción con las estructuras sociales, y económicas, en la cual están inmersas las comunidades indígenas.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Analizar cómo la organización de Ferias de Chagras en Tarapacá ha contribuido a valorar prácticas y conocimientos tradicionales indígenas; y analizar cómo estas ferias pueden propiciar una mayor participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.

5.2. Objetivos específicos

i. Describir como las Ferias de Chagras han contribuido a valorar los conocimientos tradicionales mediante el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.
ii. Describir como las Ferias de Chagras han contribuido a generar acciones por parte de organizaciones de mujeres para promover conocimientos y prácticas tradicionales asociadas al uso y manejo de la agrobiodiversidad.
iii. Valorar como las Ferias de Chagras pueden aportar elementos organizativos que apoyen la participación de las comunidades en mercados solidarios y justos.

III. METODOLOGIA

Las preguntas que pretendemos responder en esta investigación son ¿cuáles son las contribuciones de las Ferias de Chagras a los conocimientos tradicionales de las familias del casco urbano? y ¿cómo desde esta experiencia aportamos elementos que nos encaminen hacia la construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo, urbano para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá?

En relación a la primera pregunta, las contribuciones de las Ferias se refieren a los significados que las personas asocian a estos eventos como espacios de producción de experiencias sociales, culturales y económicas. La variable que se midió fueron las percepciones sobre las contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales y al intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.

De la aplicación de los instrumentos surgieron las categorías emergentes de: ventas, compartir, conocimientos nuevos y tradición. Como beneficios surgieron las categorías de: económicos, o sea monetarios; de aprendizaje; y relaciones con otros, sean estos indígenas de otras comunidades, o representantes de instituciones. En cuanto a las acciones orientadas para garantizar la transmisión de los conocimientos tradicionales, y la socialización intergeneracional, se indagó por las actividades culturales (bailes, cantos, historias), artísticas (música, pintura) y entretenimiento (juegos, concursos) que las señoras desean ver con más frecuencia durante las ferias.

Con estas categorías buscamos acercarnos a una construcción operativa sobre la Feria de las Chagras, conocer, primero, cuáles son sus apuestas como una estrategia de organizaciones indígenas y de mujeres, en un espacio social referenciado por procesos

de cambio en los sistemas de conocimiento tradicional y en las dinámicas globales de la economía. Y segundo, cómo desde las ferias de las chagras se reconoce una alternativa viable a un proceso continuo de fortalecimiento de las relaciones de intercambio, y una participación mayor de las comunidades indígenas en una economía local.

Para esto, profundizaré en las ferias como espacios de experiencias, ideas, prácticas, intereses y afectos. Retomo los aportes que hacen varios autores quienes se refieren a las ferias como espacios sociales que se debaten entre las lógicas de mercado y lo que se construye como tradicional e indígena (Montenegro, 2012) y sus contribuciones al manejo de la agrobiodiversidad por parte de las comunidades (Adhikari *et. al*., 2005; Pit *et. al*., 2003). Con esto, nos interesa la Feria de Chagras como un espacio de prácticas sociales que reproduce lógicas que reinterpretan la diversidad cultural, el conocimiento indígena, y su lugar en una economía globalizada.

Con respecto a la segunda pregunta, se buscó construir elementos clave para la instrumentalización de mercados solidarios, y justos, para esto partimos de la hipótesis que una mayor participación de las familias indígenas en el intercambio y comercialización de productos revaloriza ciertos conocimientos tradicionales en su interacción con las estructuras sociales, y económicas, en la cual están inmersas las comunidades indígenas.

Se midió la participación de las comunidades indígenas en el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad, tomando como variables la venta directa e intercambio de productos, venta e intercambio con intermediarios, y

participación en ferias. A partir de esta información se analizó para los productos locales: forma y lugar de adquisición, distribución de productos locales según forma de adquisición, comercializadores, venta y destino de productos de la chagra, productos de la chagra comercializados, participación en mingas, grupo social de participación en mingas, productos ofrecidos en las ferias, y productos sugeridos con mayor demanda en las ferias.

1. Posición epistemológica y estrategia metodológica

El presente trabajo analiza información proveniente de métodos cualitativos como encuestas semiestructuradas y conversatorios, con algunos datos cuantitativos obtenidos a partir de los diarios de consumo, encuestas, e información secundaria del Instituto Sinchi y las organizaciones. Cómo elemento dinamizador se aplicó un juego de rol diseñado específicamente para provocar la reflexión en torno al intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.

La combinación de métodos y los objetivos planteados se inspiran en la Investigación Acción Participativa. Esta propuesta surge en concordancia con un proceso de fortalecimiento de los conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad adelantado por las familias afiliadas a las asociaciones indígenas ASOAINTAM, CIMTAR y ASMUCOTAR, e investigadores y contratistas del Instituto Sinchi y el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Para esta tesis se tuvo en cuenta información del Instituto Sinchi desde 2009, lo que permitió aprovechar el tiempo de investigación en explorar una fase propositiva basada en la experiencia de los actores.

Los datos cuantitativos se conjugan a métodos cualitativos de recogida y análisis de los datos. Estos se emplearon en una fase propositiva. Se interactuó con las comunidades, empleando una metodología pedagógica que aprovechara el tiempo creando momentos de encuentro juego y diálogo, que animaron a la gente a participar de manera alegre y espontánea.

Si ubicamos esta investigación en un esquema cartesiano (Imagen 2) propuesto por Pautasso *et. al*., (2012) que muestra la posición epistemológica de la investigación en torno a "redes de intercambio de semilla" con relación a la conservación de la agrobiodiversidad, nuestra investigación se posiciona en el nivel más empírico de la perspectiva cualitativa, proyectando posibles escenario que "ayuden más a la planeación que a la predicción del futuro" (Pautasso *et. al*., 2012) aportando a las bases de un proceso social que no se agota con la realización de esta tesis.

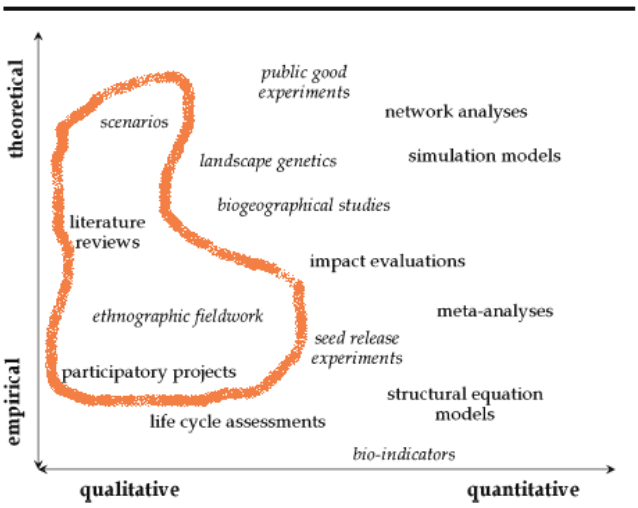

Imagen 5 Selección de métodos disponibles para estudiar redes de intercambio de semillas en el contexto de la conservación de la agrobiodiversidad. En naranja se señala los métodos escogidos para esta investigación. Fuente: Pautasso *et. al*., (2012)[23].

1.1 Diarios de consumo

Para evaluar la participación de las familias en el intercambio y comercialización de productos se aplicó con ocho familias habitantes del casco urbano un diario de consumo, que cada familia llenó durante tres semanas. Para este ejercicio se reunió a las señoras de ASMUCOTAR y la coordinación de mujeres de ASOAINTAM, se les explicó cómo llenar el formato y se repartió a las señoras que accedieron a colaborar. Los diarios de comidas (como los llamamos en campo) responden a las preguntas sobre qué se come, cómo y dónde se obtiene. Se inició el ejercicio con quince señoras para que registraran por tres semanas lo que comían en sus casas, de las cuales solo respondieron con rigurosidad ocho. El ejercicio no tenía como objetivo alcanzar una muestra estadística, sino tener una primera experiencia de generar información sobre los alimentos que llegan a las cocinas. Durante las tres semanas se hacían visitas a la casa de las señoras para resolver dudas y orientar en lo que fuera necesario. El formato especifica los productos que consume, donde los consigue y la forma de adquirirlo.

La forma de obtención de producto se sistematizó en tres variables:

1. Tienda local: Comerciantes que venden productos agroindustriales.
2. Vecinos: Compra directa a pobladores del centro urbano de Tarapacá se incluyen puertas de las casas y ventas ambulantes.
3. Comunidades: Productos que se adquieren en comunidades fuera del casco urbano.

Para los intercambios con dinero se recogió el precio y cantidad del producto, con el fin de comparar las diferencias según la esfera de circulación.

1.2 Encuesta semiestructurada

Se aplicó una encuesta semiestructurada a 20 señoras, incluyendo las 8 que entregaron diarios de consumo, más 12 del casco urbano, con el fin de ampliar los datos de alimentos locales que consumen las familias. La ventaja de la encuesta es que no requirió mayor compromiso de las señoras como si lo tuvo el diario de consumo que dependía en gran medida de su tiempo y voluntad. La encuesta preguntó por los productos de las chagras, solares y paseras que han sido vendidos alguna vez por las señoras; se indagó sobre su participación en ferias y su percepción en cuanto a objetivos, beneficios y gustos alrededor de la feria.

1.3 Conversatorios, talleres y observación participante

Gran parte del trabajo de campo se hizo compartiendo espacios cotidianos usados por las comunidades para coordinar actividades de trabajo interno. De esta manera, se participó de mambeadas en las malocas, reuniones al interior de las organizaciones, charlas informales en casas, visitas a las chagras, dos encuentros organizados entre los cabildos y los funcionarios del Sinchi, talleres de filmación de comidas tradicionales y se participó también en el día del campesino organizado por el corregimiento, la base militar y la policía nacional.

Los conversatorios y la observación participante permiten obtener información que a veces es difícil conseguir por medio de un instrumento de investigación puntual, esto

facilitó enriquecer la base de información, y participar de espacios de coordinación para la cuarta feria de las chagras.

Durante el trabajo de campo se realizaron las siguientes reuniones: Una con la Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá (ASMUCOTAR), una con la coordinación de mujeres de la Asociación de Autoridades Indígenas Tradicionales de Tarapacá Amazonas (ASOAINTAM), una con la comunidad de Puerto Nuevo, una con el Cabildo Indígena Mayor de Tarapacá (CIMTAR), una con las tres asociaciones ASMUCOTAR, ASOAINTAM y CIMTAR, y otra con el equipo coordinador de la feria. Se realizaron tres talleres, uno con la comunidad de Peña Blanca, una con la comunidad de Alto Cardozo, y una con la comunidad de Bajo Cardozo. Además de eso se realizaron varios conversatorios con asociados y habitantes de las comunidades. En algunos de éstos se tuvo la oportunidad de jugar el Juego de las Ferias. Cabe anotar que en estos encuentros también hicieron presencia los funcionarios del Instituto Sinchi y algunos representantes de la IE Villa Carmen.

Estas reuniones, talleres y conversatorios tuvieron como objetivo reflexionar sobre los principios básicos de las Ferias de las Chagras, tomando como base la experiencia de los años anteriores. En estas reuniones se discutió punto por punto cada uno de los aspectos que han motivado la realización de las ferias, se discutió sobre conocimientos tradicionales, intercambio de productos y ferias. Este ejercicio permitió acercar a las comunidades a las bases conceptuales que se han ido asentando a lo largo de su realización, a la vez que se evidenciaron otros elementos a tener en cuenta y que hacen parte de las problemáticas locales.

Como estrategia de interacción se diseñó un juego específicamente para evocar algunos elementos presentes en las actividades de producción, y comercialización de productos de la chagra. A través del juego se interactuó con 33 personas de diferentes edades desde los 12 hasta los 50 años; 19 hombres y 12 mujeres; 12 jóvenes (13-18 años), 8 niños (7-12 años), y 11 adultos (Mayores de 18 años). El juego de rol no fue un objetivo "en sí", sirvió como un medio, una excusa para entrar en una experiencia vivencial y creativa: reunirse, divertirse mientras se construyen perspectivas de análisis participativo inspirado en el comercio e intercambio de productos.

El juego se utilizó como preámbulo a las entrevistas, conversatorios y talleres alimentando la construcción discursiva sobre lo que significa el intercambio y la comercialización en la población de Tarapacá. El juego facilitó la reflexión y la discusión sobre las estrategias de las familias indígenas para el intercambio y comercio de productos, con el objetivo de recoger elementos que nos permitan evaluar cuáles son las restricciones y posibilidades que tendría la implementación de un lugar fijo para el intercambio y comercialización de productos de la agrobiodiversidad.

Imagen 6. Iconografía juego de la feria. Fuente Baquero (n. d).

Arriba a la izquierda: Representación de la chagra, de la familia y de los recursos de cada jugador. Arriba a la derecha: Precio de cada uno de los productos en el mercado, ese mercado puede ser: en la calle, en la puerta, (o ventana, o balcón de la casa), en la tienda o en el mercado. Para ingresar a cada uno de estos mercados el jugador debe cumplir algunos requisitos. En el medio, plantas que se siembran en la chagra. Abajo a la derecha: frutos que se obtienen de las anteriores plantas. Abajo a la izquierda: cinco temporadas del calendario ecológico o ciclos de un juego. Son 3 de 4, y 2 de 5 turnos, dando un total de 22 (Baquero; sin publicar).

IV. RESULTADOS

Los resultados muestran como los procesos de organización de Ferias de Chagras y la Selva han contribuido a los conocimientos tradicionales de las comunidades y grupos de mujeres de Tarapacá, y a su participación para consolidar los intercambios y comercio local de productos de la agrobiodiversidad. Para esto se describen las percepciones de las familias sobre el objetivo y los beneficios de las ferias. Como objetivos se toman las categorías de ventas, compartir, conocimientos nuevos y tradición; y como beneficios de las ferias se obtienen los económicos, o sea monetarios; de aprendizaje; y la oportunidad de relacionarse con otros, sean estos indígenas de otras comunidades, o representantes de instituciones.

Luego se caracterizan las percepciones sobre la frecuencia y actividades que las personas encuestadas proponen para las ferias. La frecuencia se relaciona con los motivos que las personas puedan tener para querer participar en una feria con relación a la disponibilidad de productos de las chagras. Y las actividades describen las ferias como un espacio de prácticas asociadas a conocimientos tradicionales como bailes, historias, danzas, juegos, y más allá, como un espacio que conjuga otras expresiones culturales y artísticas no necesariamente asociadas a las tradiciones indígenas.

Para ampliar esta información, se presenta un cuadro que sintetiza (Anexo 2) cuatro casos de organizaciones de mujeres: Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ; la Asociación de Mujeres Ariana de Puerto Nuevo, ASMUCOTAR; y la coordinación de mujeres de ASOAINTAM que ejemplifican el papel de las mujeres que participan en las ferias a los conocimientos tradicionales y a iniciativas de intercambio y comercialización local de productos.

A partir de estos resultados, y con información adicional sobre el acceso de las comunidades al intercambio y comercialización local de productos, se presenta un análisis de las principales estrategias de las comunidades para generar una mayor participación en mercados solidarios mediante el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad. Luego se presenta una propuesta de mercado solidario con los principios éticos a seguir en el intercambio y comercialización en ferias y mercados.

Los resultados señalan cómo la organización de Ferias de Chagras y la Selva en Tarapacá por parte de las organizaciones locales CIMTAR, ASMUCOTAR y ASOAINTAM y con el apoyo del Instituto Sinchi, ha contribuido al proceso de promoción, protección y recuperación de conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad. La participación de las comunidades indígenas en los intercambios, y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad sostienen los procesos que sustentan la autonomía alimentaria y revaloriza los conocimientos tradicionales en su interacción con las estructuras sociales, y económicas, en la cual están inmersas las comunidades indígenas.

1. **Percepciones sobre las contribuciones de las Ferias de Chagras a los conocimientos tradicionales y al intercambio y comercialización de productos de la agrobiodiversidad**

A partir de la encuesta se evaluó la percepción de las familias participantes en la Feria de Chagras. Se preguntó a las señoras ¿Para qué considera que es la feria? Con esta pregunta se buscó evaluar cual consideran que es el objetivo general de las ferias.

Según la Figura 1, el objetivo general de la feria está principalmente en la posibilidad de vender los productos (44%) y compartir (32%). Vender productos se expresa como “Hay muchas señoras que nos beneficiamos, que haya como más cosas” (Cindi Gómez). “Es como una economía de la chagra, de ahí sale producto pa uno y para vender” (Rosalía Gómez). “Vender los productos, quedarse bien con la gente, que no se quejen” (Verónica Ferreira). “Para poder vender mi producto” (Celina Tello).

El hecho de compartir se expresa en respuestas como “la unión de diferentes comunidades” (Dixit Ahuanari), “Amistad con la gente de las comunidades” (Fátima Silva). “Para dar más motivación y que la gente venda en ese momento hay una familia que se une” (Iracina Núñez). “Compartir con personas que no están” (Dair Montezuma). “Integración entre asociación y comunidades” (Etelvina Souza). “La convivencia” (Elsa Noemí Mozambite).

La feria es una experiencia, se valora lo que no se conoce, lo que asombra, lo que enseña algo, es una presentación social donde se resalta la posibilidad de aprender algo nuevo. El 12% de las entrevistadas consideran la feria como una oportunidad de obtener conocimientos nuevos y lo expresan en frases como “Mirar productos, el racimo de plátano, la caña, la yuca más grande, ver lo que no se ha visto” (Doris Rojas). “Tener más ánimo de hacer otras cosas, para que la gente compre, invitar a las comunidades que traigan su artesanía” (Lila Bernardino). “Conocer nuevos productos, que llegue gente de afuera y darse a conocer” (Trinidad Polanía). “Demostrar los productos de la chagra y la selva” (Nilida Mendoza). “Pa’ ver que las personas sacan para vender, qué actividad hacen, para uno es como una alegría, un placer. Presentar con orgullo delante de la gente” (Elba Gonzales).

El 12% señaló la recuperación de tradiciones como el principal objetivo de la feria. Por ejemplo para Adalgiza Ahuanari el principal objetivo de esta es “recuperar la tradición, que los hijos no la pierdan y tener productos sanos”. “Que no se olvide la costumbre, que siga vivo” (Nora del Águila). “Fortalecer esa tradición, sino se pone en práctica se pierde” (Patricia Carvajal). “Intercambiar semillas” (Loila Cuellar).

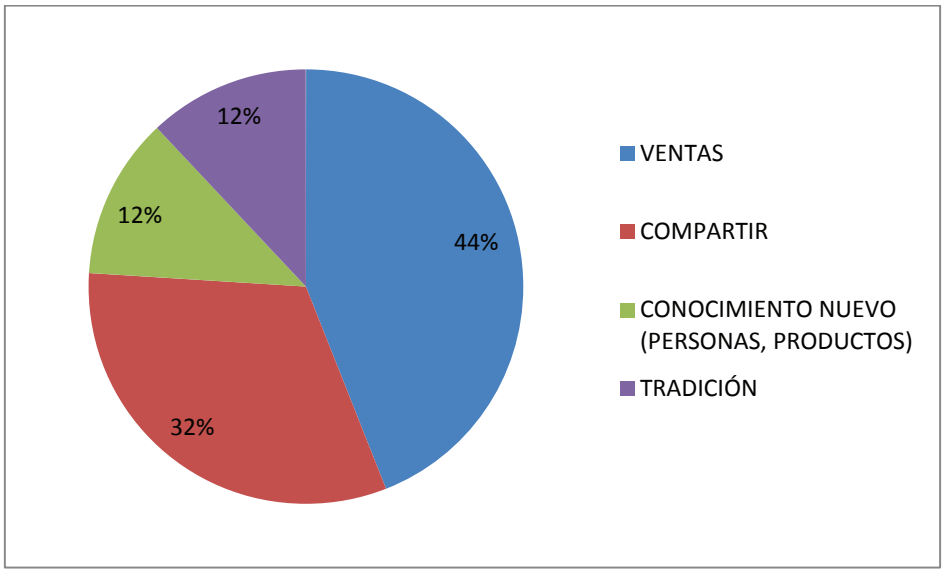

Figura 1 Percepción sobre el objetivo de la Feria de Chagras. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015
.

Se preguntó a las señoras, personalmente en que las beneficia participar en ferias. Para las personas encuestadas, el mayor beneficio que tiene la feria está en el aspecto económico con un 65%. Como un espacio de aprendizaje el 20%, y de relacionarse con otras personas un 15% (Figura 2). Vale la pena anotar, que la palabra beneficio evoca directamente en las personas un sentido de interés monetario o material, la feria a pesar de ser un espacio donde se resaltan productos y conocimientos locales se

percibe también como una vitrina de promoción hacia otras personas, que pueden ser instituciones, interesados, o simplemente clientes.

Estas respuestas se dan en estos términos, “esa feria me sirvió porque ahí pude ganar mi pesito y eso es favorable para uno” (Bety Luz Maitahuari). “Hay personas que compran y con eso ellos pueden comprar un mercado” (Dixit Ahuanari). “Vender productos” (Fátima Silva). “Ventas” (Adalgiza Ahuanari). “Económico” (Dair Montezuma). “Venta de productos” (Trinidad Polanía). “Lo de la chagra, porque de ahí sale” (Nora del Águila). “Ese día se vende a buen precio, todo se vende” (Patricia Carvajal). “Se vende lo que no sale, como las artesanías” (Etelvina Sousa). “Se venden productos y el intercambio” (Elsa Noemí Mozambite). “Vender” (Celina Tello).

Las relaciones como beneficio se evidencian en respuestas como “viene gente del Sinchi” (Iracina Núñez). “En esa hora que uno saca todo, uno puede vender, porque viene la gente a mirar si le gusta o no le gusta, esa gente que está allá come lo que comemos nosotros, ellos les gusta, pescado con ají, ellos van mirando, van revisando y dicen me guarda de esto, uno puede vender” (Anuncia Gómez).

El aprendizaje se expresa en respuestas como “para saber cómo más aprender, no tanto económicamente” (Cindi Gómez). “Saber qué llevar” (Rosaliía Gómez). “Intercambio cultural y conocer de los demás” (Nilida Mendoza). “Uno conoce más semillas que uno no tiene, se integra más con la gente” (Loila Cuellar).

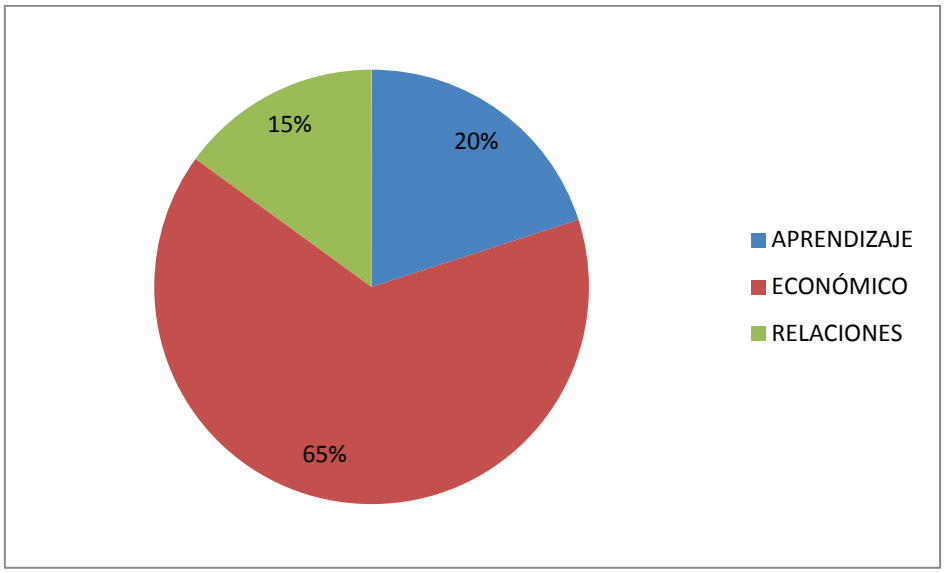

Figura 2 Beneficios ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

Para las señoras encuestadas la fecha adecuada de la feria está marcada por la abundancia de frutas, ya que el plátano y la yuca son más o menos constantes durante el año, otras cosechas como la de aguacate y piña son también productos que pueden marcar una buena temporada para esta celebración. La mayoría de las señoras se inclinaron porque la feria se realice cada seis meses (Figura 3), en los meses de junio y noviembre. “Me gustaría que sea a medio año y otra a fin de año, porque en ese tiempo una ya puede tener los productos buenos en la chagra” (Doris Rojas). “Es bueno hacer la feria en tiempo de fruta porque a veces hacen y no hay qué uno llevar” (Anuncia Gómez). “Cuando es tiempo de fruta” (Bety Luz Maitahuari). “Ya están produciendo las chagras” (Celina Tello). “Si se hace cada rato la gente no tendría suficiente” (Loila Cuellar). “Que la gente saque producto y trabaje más chagra” (Cindi Gómez). “Porque se hace chagra en junio, julio, agosto quemar, ya pa diciembre está” (Nora del Águila).

“Si es muy seguido se cansa” (Trinidad Polanía). “Porque hay hartos productos” (Fátima Silva). “Los niños están en vacaciones” (Dixit Ahuanari).

Pero hay quienes prefieren que sea una vez al año: “Hay productos que se demoran un año” (Nilida Mendoza). “Más pegado queda muy apretadito” (Verónica Ferreira). “En el mes de diciembre hay de todo” (Elicidi Payeu). Otras sugieren que se haga cada dos o tres meses, para este grupo, la feria se asocia más a un día de mercado: “Da tiempo pa tener las cosas” (Rosalía Gómez). “Da tiempo pa organizar” (Etelvina Sousa). “Cada época de cosecha, el pimentón se da cada tres meses” (Adalgiza Ahuanari). “Una al año es muy poco pero no siempre porque no hay chagras” (Lila Bernardino).

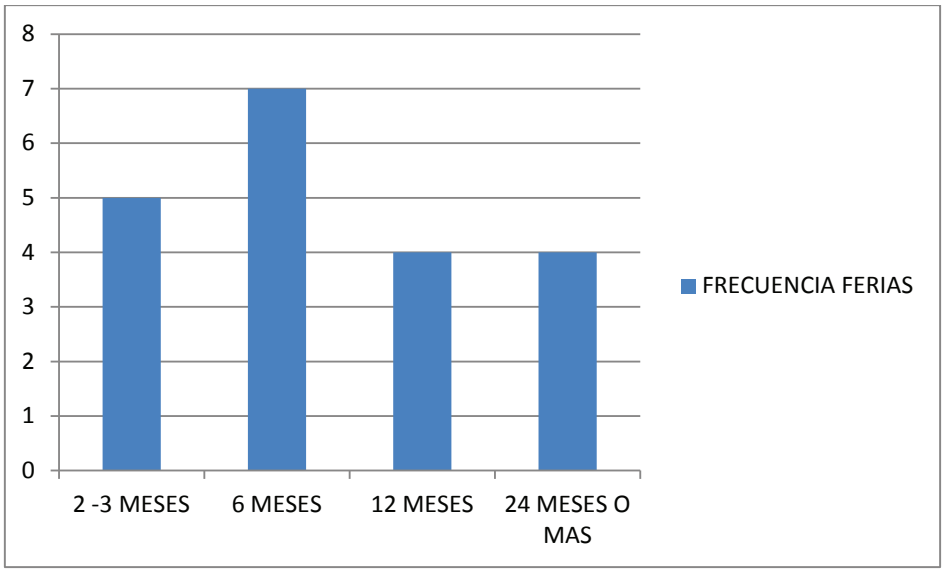

Figura 3 Frecuencia ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

La encuesta evaluó la percepción de las señoras sobre qué actividades les gustaría que se realizaran en las ferias. La mayoría prefieren que la feria sea un espacio para la presentación de bailes y cantos tradicionales y para el entretenimiento con juegos,

concursos y bailes no tradicionales. Una pequeña parte se refirió a actividades artísticas como música, danza y teatro (Figura 4).

En cuanto a las presentaciones tradicionales las señoras se refirieron de la siguiente manera: “A mí me gustaría ver el baile de tradición, no solo una etnia tenemos, tienen que presentar su baile” (Anuncia)“ A mi me gustaría ver lo tradicional porque esos bailes así no me agradan, bailes de pa aquí pa allá no me gustan, así chiquitas con pocas ropas, eso no me gusta ver, con un “shortsito” a bailar, una presentación debe ser algo más decente” (Bety Luz Maitahuari) “La presentación del duende me gustó porque eso lo hace uno alegrar” (Elisa Palma). “Participación de otras comunidades con sus danzas culturales” (Iracina Núñez). “Una presentación tradicional” (Doris Rojas). “Baile, danzas” (Fátima Silva). “Bailes de los que sacan los productos” (Lila Bernardino). “Bailes típicos, representación por etnia” (Patricia Carvajal). “Bailes historias” (Etelvina Sousa). “Baile tradicional de mano a mano” (Rosalía Gómez). “Danzas, cosas culturales” (Véronica Ferreira). “Danzas, historias” (Nilida Mendoza). “Revivir la antigüedad de cada etnia” (Loila Cuellar). “Baile tradicional de varias etnias” (Anuncia Gómez).

Las actividades de entretenimiento son aquellas que pueden ser inspiradas o no en las tradiciones de las comunidades y se llevan a cabo con el fin de generar esparcimiento entre los asistentes. Las señoras se refirieron a ellas así: “Concursos, rajar leña, carreras, el arco, la bara de premio” (Dixit Ahuanari). “Rumba” (Iracina Núñez). “Concursos” (Fátima Silva). “Concursos de cerbatana” (Adalgiza Ahuanari). “Concursos, dinámicas, juegos interactivos” (Dair Montezuma). “Concurso de baile” (Trinidad Polanía). “Una dinámica de las señoras que trabajan” (Elba Gonzales).

Las actividades artísticas son las que sin ser tradicionales como la música con instrumentos, la pintura, la poesía, las manualidades o el teatro pueden o no evocar aspectos de las culturas indígenas. A estas se refirieron de la siguiente manera "Concurso de niños que cantaran en idioma" (Trinidad Polanía). "Que los niños dibujen" (Etelvina Sousa). "Aprender a hacer artesanías" (Elsa Noemí Mozambite).

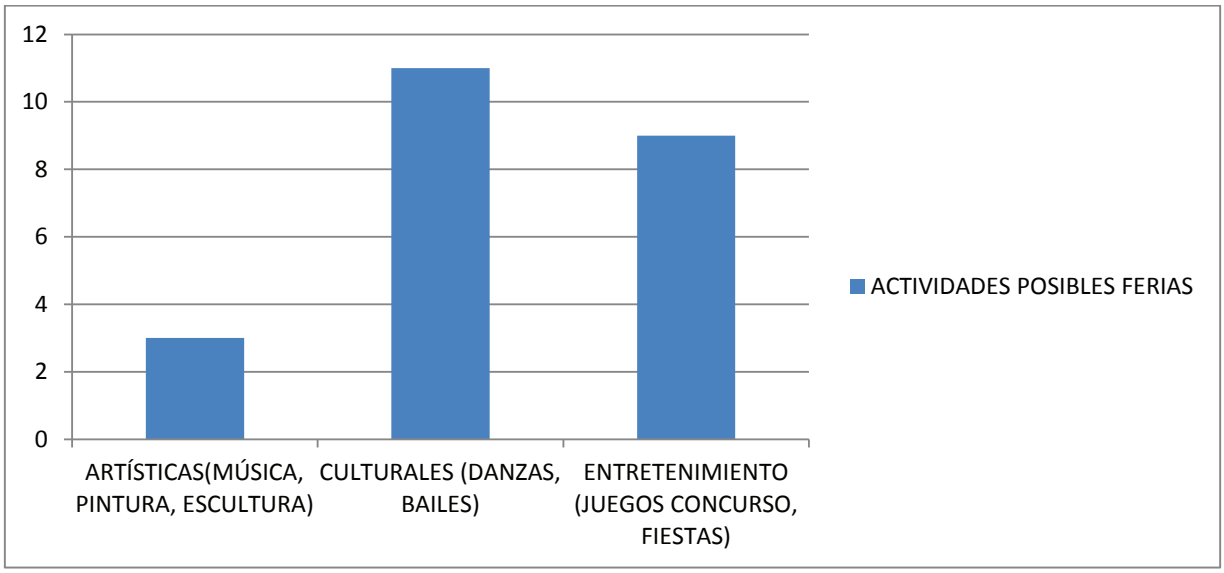

Figura 4. Actividades posibles ferias Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

2. Contribuciones de las organizaciones de mujeres a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos

La metodología de la investigación en un principio no discriminó la población por género, pero el mismo curso de la experiencia indicó que las encuestas y diarios de consumo serían instrumentos más provechosos si se trabajaban con mujeres. Por eso, esta investigación resalta el papel de las mujeres, en la organización de ferias, miniferias y sus contribuciones a los conocimientos tradicionales. El centro de las ferias

ha sido la chagra y la comida, escenarios donde las mujeres tradicionalmente han cumplido funciones como conocedoras, administradoras y trabajadoras. Las Ferias han sido en su mayor parte animadas y enriquecidas gracias al trabajo de las mujeres. Son ellas las que se encargan de escoger los alimentos, cocinarlos y presentarlos.

Se encontró que existe una marcada diferencia entre la participación de hombres y mujeres en la organización de ferias, y por lo tanto en la contribución a los conocimientos tradicionales, intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad. Por eso, esta investigación resalta el papel de las mujeres, y ejemplifica con una etnografía (Anexo 2) las contribuciones de cuatro casos de organizaciones de mujeres que han participado activamente en la organización de ferias, a funcionalizar y resignificar algunos conocimientos tradicionales en el intercambio y comercialización local de productos.

Las organizaciones de mujeres como Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ, la Asociación de Mujeres Ariana de Puerto Nuevo, ASMUCOTAR y la coordinación de mujeres de ASOAINTAM son los casos más relevantes encontrados durante el trabajo de campo de experiencias que atienden directamente al fortalecimiento de los conocimientos tradicionales, intercambio y comercialización de productos, que contemplan la realización de ferias como un vehículo clave para su visibilización ante la comunidad y las instituciones.

Los motivos que logramos rastrear incluyen un amplio mosaico que va desde la atención de necesidades puntuales como la salud, la alimentación, el emprendimiento, el rescate de conocimientos tradicionales, el fortalecimiento de la gobernabilidad de las comunidades sobre sus recursos naturales, y la extensión de estas iniciativas hacia

instancias del nivel local, regional y nacional. A continuación se describen en un cuadro el carácter de cada una de estas organizaciones y sus contribuciones a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.

Tabla 1. Contribuciones de organizaciones de mujeres a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos.

Nombre de la organización y descripción	Contribuciones a:	
	Conocimientos tradicionales	**Intercambios y comercio local de productos**
Grupo de sabedoras Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ: Del Uitoto glosado al castellano, significa espíritu de la palabra medicinal. Organización principalmente de mujeres, liderada por Alba Tabares y Teófilo Ceita está enriqueciendo un vivero con plantas medicinales en la comunidad de Alto Cardozo en el resguardo Uitiboc. La idea de conformar Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ surgió gracias a un trabajo que ASOAINTAM inició con la Secretaría de Salud de la Gobernación del Amazonas entre 2012 y 2013, donde se realizaron varios encuentros para saber quién exactamente maneja conocimientos de medicina tradicional.	El objetivo del vivero es visibilizar la medicina tradicional y recuperar prácticas medicinales La organización cuenta con la maloca de Teófilo Ceita y doña Alba que sirve de mambeadero[24], se tuesta coca, se hace ambil[25], caguana[26], remedios, se transmiten saberes de plantas, historias, cantos y se ejerce el gobierno del Resguardo Uitiboc. Alba y Teófilo vislumbran esta iniciativa como un jardín botánico de medicinas, un lugar de encuentro y convivencia alrededor de los saberes sobre plantas tradicionales y medicinales. A pesar que un vivero es una apropiación de otro conocimiento diferente al de ellos, eso marca una nueva dinámica en la valoración de las plantas medicinales, parte de la estrategia es generar esa diferencia, que se sea atractivo para otras personas que quieran conocer.	Para doña Alba, el vivero es un lugar de intercambio de saberes, semillas de plantas medicinales, es un aula abierta. En su mente está la posibilidad de proyectar esa misión hacia otros escenarios como la Institución Educativa Villa Carmen. La participación en las ferias es importante para difundir sus actividades en la comunidad. La feria es un evento que les sirve para promover su iniciativa, animar el espíritu organizativo de este grupo y puede aportar una retribución moral a sus esfuerzos para que sigan adelante. La organización no manifestó un interés por comercializar remedios, ni plantas medicinales.
Asociación de Mujeres Ariana de Puerto Nuevo: Organización de mujeres y hombres de la comunidad de Puerto Nuevo, que actualmente trabajan una cadena de valor para la fariña de manera asociativa y comunitaria. Ariana tiene personería jurídica y lleva un año conformada legalmente. La comunidad de Puerto Nuevo está conformada por personas	La asociación se proyecta como una asociación de mujeres indígenas con una vocación productiva de la chagra, sin perder los métodos rotativos de agricultura tradicional, ni las tradiciones de la etnia Tikuna a la cual pertenece la mayoría de socias. Para Anny Tapullima (2013), secretaria de la asociación, “Según la tradición, creencias u origen de los pueblos Tikuna, las mingas no solamente son los momentos en que nos reunimos para adelantar conjuntamente el fortalecimiento, mantenimiento y limpieza de las	Puerto Nuevo es una de las comunidades recolectoras de camu camu y su participación quedó consignada en el plan de manejo como parte de la distribución justa y equitativa de los beneficios de la cadena productiva. Luego, se marcó una ruta de inicio por medio de la siembra de yuca para producir fariña. La idea surgió porque Puerto Nuevo fue un sitio piloto donde se implementaron

que tienen alguna historia de participación en actividades extractivas como la madera y la pesca comercial. Esto hace que su población este constantemente buscando emplearse en trabajos como el corte de madera, minería y pesca. Su organización, a pesar de tener una orientación más productiva, también lleva implícita una cierta autonomía política y jurídica que les permita formalizar acuerdos con instituciones directamente. La asociación también tiene un objetivo político de defensa de su territorio frente a actividades que representen un riesgo y desconocimiento de sus derechos como la actividad maderera, y pesca comercial.	siembras en nuestras chagras; sino que estos son espacios donde nos apoyamos no solamente en los trabajos, sino también compartir experiencias, mingas de pensamientos, ollas grandes comunitarias, tomar nuestras bebidas típicas "masato de Yuca", los hombres junto con nuestros hijos, también participan de estos momentos y espacios, por eso es importante para nosotros que las familias se integren ya que permite la unidad familiar y más ayuda para fortalecer los trabajos. Cada una de las mingas tiene objetivos diferentes; pues el estado de las chagras no son las mismas, por lo tanto, estas actividades varían". Para Tapullima (2013) lo más interesante de todo "es que la asociación de mujeres Ariana están en la capacidad de escucharse y compartir memorias; dialogamos sobre los aspectos fundamentales de nuestra propia cultura (etnia Tikuna), de las concepciones y de los conocimientos tradicionales. El pueblo indígena del Resguardo CIMTAR es resultado de ese conocimiento, es parte de él, y por esa sencilla razón está en el deber de buscarlo, de conocerlo, de hablarlo y practicarlo, transformar esos productos que sembramos en nuestras chagras como símbolo de sustento alimenticio".	bancos genéticos de yuca enriquecida con variedades que se encontraron en otras comunidades. La asociación busca contar con un cuarto frío para almacenar pescado y no depender de los comerciantes locales que según ellos les pagan bajos precios. Las mujeres de Ariana participan activamente en las ferias con muchas clases de productos, son una de las principales participantes en estos eventos ya que lo contemplan como un espacio de promoción de sus iniciativas en torno al intercambio y comercio de productos.
Coordinación de mujeres de ASOAINTAM: ASOAINTAM es una organización de autoridades tradicionales liderada en su mayoría por hombres, y aunque cuenta con una mujer en su mesa directiva como secretaria y líder de la coordinación de mujeres, apuntalar acciones y	Algunas de ellas como las del cabildo de Bajo Cardozo tienen una intensa actividad de mingas, y mantienen un vínculo muy fuerte que les permite sostener sus chagras, cuidar a sus hijos, nietos y dar de comer a su familia. Se evidenció en ellas una fuerte conciencia hacia su identidad indígena, esto debido también a su participación en la asociación. Según Nora del Águila "El carácter indígena para mi no se ha perdido porque yo sigo comiendo casabe y lo que	Durante la reunión, se les preguntó por las actividades de venta e intercambio de en la feria. Según Elisa Palma, "en la vida diaria nosotras intercambiamos las cosas", sin embargo anota que en la feria "nadie quería regalar todos querían que le comprara". "De pronto una quiera intercambiar pero si la persona no quiere y solo quiere platica, es dependiendo de cada quien". Las señoras manifestaron la

proyectos dirigidos a las mujeres no ha sido una tarea fácil para la organización. Para Octavio Falcón, coordinador de salud de ASOAINTAM, "se ha intentado varias veces iniciar trabajos con las mujeres pero ellas son reacias a organizarse y estar reuniéndose, eso las cansa mucho, ellas prefieren seguir haciendo sus cosas a su manera sin tanta reunión y habladera"[27]. Para Nilida Mendoza "la coordinación de mujeres se conformó cuando se hizo el Plan de Vida de ASOAINTAM, para todos los asuntos que tienen que ver con mujeres, para trabajar juntas, el tema de niñez. La primera coordinadora fue Elicidi Payeu".	es de aquí de la región, hay paisanos que se niegan a comer la comida de la región teniendo la cara de indígenas"[28]. En cuanto a los productos de las chagras y la alimentación, las señoras demuestran una preferencia por sus alimentos tradicionales, tienen conocimiento que en otras partes del país la agricultura es muy diferente a como ellas la practican, y cuando se refieren a los productos agrícolas que vienen de afuera dicen sentir temor cuando comen productos como papa, zanahoria o cebolla roja.	diferencia que se da entre los intercambios en el casco urbano y sus chagras, para Nora del Águila "yo regalo de mi chagra, en mi casa yo no regalo". El trabajo que implica sacar un producto de la chagra a la casa marca la diferencia entre el regalo y la venta.
Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá, ASMUCOTAR. Es una asociación de 30 mujeres habitantes del casco urbano y con diversas procedencias. Trinidad Polanía, su actual presidenta cuenta que "se conformó en 1997 con la señora Elbia Muñoz, y su objetivo inicial fue apoyar a la comunidad, como por ejemplo a los estudiantes, la búsqueda de un terreno porque en ese tiempo no había un colegio". Desde ese año comenzó la visita de diferentes	La asociación ha organizado espacios alrededor de cuentos tradicionales involucrando a los niños, talleres de artesanías, entre otros. Cuando se refieren al proceso de los últimos años dicen que varias han averiguado de donde son sus abuelos, abuelas, quienes son ellas y en que circunstancias se encontraron, una manera de indagar por las raíces, investigar de donde vienen y compartir las herencias culturales que mantienen. Para Trinidad Polanía "La verdad nosotras no le prestábamos como mucho interés, aprendimos mucho de plantas medicinales, lo que fue la artesanía porque lo que hacíamos la asociación era integrar a otras organizaciones, hacer partícipes a los estudiantes, no	Esta asociación representa el caso más directo de como las ferias ha sido un catalizador para promover actividades económicas locales con la promoción de productos de la chagra y comidas tradicionales. En su discurso se entrelazan elementos que hacen pensar como el fortalecimiento de los saberes locales y ancestrales va de la mano de una apuesta por mayor presencia y participación en una economía local, regional y nacional por medio de la promoción de productos locales. Para Trinidad "lo más importante fue en las

entidades a Tarapacá, fue entonces que “se decidió con la asociación de mujeres conformar el proceso de frutales en el año 2002, cuando llegó el Instituto Sinchi y reunió las asociaciones conformadas, ASMUCOTAR tenía experiencia, ahí fue que empezamos a elaborar jugos, néctares, talleres de capacitación y el estudio del proyecto de camu camu”. La composición familiar de las socias en la mayoría de los casos es multiétnica, esto quiere decir que sus cónyuges pertenecen a diferentes etnias o son blancos o colonos. Las señoras de ASMUCOTAR participan activamente en las ferias, son reconocidas como un grupo trabajador que ha obtenido importantes resultados en los proyectos que ha emprendido.	fue encerrada esa información sino que fue abierta, fue para todas las personas y se notaba el interés de los niños, en las artesanías, y con niños que notábamos que tenían esa vocación. Señoras que decían yo sé de plantas medicinales pero a mí nadie me busca, entonces ya sabemos quién trabaja con plantas medicinales, quienes manejan artesanía y así vamos dándonos a conocer, la idea es impulsar a esos niños, porque un niño de 8 años hace una artesanía, cosa que un adulto o uno nunca lo hacía, entonces uno ve que hay personas que en el futuro tienen el interés, y no perder esos conocimientos, porque por ejemplo los abuelos nos decían una cosa y nosotros como que no nos importaba, como si fuese un pasado pero ahora notamos que el pasado lo pusimos nuevamente al futuro, ver que no se pierda, tener vivos los conocimientos de los abuelos. Entonces en la asociación se notó el interés, el trabajo, el esfuerzo que se hizo y como dicen nosotras no nos encerramos solitas a hacer eso sino también lo divulgamos para aquí también”. “Esas chagras tenemos que fortalecerlas a corto, mediano y largo plazo, a corto con pan comer, a medio plazo los frutales, copoazu, arazá, también se llevaron semillas de camu camu para la chagra, se sembró cedro y abarco, la idea es sostenerlo aquí nosotras mismas es el compromiso, eso con el fin de fortalecer las organizaciones comunitarias. Para no dejar acabar las mingas entonces siempre hacemos reuniones y preguntamos que señora va a tener minga esta semana e invita a las señoras…cada una lleva el fiambre y al medio día uno comparte la comida porque dentro del proyecto había aporte para la minga, ahora cada una lleva y lo unimos” (Conversatorio con ASMUCOTAR, Tarapacá, 2015).	ferias, lo más bonito fue la integración en las ferias, donde mostramos nuestros productos, se sacó todo lo que durante el año del proyecto hicimos, incluso estamos viendo nosotras las asociaciones fuera del proyecto seguir con las ferias cada año, no dejar terminar sino fortalecerlo cada día más, sobre todo en los productos de la chagra no dejarlos acabar, tampoco no para sacar al mercado pero si tener un mercado local firme y en la familia, no faltar lo más importante, lo que más se consume plátano, yuca lo que hay que buscar todos los días”. Para Doris Rojas “Es la segunda vez que venimos haciendo esas ferias, y muy bueno, porque ya la verdad se había perdido esa cultura, antes aquí hacían actividades pero del día del campesino, pero así de feria todavía no se había trabajado, ha venido surgiendo eso y lo que he escuchado de las compañeras les gustaría que eso siguiera surgiendo porque además hay mucha integración, no solo de la asociación sino de las otras organizaciones ASOAINTAM, CIMTAR en ese momento hay mucha integración de gente aquí del pueblo que no son de las asociaciones, se admiran de la actividad que es la feria, se sacan muchas cositas que artesanía…” Para Trinidad: “La idea es proteger, promover y recuperar, y eso es lo que estamos haciendo o sea sacar el producto al mercado”. (Conversatorio con ASMUCOTAR, Tarapacá, 2015)..

3. Participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad: Conseguir la comida en Tarapacá

Con información sobre la forma en que las familias participan en el intercambio y la comercialización, se presenta un análisis de las principales estrategias de las familias para participar de estas redes de intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad. Esta información, sumada a las experiencias de las ferias, describe las principales estrategias de las familias para generar una mayor participación en mercados solidarios mediante el intercambio y comercialización local de productos de la agrobiodiversidad.

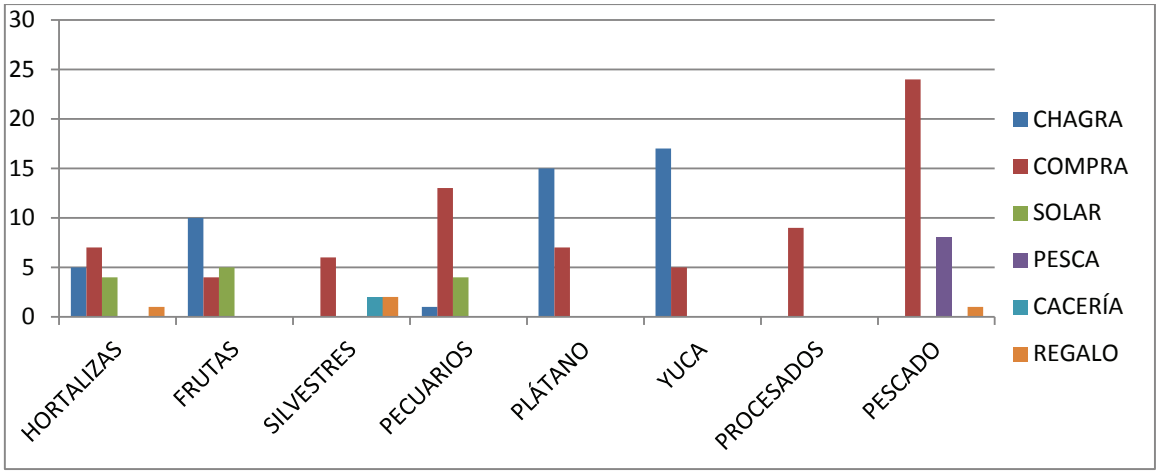

Figura 5. Forma de adquisición de productos locales. Fuente: Diarios de consumo, Tarapacá 2015.

La yuca[29] y el plátano son alimentos que se presentan en abundancia en las cocinas tarapaqueñas, y son obtenidos en su mayoría en las chagras de las familias (Figura 5). Las chagras se trabajan por lo general bajo el sistema rotativo de minga, lo que quiere decir que el alimento que una familia cosecha de su chagra lo obtiene gracias al

intercambio de trabajo que establece con otras familias. Las hortalizas y frutas, también se obtienen en su mayoría de las chagras y solares. Estas cuatro categorías de productos también son comercializados en su mayoría por los productores directamente.

Por su parte el pescado, las aves de cría, cerdos, ganado y la carne de monte se adquieren mayormente por medio de la compra, la demanda de proteína animal es bastante alta y no todas las familias son autosuficientes para conseguir estos productos.

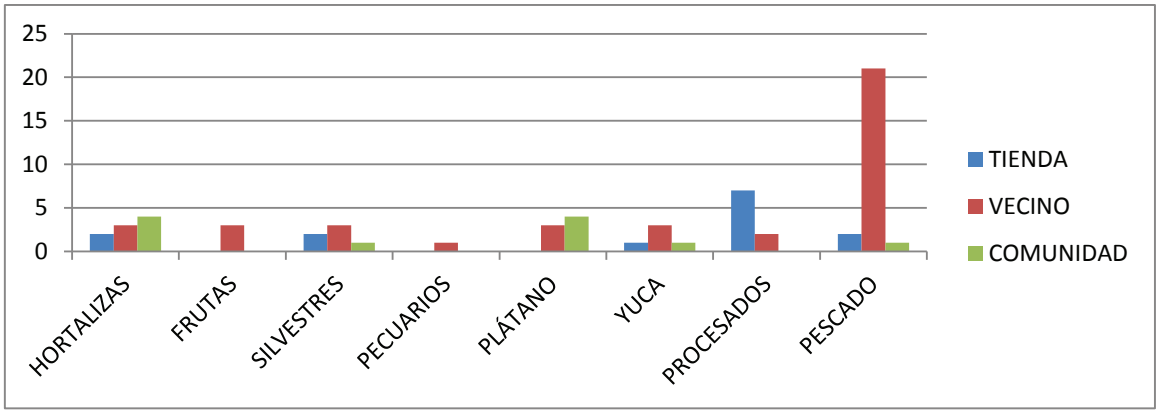

Figura 6. Lugar de adquisición de productos locales comercializados. Fuente: Diarios de consumo, Tarapacá 2015.

De las categorías registradas, solo los productos procesados como la fariña[30] se consiguen mayormente en las tiendas, los otros se consiguen directamente con productores, pescadores, y vendedores ambulantes. Según estos resultados, las tiendas no son lugares donde se distribuyen cantidades significativas de productos locales, a excepción de la fariña, que se comercializa cada vez más de manera

independiente ya que algunas familias la mandan a atraer de Puerto Arica y la venden en sus casas.

Foto 9: Fariña traída de Puerto Arica por Elicidi Payeu para la comercialización. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz.

Según la Figura 7, la mayor cantidad de productos locales que se adquieren son a cambio de dinero, con un 63,1%, porcentaje superior incluso a la sumatoria de productos de la chagra, pesca, solar, cacería y por regalo. Más de la mitad de los productos que consumen las familias los obtienen a cambio de dinero. Este comercio según la Figura 8 se da en un 59,4% con las tiendas locales, un 31,2% con vecinos y pobladores del casco urbano, y un 9,4% con las comunidades cercanas.

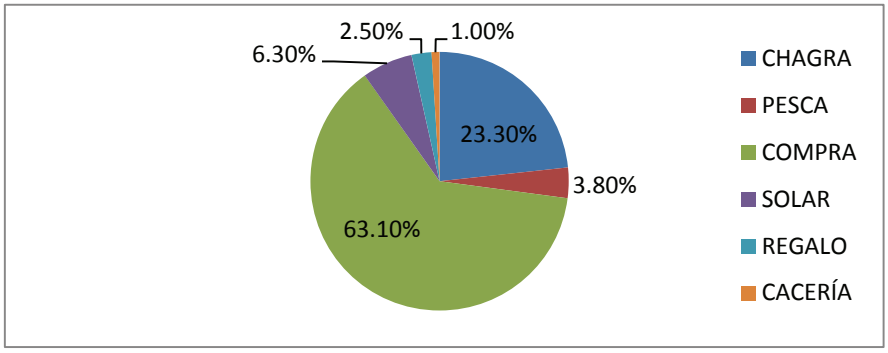

Figura 7 Distribución de productos locales consumidos por familia según forma de adquisición. Fuente: Diario de consumo, Tarapacá. 2015.

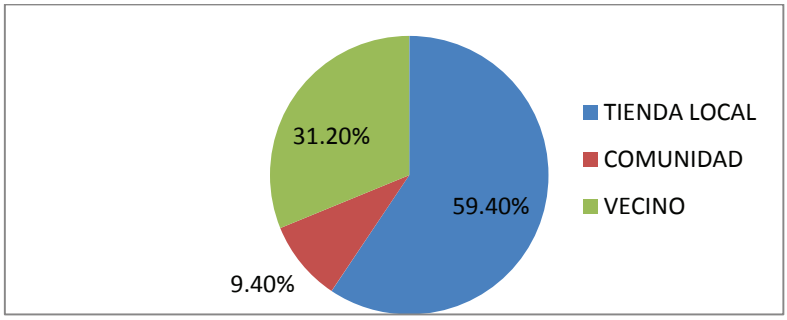

Figura 8 Comercializadores de productos locales en Tarapacá. Fuente: Diario de consumo. Tarapacá 2015.

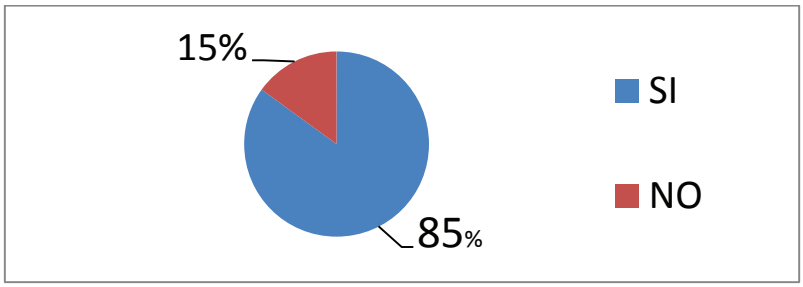

Figura 9 Venta de productos de la chagra. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

Según la encuesta, el 85% de señoras venden algún producto de su chagra (Figura 9). Estos se venden en un 52,2% a familias del casco urbano, un 34,8% a las tiendas locales y negocios, y un 13% a instituciones como la base militar, la Policía Nacional, el ICBF y la IE Villa Carmen (Figura 10).

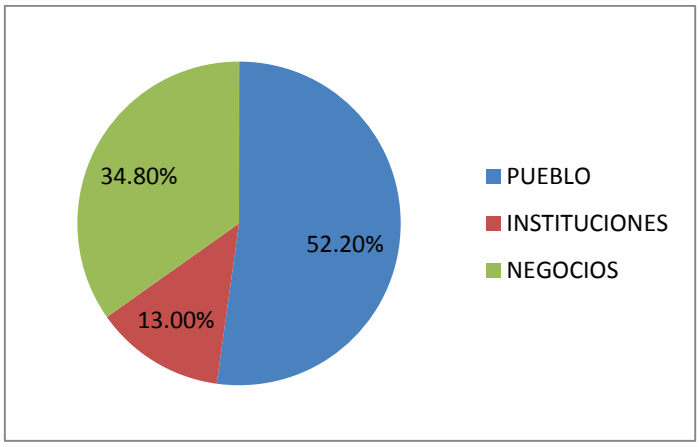

Figura 10 Destino venta de productos de la chagra. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015.

De la encuesta, se obtuvo una lista de 29 productos, siendo los más vendidos el plátano, la yuca, el pimentón y la piña (Figura 11). Esta lista muestra una diversidad de productos que se comercializan sea en tiendas, entre vecinos o hacia las instituciones.

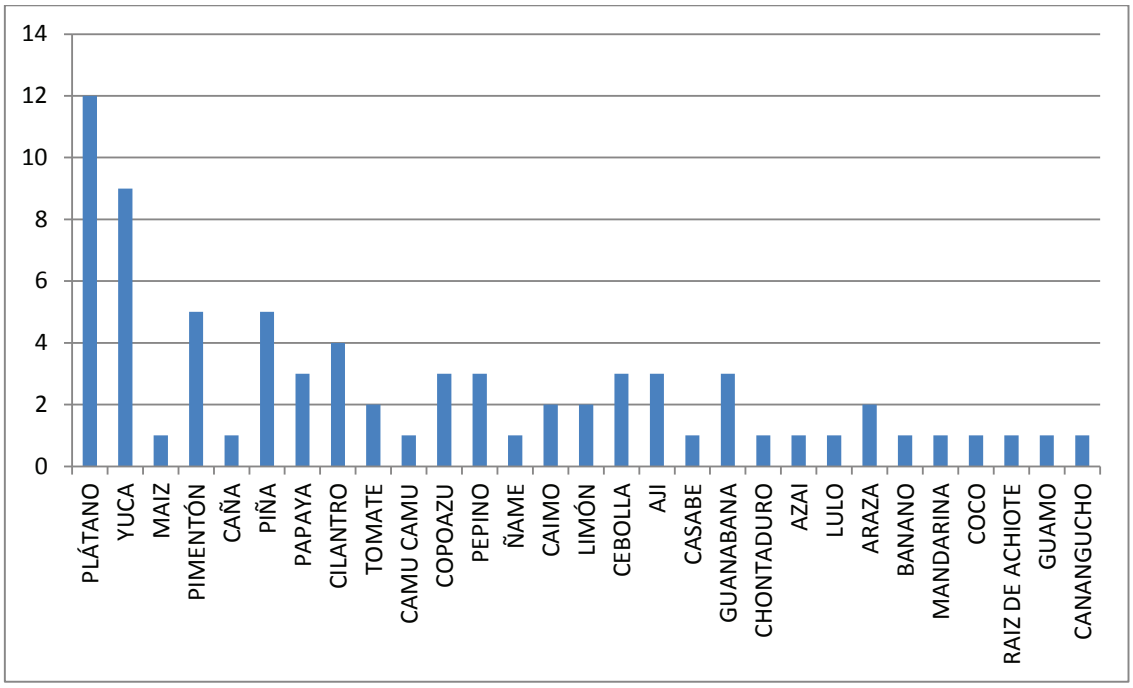

Figura 11. Productos de la chagra comercializados. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

3.1 Los intercambios por redistribución y reciprocidad

Durante la observación, encuestas y conversatorios notamos la importancia que tiene la cantidad de alimentos que se redistribuyen entre familiares, amigos, y personas con las cuales se mantienen alianzas, cantidades que no se visibilizan en los instrumentos aplicados. “Después de las jornadas de trabajo, las familias llevan a la casa los alimentos que traen de sus chagras, si tienen más de lo que pueden consumir en un periodo de tiempo, entonces mandan razón a familiares (mandar decir) y amigos para que pasen y lleven, a veces envían los productos con los niños, y estos, si es el caso, regresan con algo”[31].

La redistribución es un indicador clave en cuanto a la permanencia de las actividades tradicionales. El “regalo” entre paisanos[32] tiene lugar entre las chagras, durante las faenas de trabajo, con la modalidad de minga o sin ella. En el espacio urbano tiene lugar en las casas de las familias, en sus solares y cocinas donde se preparan alimentos, come, habla y comparte en familia.

Según la Figura 12, 9 señoras dicen participar en mingas cada 30 días, mientras 8 lo hacen entre 8 y 15 días. El grupo social con el que más se participa en las mingas es la asociación y la comunidad por encima de la familia (Figura 13), esto demuestra la importancia creciente que tienen las organizaciones comunitarias y asociativas que suplen la fuerza laboral que muchas veces no les pueden proveer sus mismas familias, porque los jóvenes y niños van diariamente al colegio, o porque en el casco urbano, a diferencia de las comunidades, las afinidades y empatías no obedecen necesariamente a las familiares sino a otro tipo de vínculos de tipo comunitario, asociativo y hasta

gremial. La alta frecuencia de mingas sugiere una constante redistribución de productos por reciprocidad.

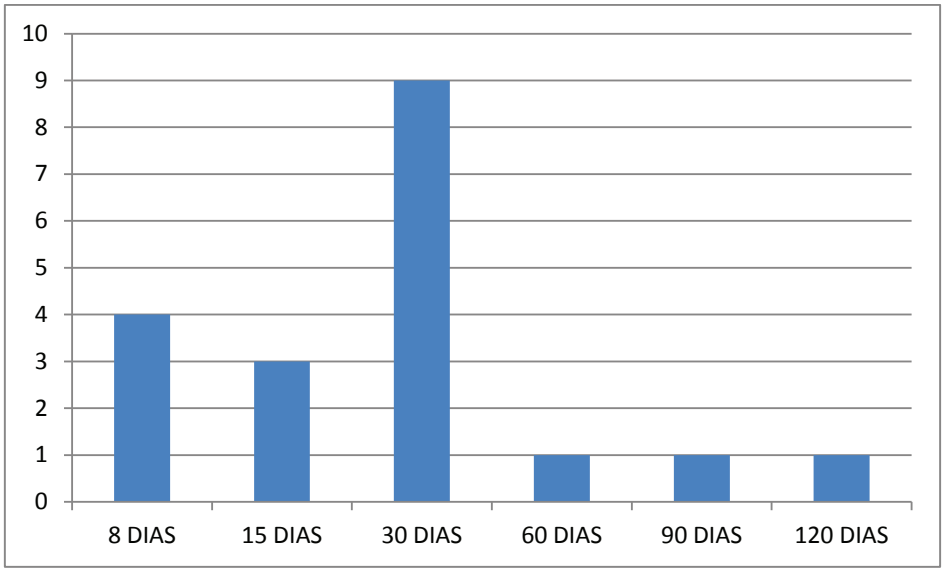

Figura 12: Participación en mingas. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

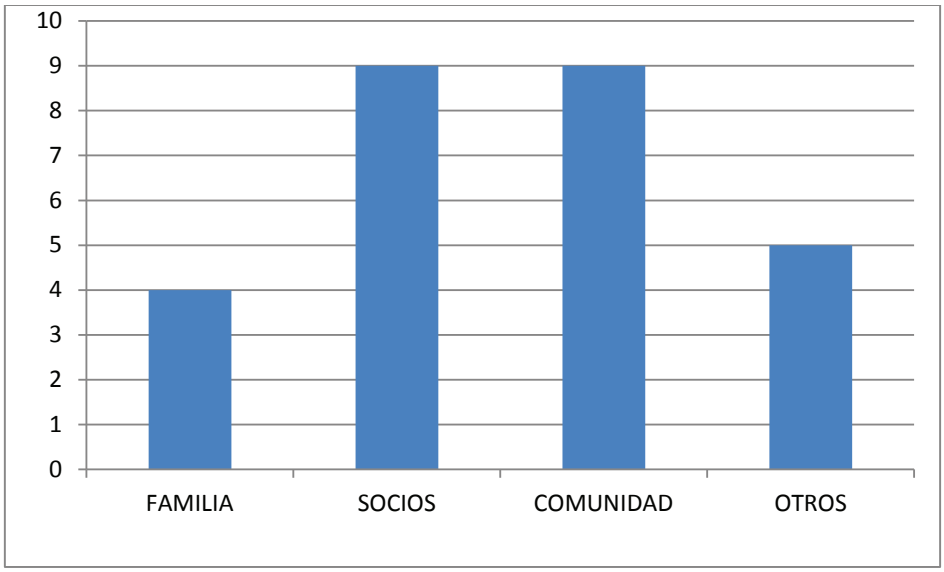

Figura 13. Grupo social de participación en mingas. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

Cuando decimos que la reciprocidad se mantiene en muchos aspectos de las relaciones entre indígenas apuntamos necesariamente a una estructura primaria, la familia, esa reciprocidad sin embargo puede ser desplazada hacia otros grupos sociales como la comunidad y la asociación que pueden, o no, coincidir con la misma familia.

En su sentido más económico, la reciprocidad es una acción que espera a cambio comida, favores, trabajo; la gente encuestada se refirió a la minga como una forma de colaboración e intercambio: “participo en mingas porque el día en que necesito colaboración me colaboran” (Julia Carvajal). “Si yo participo con ellos, ellos participan conmigo” (Celina Tello). “El otro le ayuda al otro” (Loila Cuellar). “Se reparte algo de la chagra, colinos, semillas” (Trinidad Polanía). “Alimentación, eso es lo que uno cosecha” (Adalgiza Ahuanari). “Colaborar, uno necesita de ellos” (Iracina Núñez). “Ahí le dan la comida a uno, le dan parte del dinero cuando es contratada” (Elba Gonzales). “Yo invito a hartas personas y a mi me va a rendir” (Bety Luz Maitahuari).

El sentido social, o la sociabilidad, es la capacidad de vivir con los otros, de aceptarse y sentirse parte de los otros. Este aspecto también fue resaltado, se visibiliza el vínculo que la minga genera y se expresa como para “compartir la amistad” (Nilida Mendoza); para la “integración, cada una lleva algo y comparte” (Trinidad Polanía), o “porque me gusta colaborar a la gente” (Nora del Aguila). “Voy porque me gusta, yo no invito a la minga sino pago a un señor” (Etelvina Souza).

Otro aspecto que se resalta en las encuestas, es valorar la minga como una oportunidad de aprender, de obtener conocimientos, “para ver como siembran remedios” (Dair Montezuma); “hay señoras que saben cómo sembrar” (Cindi Gómez);

“por la formación que se recibe” (Dixit Ahuanary). Estos aspectos de aprendizaje, sociales y económicos deberán de tenerse en cuenta a la hora de comparar los motivos que llevan a las familias a decidir si dan sus productos a parientes y amigos, o si prefieren venderlos. Más aún, dan cuenta de una red (o una red de redes) que integra dimensiones económica, social, y de conocimientos, y que también aplica a la esfera del intercambio y la comercialización.

3.2 La comercialización de productos

A pesar de la importancia señalada para el comercio de productos en Tarapacá, para muchas familias regalar un racimo de plátano es una opción más provechosa que tratar de venderlo. El valor de un producto en una economía donde los excedentes no es un factor que prevalece sobre las relaciones sociales explica por qué muchas veces unas personas prefieren regalar, y no vender.

Este es el caso para Miguel Palma, habitante de la comunidad de Alto Cardozo, comunidad a la cual se accede por tierra en temporada seca, la falta de ganancias con los productos de la chagra se debe a que:

> Nosotros estamos lejos del casco urbano, si uno lleva un racimo de plátano desde esta distancia hasta afuera y pide un precio, la gente le haya caro y le baja, cargarse un racimo desde esta distancia hasta el pueblo y no le pagan lo que usted quiere, usted está regalando el producto. Entonces como hacemos para que el producto de nosotros coja el valor, en las tiendas a diario suben los precios, pero un racimo en vez de subir baja, y la fariña llega a la tienda por cualquier tres mil o tres mil quinientos, yo prefiero regalar lo que sale de mi chagra (Miguel Palma, entrevista, Alto Cardozo. 2015).

Por el contrario, comunidades como Ventura, Santa Lucía y Nueva Unión tienen acceso fluvial, esto les facilita viajar al pueblo y vender algunos de sus productos, ya que llegan en botes. Ventura es una comunidad reconocida a nivel local por su alta participación en la comercialización de productos en el casco urbano. La mayoría lo venden a comerciantes, la base militar, o a señoras con restaurante. Por el contrario, personas como Celina Tello, que cuenta con 8 chagras, tiene varias chagras sin acceso fluvial, y sus ingresos se basan en lo que pueda vender, los clientes llegan en la medida que la van conociendo y le van pidiendo, lleva a cabo su actividad sin necesidad de una tienda o un mostrador. Esto último se puede explicar por la intensidad de su participación en las mingas.

Los comerciantes son quienes por lo general le compran a los productores, estos se quedan con la mayor ganancia, dado que no invierten trabajo directamente, y hacen de intermediarios. Son muy pocos los productos agrícolas que ofrecen, y la mayoría son traídos por remolcador del Alto Putumayo y Leticia como la papa, zanahoria, ajo, cebolla roja, remolacha, tomate. La tienda también es el lugar de adquisición de productos como arroz, azúcar, bombones, galletas, aguas saborizadas.

Para muchos resulta cómodo que en el comercio encuentran un pollo congelado a cualquier hora del día, viene del Brasil, tras más de una semana navegando, en cuartos fríos. Los pollos son comprados por amas de casa, mujeres con restaurantes, o instituciones. Los comerciantes también venden carnes enlatadas, atún, sardinas, y compran carne de res a pequeños ganaderos, y pescado. Para muchos tarapaqueños, el no contar con el capital para almacenar y transportar los productos favorece a los comerciantes que cuentan con la infraestructura para almacenar comida, por lo tanto,

las pocas alternativas que se tienen para comercializar productos de la chagra hacen que esta sea una actividad poco atractiva.

Por las mañanas, los tarapaqueños acuden al puerto a esperar a los pescadores que llegan con el pescado. Algunos se encargan de agruparlos en sartas de cinco pescados pequeños y los venden caminando por el pueblo. Dado que el puerto es el lugar de llegada de los pescadores resulta relativamente fácil comprar pescado. Los alimentos de la chagra, en cambio, son más difíciles de conseguir ya que hay que hacerlo por entre las casas preguntando entre conocidos y amigos, no siempre con la certeza de conseguirlos.

Conocer lo que se tiene en el solar y saber qué tienen sus parientes, paisanos o paisanas es la manera de asegurar que no falte la cebolla para el caldo, o el pimentón para la uchumanga[33], quienes tienen restaurantes en el pueblo cuentan con esas redes para conseguir los alimentos y los chagreros igual saben que ellos son siempre una buena opción a la hora de entregar y recibir productos, bien sea al intercambio o a la venta.

En Tarapacá no es fácil conseguir productos a pesar de la constante producción en las chagras, por ejemplo, Iracina Núñez es de la comunidad de Puerto Nuevo, pero se fue a vivir al pueblo y puso un negocio de comidas en uno de los puntos más confluidos por los tarapaqueños. Iracina consigue todas las cosas de su negocio esperando que pasen vendedores, cuando no llegan entonces sale a buscar. Ella está esperando que le dé el plátano y la yuca de su chagra, con eso seguramente ahorra dinero, pero tendría que contar con otros que le ayuden a cosechar el producto y llevarlo a su restaurante, ya

que su trabajo le demanda estar todo el día en su puesto de comidas. Para Iracina, es mejor sembrar lo que necesita y así no comprarlo, así le implique que otros trabajen para ella, o con ella, como la familia. Iracina es un ejemplo de una persona que es a la vez cliente, productora y comercializadora.

Durante el tiempo que estuve con ella compró yuca y jugo de asai a don Moisés, un anciano de Ipiranga (Brasil) que se dedica a vender en Tarapacá. Moisés dice que prefiere vivir en Tarapacá porque a diferencia de Ipiranga la comida es más barata. Moisés se le ve vendiendo canangucho, lulo, guamo, juare, yuca. Lo que vende es de la chagra de su cuñado en Ipiranga quien viene a Tarapacá con productos casi todos los días. Por ejemplo la yuca la vende por atados de mil, su posibilidad de ganar está en el menudeo, no puede hacer trueque ya que debe responder a su cuñado con las cuentas, y si vende al por mayor poco o nada le queda. Moisés puede considerarse como un "vendedor local", diferente al comerciante que es dueño de negocios. La categoría de vendedor local responde a quien lleva a cabo transacciones con dinero pero con productos locales. Moisés dice que le queda poquito pero de alguna manera esa actividad le facilita varias cosas personales como un jabón o una bolsa de arroz.

El vendedor local es temporal y fluctúa según la disponibilidad de cosechas, cacería o abundancia de pescado, son agricultores, pescadores, cazadores o empleados que habitan en Tarapacá y que venden, sea a su nombre o a nombre de otros, productos de la chagra, comidas, pescado, carne, entre otros. La movilidad es una de sus características, que puede estar asociada a la movilidad de las mingas y a las redes sociales que las generan, por eso vale la pena indagar como cambiarían esas redes con un lugar fijo de mercado.

Foto 10: Vendedores de pescado recorren las calles. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz.

Entre los tarapaqueños, la venta de productos de la chagra es una actividad que se hace de manera continua a como ocurre el intercambio por medio de mingas, y funciona como una red vecinal. Cuando se recogen los frutos, o la yuca o el plátano, se busca entre los conocidos, o simplemente se exhiben en la puerta de la casa. Algunos pocos se han especializado en la venta ambulante. La mayor parte de las cosechas son temporales, pero otras como la yuca y el plátano, base de la alimentación local, y el arazá, si se dan todo el año.

Aparentemente la temporalidad de las cosechas fácilmente satura la oferta, como por ejemplo, en la época de piña. Sin embargo el hecho que haya abundancia de un producto en una época del año no significa una sobreoferta en la esfera de la comercialización, ya que la gran mayoría de agricultores no salen a vender sus cosechas sino estas son para autoconsumo y repartir entre los allegados. En algunas malocas aún se hacen fiestas cuando en la chagra hay abundancia, por ejemplo en el cabildo Bora aprovechan cuando hay piña para celebrar tomando caguana[34] de piña. En el cabildo Cocama hacen fiesta cuando es la cosecha de chontaduro.

Otra alternativa que se ha generado frente a las temporadas de frutas, ha sido la comercialización de pulpas y mermeladas por parte de organizaciones como ASMUCOTAR, quienes compran frutas como copoazu, camu camu, piña y lulo para sacar pulpas y mermeladas, el destino de esos productos esta principalmente en Bogotá, aunque ya cuentan con un mercado local y regional cada vez más importante. En la temporada de camu camu, el jugo que más abunda es el de camu camu, pero hay tanto camu camu, que la población de Tarapacá no podría aprovecharlo en su totalidad, procesarlo en forma de pulpas y mermeladas permite mantener la oferta todo el año[35].

Debido a la necesidad de preservar los alimentos en el casco urbano, las familias consiguen cada vez más electrodomésticos como refrigeradores, estufas, batidoras, sanducheras, entre otros. El servicio de energía eléctrica es de 10 horas (de una a once de la noche). Este mayor acceso a tecnología permite que los tarapaqueños puedan conservar los productos locales y asegurar su disponibilidad durante el año, sin embargo muchas veces estos electrodomésticos también incrementan el consumo de productos de afuera como frutas y pulpas de mora, fresa, carnes procesadas, gaseosas entre otros.

3.3 Ferias y miniferias

Las ferias y miniferias han sido otra alternativa que las familias han desarrollado para ofrecer sus alimentos, según los resultados de las encuestas, los productos en bruto con mayor salida son la yuca y el plátano, otros como la piña, y el pimentón también tienen alta demanda (Figura 14). Sin embargo, la posibilidad de generar excedentes esta en los productos procesados como las comidas tradicionales: ají negro, pescado

asado, fariña y casabe. En términos comerciales la venta de productos en bruto no representa las mayores posibilidades para generar excedentes, pero si se acompañan de productos procesados como la fariña, o las comidas típicas (Figuras 14 y 15), y que no siempre están en los fogones de las casas, la comercialización puede ser una actividad más atractiva.

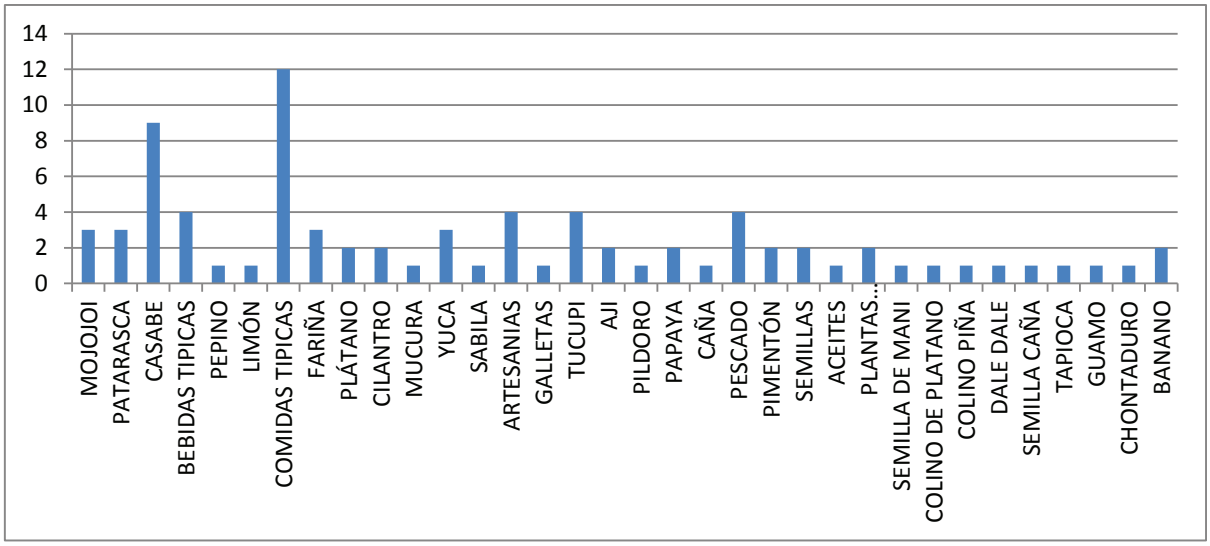

Figura 14: Productos ofrecidos en las ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá 2015.

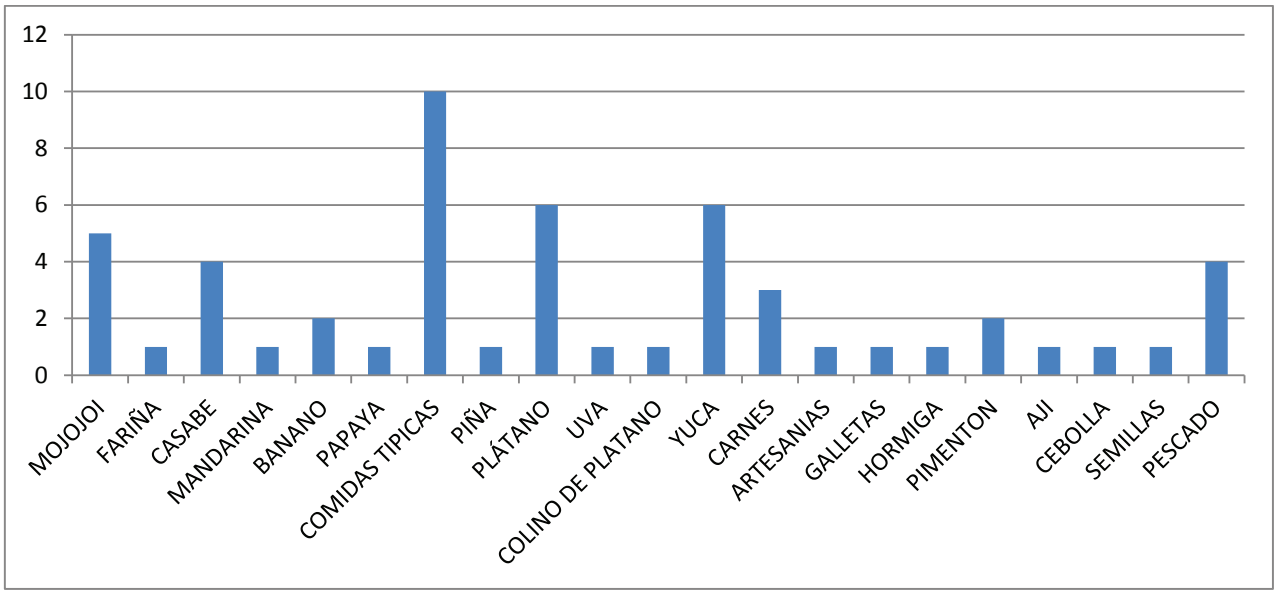

Figura 15: Productos sugeridos con mayor demanda en las ferias. Fuente: Encuesta semiestructurada. Tarapacá. 2015.

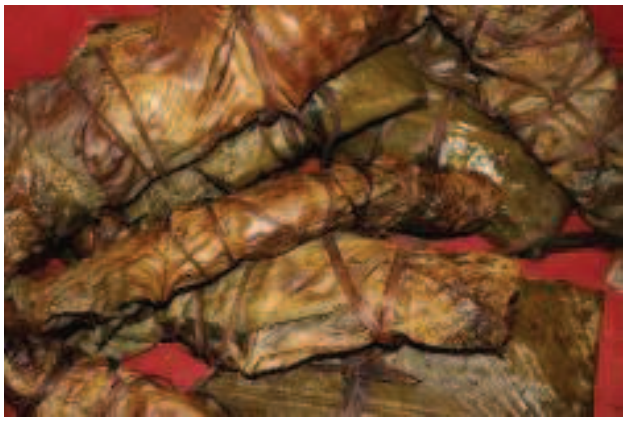

Foto 11. Plato típico taparasca. Centro Cardozo 2015. Fuente: Iván Ramirez.

Foto 12. Plato típico mojojoi. Tarapacá 2013. Foto: Pablo De La Cruz.

4. Principios y bases para la consolidación de ferias, mercados justos y solidarios en Tarapacá

Producto de las discusiones con las organizaciones indígenas sobre la instrumentalización de mercados justos y equitativos en Tarapacá se desprendieron una serie de principios basados en la experiencia de las mismas comunidades en el ejercicio del intercambio y la comercialización de productos locales en diferentes escenario como las ferias, calles, tiendas, puertas de las casas y mercados externos. Estos principios señalan el interés de las comunidades por valorar sus conocimientos tradicionales asociados a la agrobiodiversidad, y la necesidad de abrir espacios donde se reconozcan sus prácticas agrícolas, culinarias, artesanales, y capacidad de innovación a nivel local y regional. De esta manera se aportan elementos que nos encaminen hacia la construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo, urbano para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá.

Los principios acordados fueron los siguientes:

a. La Feria de Chagras es un evento destinado a promover los conocimientos tradicionales asociados al uso, manejo y transformación de la agrobiodiversidad por medio de la exposición, intercambio y venta de productos tradicionales de la chagra, comidas, y artesanías. Es un evento que solo aceptará productos locales y se evita el uso de productos agroindustriales.
b. Las ferias, y el mercado promueven productos obtenidos con técnicas agrícolas, pesqueras, industriales que respetan la capacidad regenerativa de los agroecosistemas y se ciñen a las normas vigentes por las autoridades ambientales que restringen actividades que pongan en peligro especies declaradas en peligro de extinción.
c. Las ferias y mercados no aceptan productos obtenidos con técnicas agrícolas basadas en el monocultivo y que emplean herbicidas y plaguicidas, ni es un espacio que promueve la pesca industrial, ni la minería, sea esta legal o ilegal.
d. Se promueven las iniciativas locales de economía solidaria, innovación de productos, y emprendimientos sociales que agreguen valor por medio de la transformación y que busquen consolidar cadenas de valor locales, regionales y nacionales, es el caso de las mermeladas y pulpas de fruta, aceites de andiroba, copaiba, y trabajos de ebanistería.
e. El evento es un espacio para generar conciencia en torno a la alimentación sana, por lo tanto se promoverá la investigación e implementación de propuestas que busquen buenas prácticas alimenticias por medio del reemplazo de productos agroindustriales por productos locales como condimentos, bebidas, endulzantes, y fuentes de proteína.

f. El tipo de economía que se busca promover en ferias y mercados debe resaltar las formas de organización local a nivel étnico, comunitario, familiar y asociativo. Fortalecer las relaciones sociales basadas en la reciprocidad y que sostienen los sistemas productivos tradicionales de los pueblos indígenas amazónicos.
g. Los mercados y ferias deben ser espacios que otorguen herramientas prácticas a las comunidades, familias y asociaciones para instrumentalizar programas que busquen una mayor autonomía alimentaria y una sana alimentación desde el punto de vista de los pueblos indígenas y su concepción de “buen vivir”.
h. Las ferias y mercados son espacios que buscan dignificar el rol de las mujeres como sostenedoras de la alimentación de las comunidades, promover su organización en torno a iniciativas que fortalezcan las prácticas agrícolas tradicionales, los conocimientos culinarios, artesanales, emprendimientos sociales, culturales, entre otros.
i. La feria es un evento que promueve la transmisión de conocimientos tradicionales por medio de presentaciones culturales como cantos, bailes e historias; juegos y concursos tradicionales como la cerbatana, raja leña; la socialización de usos de plantas medicinales; y espacios pedagógicos que integren a los niños y niñas del corregimiento con sabedores y sabedoras.
j. La Feria de Chagras es un espacio de integración, esparcimiento y recreación familiar, por lo tanto se deben promover actividades y comportamientos acordes a un espacio donde comparten personas de todas las edades, así queda prohibido el uso de bebidas alcohólicas como la cerveza y la cachaza.
k. La Feria de Chagras promueve el libre desenvolvimiento de la creatividad, por lo tanto es un espacio acorde para la exposición de trabajos artísticos como

pinturas, bailes, música, representaciones, poemas, entre otros., donde se involucra la participación de los jóvenes y docentes de la Institución Educativa Villa Carmen.

l. Las ferias y mercados buscan crear una conciencia en torno al reciclaje, reutilización y reducción del uso de plásticos y otros materiales que no se degradan fácilmente. Se debe evitar el uso de desechables y el uso de bolsas plásticas.

m. Los organizadores deben promover reconocimientos a los participantes de las ferias, estos deben ser creaciones propias de las comunidades como artesanías, utensilios y herramientas. Si se cuenta con la posibilidad de entregar productos adquiridos en el comercio se debe evitar los productos agroalimentarios, y más bien entregar herramientas, ollas, y utensilios.

En este mismo sentido, se acordó entre las asociaciones escoger un grupo de cinco personas encargado de organizar y gestionar la realización de las ferias. Este grupo quedó conformado por cinco personas, dos de ASOAINTAM, dos de CIMTAR y una de ASMUCOTAR. Este grupo, además de tener funciones operativas en cuanto a la gestión de ferias y mercados en Tarapacá, debe promover pedagógicamente los principios y valores acordados.

V. DISCUSIÓN

A continuación se discuten los resultados confrontados a la hipótesis inicial, que considera cómo la organización de Ferias de Chagras y la Selva en Tarapacá ha contribuido a lo que desde la experiencia de los actores se considera un aporte significativo al conocimiento tradicional. Y cómo estas experiencias pueden arrojarnos elementos clave para la instrumentalización de mercados solidarios, y justos, a la vez que revalorizan ciertos conocimientos tradicionales en su interacción con las estructuras sociales, y económicas, en la cual están inmersas las comunidades indígenas.

1. Contribuciones de las ferias a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercialización local de productos.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas, obtuvimos una clasificación por categorías que desde la experiencia de los actores describen una contribución significativa de las ferias al conocimiento tradicional. Las categorías emergentes: ventas, compartir, conocimiento nuevo, integración, conocimiento tradicional, beneficio, esconden significados sociales, económicos y culturales que se develan en los conversatorios y charlas informales, y en los cuales se lee en profundidad el sentido que la feria tiene para quienes la viven.

A nivel económico, los resultados sugieren que las chagras dejan algunos excedentes que son aprovechados para la venta, y explica la relación entre la siembra como actividad tradicional y el comercio de productos. En este sentido, al comercializar los productos en la feria se está centralizando la oferta (Polanyi, 1989), se busca la concurrencia y una mayor redistribución de los productos (Sahlins, 1983) por medio de

mingas. Los resultados no alcanzan a mostrar una relación entre participación en ferias y frecuencia de mingas, para futuros trabajos queda abierta la pregunta sobre el efecto de las ferias y su tendencia a la centralización de la oferta y demanda de productos, en la frecuencia de las mingas, y las relaciones de reciprocidad que sostienen este sistema de organización del trabajo.

Según los resultados, los efectos de las ferias en la redistribución de productos podrían estar promoviendo las relaciones comerciales sobre las relaciones de reciprocidad, es una crítica que se ha hecho a las ferias desde las asociaciones y que merece ser analizada con mayor detalle. Por ejemplo, una piña en la chagra se regala sin problema pero en el pueblo se vende ¿por qué? Una respuesta fácil es por el transporte, pero por otro lado, una Feria de Chagras tiene lugar en el pueblo, no pretende reemplazar en ningún momento una fiesta tradicional[36], o una minga, sino antes bien es un evento que mezcla elementos de estos con mecanismos modernos de producción y circulación de alimentos.

A pesar de estas críticas que preocupan a quienes promueven las prácticas tradicionales de intercambio dentro de la feria, consideramos que las Ferias de Chagras configuran una adaptación de las familias indígenas a lógicas de intercambio propias de una sociedad amazónica que integra formas tradicionales y de mercado. Esta adaptación, no se presenta como un camino lineal de sustitución de formas tradicionales de circulación de productos por otras modernas, sino como un dispositivo práctico y simbólico de las familias para funcionalizar y resignificar sus saberes locales, y tradicionales, en un contexto económico, social y cultural permeado por patrones culturales propios del capitalismo. En este punto vale la pena revisar los casos de otros

centros urbanos de la Amazonía donde los indígenas llevan a cabo la comercialización directa en mercados o sobre las calles, y que dan puntos de vista sobre las adaptaciones culturales al comercio, a la urbanización, excedentes y sus consecuencias en los sistemas productivos tradicionales (Eloy & Le Tourneau, 2009; Eloy, 2008; Fontaine, 2002; Peña-Venegas *et. al*., 2009; Yagüe, 2013).

La feria se valora como un instrumento práctico para la circulación de los productos de las chagras, las cocinas, y las artesanías, y permite su reconocimiento en un contexto social e histórico que en el último siglo ha transformado los modos de vida indígena y ha incorporado necesidades ligadas a las economías de mercado (Acosta *et. al*., 2011; Peña-Venegas *et. al*., 2009). Pero la feria no solo es una adaptación práctica regida por principios económicos, sino que a través de esta se le da alcance a una forma particular de relación de las familias con la cultura, donde se reproducen valores de los pueblos indígenas representados en sus saberes, historias, y reivindicaciones políticas.

La feria introduce a la alimentación en un ámbito cultural, señala una frontera entre la alimentación local y la agroindustrial, es un intento deliberado para cuestionar y tomar una posición crítica frente a los sistemas alimentarios globalizados (O'Hara & Stagl, 2001), que se indague por las diferencias nutrimentales de los alimentos, y se adquiera una actitud más consciente frente al privilegio de contar con una abundancia de chagras, ríos, y bosques. En esta dirección, la feria es un intento por transformar un horizonte de consumo que se promueve por un sistema económico globalizado (que llega al pueblo en coloridos empaques); y es una pedagogía que busca una consciencia sobre la importancia de ser autónomos en la alimentación.

Frente a la hipótesis inicial, la Feria de Chagras es un espacio de encuentro intercultural en una sociedad heterogénea como la tarapaqueña (donde habitan diez pueblos indígenas, y una importante población de otras regiones de Colombia, Brasil y Perú), cuyo aporte más significativo a los conocimientos tradicionales es extender manifestaciones culturales como los intercambio de saberes, semillas, productos, y experiencias de emprendimiento de las organizaciones locales, a un escenario urbano, que valora los sistemas productivos de chagras, preparación de alimentos tradicionales, saberes y formas de convivir de los pueblos indígenas.

Un ejemplo de esto es la importancia de las comidas tradicionales y los conocimientos asociados, que manejan en su mayoría mujeres, y que se transmiten en chagras, cocinas, y malocas. Así, la feria resalta el valor del conocimiento de técnicas específicas de preparación de alimentos, y esto se representa no solo en el precio a la hora de vender estos productos, sino en el disfrute y el compartir que está inmerso en los rituales cotidianos alrededor de la preparación y consumo de platos tradicionales, aspecto que está muchas veces por encima de lo nutricional.

Este valor cultural de la alimentación para las familias indígenas en Tarapacá es acorde a lo que Peña-Venegas *et. al.*, (2009) encuentra en La Chorrera y Puerto Nariño, donde a pesar del debilitamiento de la dieta indígena, muchas de estas tradiciones se mantienen en ámbitos más “cerrados”, practicadas por aquellos que por su posición detentan la capacidad de otorgarle vida al ritual de abrir, tumbar, sembrar una chagra, e incluso a la hora de preparar y servir los alimentos.

El sabor que se reconoce como auténtico en las comidas se debe a las formas específicas de preparación y obtención de los alimentos, dándole sentido a una red de relaciones que va desde la misma relación con la selva, la siembra, el cuidado de la chagra, las dietas, cosecha, y preparación de los platos. La comida reivindica sabores, ingredientes, recetas, historias, y recuerdos acerca de los valores culturales de los pueblos indígenas. La feria en gran parte es un homenaje a la comida tradicional, a través de la comida se integran las comunidades, su función no es solo nutrimental sino religar a las personas hacia algo común, una herencia y un territorio.

La dieta de los pueblos indígenas se ha transformado a través de los procesos de urbanización y su contacto con mercados. La feria, en parte, representa una respuesta a esa transformación, un espacio de resistencia económica y cultural a la creciente dependencia de las familias con los productos agroindustriales que adquieren a comerciantes. Más aún, señalan la importancia que tiene para las comunidades indígenas poner a circular sus propios productos como bastión de su autonomía alimentaria, y como una forma de revalorar sus prácticas tradicionales frente a unas estructuras económicas y sociales que han llevado al olvido a muchos de estos conocimientos.

De esta manera, como aporte desde una teoría del valor, las Ferias de Chagras son un mecanismo *sui generis* de adaptación y respuesta a lógicas de mercado que han afectado los sistemas de intercambio tradicionales. Los resultados muestran una pluralidad de motivos donde las razones estratégicas cohabitan con los habitus locales, señalando la imposibilidad de separar el valor que le otorga las ferias a los productos en términos económicos, sociales y culturales. La feria como nodo de articulación de redes

sociales permite a las familias ejercer una actividad comercial sin intermediarios, generar excedentes, a la vez que es un espacio para la socialización, encontrarse con otros, aprender nuevos conocimientos, y reproducir saberes que construyen la identidad de los pueblos indígenas.

Más allá, la feria ha contribuido para que las organizaciones locales lideren un debate que cuestiona la alimentación actual, hacer una crítica a la dependencia de productos agroindustriales y al sistema económico que la promueve. El acto de presentar alimentos ancestrales como el tucupí, casabe, palometa en caldo, en un espacio abierto y público despierta el interés de las personas por valorar social, cultural y económicamente una "memoria ancestral" que arraiga a muchas familias a un origen, y al territorio. Los sabores traen historias, recuerdos, por esto la comida tradicional es un portal interesante de explorar a la hora de despertar "conciencia" sobre una alimentación acorde al territorio, y a los valores culturales que los sustentan.

A pesar que los resultados no recogen información directa sobre el consumo de productos agroindustriales con respecto a los productos locales, la situación no es muy diferente a la reportada por el Instituto Sinchi para Puerto Nariño y La Chorrera con un consumo creciente de estos productos (Acosta *et. al*., 2011; Peña-Venegas *et. al*., 2009; Trujillo Osorio, 2008). Esto hace que la recuperación de comidas tradicionales tenga un papel más importante al interior de las familias, quienes a pesar de aún contar con conocimientos valiosos para el cultivo de chagras, aprovechamiento de selvas, ríos, y transformación de productos, han adoptado hábitos de consumo que se promueven por medios masivos de comunicación, y que menoscaban el gusto y la preferencia por los alimentos tradicionales y locales.

El aporte de las ferias por proteger las comidas tradicionales es una de las contribuciones más importantes dentro del proceso de recuperación de conocimientos tradicionales por las asociaciones de Tarapacá. A través de estos espacios se busca resignificar y funcionalizar la alimentación basada en la agrobiodiversidad local y sus conocimientos asociados. Se parte de reconocer su función en la reproducción biológica y cultural de los pueblos, y que se valoren sus lógicas culturales como un patrimonio inmaterial que se debe proteger[37].

¿Qué es proteger? En palabras de Trinidad Polanía es “traer el pasado al presente”, significa romper con la idea que lo tradicional es algo que se recuerda pero no se práctica. La emoción que se expresa en las respuestas permite pensar que proteger no es “fosilizar”, sino todo lo contrario, es atizar el fuego para que no se apague el conocimiento de sabedores y sabedoras de la chagra, cocineras, artesanos, y reposicionar las comidas tradicionales en un entramado cultural y económico. Proteger significa permitir la innovación y más aún dinamizarla.

Además del papel tan importante que la comida ha alcanzado en las ferias para preservar el conocimiento tradicional, se evidenció en las encuestas que las artesanías (que incluyen utensilios como escobas, cernidores, bolsos, manillas, cortinas, mochilas, colgador de ollas), que cuentan con poca circulación en Tarapacá, han encontrado en las ferias una oportunidad de ser valoradas. Algunos utensilios podrían reemplazar productos manufacturados[38].

Por otro lado, la feria se valora como escenario artístico y cultural, es un espacio abierto que explora lenguajes como la pintura y la música instrumental, además de evocar a la

herencia indígena, la diversidad cultural, y recrea una identidad pluricultural y amazónica común a los tarapaqueños. Según la Figura 4, las actividades artísticas y el entretenimiento son fundamentales en la feria, en la cual se ha destacado el grupo de música de Ventura Los Moé[39]. La diversión es un ingrediente muy importante para entender porque a los tarapaqueños les gusta ir a la feria. La pluralidad y el ambiente han servido para que la feria sea un espacio para estar con otros, en palabras de Yagüe (2013) como un espacio de socialización entre una "misma" gente y con otra gente "diferente".

Las actividades culturales que causan más expectativa son los bailes y cantos tradicionales (Figura 4). Para muchos tarapaqueños, a pesar de tener un pasado reciente cercano a las fiestas y rituales de los pueblos indígenas, estas son experiencias cada vez más escasas. La aculturación hacia el mundo de "occidente" aleja a muchos habitantes del casco urbano de estas prácticas, conociéndolas solo por boca de los abuelos. En este punto, sobresale el trabajo de ASOAINTAM que ha sido la asociación que ha puesto más empeño en recuperar bailes, cantos y fiestas[40].

Para las señoras de ASOAINTAM es importante marcar diferencias entre lo que es tradicional y lo que no lo es. Por ejemplo, cuando Rosalía Gómez dice que le gusta el "baile tradicional de mano a mano", es porque lo diferencia del baile contemporáneo en parejas. Los mismo que Bety Luz Maitahuari refiere cuando dice, "a mí me gustaría ver lo tradicional porque esos bailes así no me agradan, bailes de pa' aquí pa' allá no me gustan, así chiquitas con pocas ropas, eso no me gusta ver, con un "shortsito" a bailar, una presentación debe ser algo más decente".

Las distinciones entre lo que se interpreta como indígena de lo que no lo es atraviesa gran parte de las actividades de la feria, al fin y al cabo es un evento que recrea la identidad de las etnias indígenas en un contexto donde lo indígena se asume como una identidad genérica (Gros & Ochoa, 1998; Gros, 2012, 2013) y ha abierto el debate sobre lo que se interpreta como étnico, tradicional, e indígena[41]. Los resultados obtenidos sugieren que estos conceptos se transforman entre lo moderno y tradicional, y se diluyen en una nueva forma de concebir la cultura.

Esta concepción que tienen las comunidades sobre lo que es cultura y conocimiento tradicional ha variado en los últimos tres años. En el año 2012, en uno de los informes[42] describíamos la manera como las comunidades hacían una lectura local de lo cultural y el conocimiento tradicional de una manera diferente a lo que se percibió durante el trabajo de campo en 2015. Si antes se percibía una división más aguda entre conocimiento tradicional y "occidental", donde lo tradicional era asumido como algo del pasado y llamado a ser reemplazado por otros conocimientos, ahora queda la sensación de unos conocimientos que interactúan con otros. Más lejos de ese estado de idealidad cuando se le nombra como algo de los "tiempos de antes", permitiéndoles un lugar en los tiempos de ahora. Las ferias como espacio en una economía de intercambios más amplia, permite a lo "cultural" ocupar espacios de la vida local que antes no se contemplaban para ello.

Esta forma de vivir las prácticas culturales en el espacio de la feria, caracterizadas por un lado por la intersubjetividad y el hábito, y por el otro, por el cambio y la racionalidad estratégica que reduce lo cultural a un valor agregado (Barnes, 2005; citado por Montenegro, 2012) abre perspectivas de análisis interesantes en cuanto a las formas de

adaptación de las prácticas culturales, y la economía local a los cambios globales. Un ejemplo de esto es el impulso dado al emprendimiento social como alternativa a estructuras económicas dominadas por el individualismo y la racionalidad capitalista.

Sin embargo, el riesgo que la Feria se convierta en el tiempo en un mercado exclusivamente económico, donde el flujo monetario sea más importante que la revitalización cultural (o que ésta se convierta en mercancía), es un fantasma que ronda y preocupa a quienes las promueven. El cambio en los estilos de vida indígena presiona a las familias a buscar fuentes de ingresos que cubran sus necesidades básicas. Por esto, es importante mantener la reflexión con las asociaciones y familias participantes para que estas necesidades monetarias, sin desconocerlas, no menoscaben el sentido cultural que se ha puesto en su organización, que permitan a las expresiones culturales de los pueblos indígenas manifestarse con autenticidad. Y a la vez, que se busquen mecanismos concretos que irradien su efecto hacia el fortalecimiento de mingas, fiestas tradicionales, encuentros de malocas, como mediaciones indispensables para la reproducción de las culturas indígenas amazónicas.

2. Elementos para la consolidación de un espacio fijo de mercado en Tarapacá

Se discuten, a la luz de los conceptos teóricos de la antropología económica, y trabajos similares en la Amazonia, los hallazgos de las Ferias de Chagras en relación a los conocimientos tradicionales, intercambios y comercio de productos locales; y los resultados que exploran formas y espacios de circulación de productos locales en el casco urbano, como estrategias económicas y culturales de las comunidades para

participar del intercambio y comercialización de productos de la agrobiodiversidad a nivel local, y conectados hacia mercados externos.

Las comunidades indígenas de Tarapacá sostienen gran parte de su dieta alimentaria gracias a la redistribución por relaciones de reciprocidad, compra a vecinos, y tiendas locales. Las relaciones de reciprocidad permiten mantener una distribución de productos que valora los intercambios por relaciones sociales y culturales que representan vínculos étnicos, interculturales y asociativos. La frecuencia de las mingas manifiesta una forma de organización comunitaria del trabajo que garantiza abastecimiento de productos de la chagra, a la vez que reproduce conocimientos asociados a la siembra y transformación de productos.

El casco urbano de Tarapacá es un espacio dominado comercialmente por las tiendas locales, que venden productos industriales y una cantidad menor de productos locales, sobre todo carnes, pescado, yuca y plátano[43]. A diferencia de la carne y el pescado, la venta de productos de la chagra en tiendas locales no es significativa, sino estos se consiguen más que todo por medio del intercambio y comercio entre vecinos. Esto puede explicar las razones por las que en Tarapacá aún no existe un espacio físico que acopie y centralice el intercambio local de alimentos y productos, para muchas familias es posible acceder a alimentos sin ello, y mientras se disponga de redes de redistribución, contar con un mercado permanente no parece una necesidad urgente.

La práctica de mingas para la agricultura, pesca, recolección y cacería aun sostienen gran parte de la dieta de las familias. El papel de las mingas es fundamental. Es como la relación con la selva con la que se forma un todo, se reconocen los efectos mutuos y

la mediación cultural facilita esta relación de largo plazo. Entre familias la minga está presente en las distintas facetas de la vida, en el disfrute del paisaje, en el trabajo, en los intercambios. La vida no está compartamentalizada en producción, comercialización, recreación, la minga es una de las formas para mantener la vida como un todo. Esto es lo que subyace a la ausencia de un mercado permanente.

Sin embargo, cada vez estas redes y relaciones que se reproducen por medio de mingas para conseguir la comida y transmitir conocimientos se interrumpen por la creciente dependencia de las familias con el mercado laboral y la alimentación agroindustrial. Cuando una familia deja de sembrar la chagra, de pescar o cazar, por emplearse en el mercado laboral, se están debilitando estas redes familiares que garantizan el acceso a productos sanos, crece el consumo de productos agroindustriales y baja su participación en mingas (Acosta *et. al*., 2011; Peña-Venegas 2009).

Para las comunidades indígenas que habitan el casco urbano, la necesidad de acceso a bienes y servicios los ha llevado a combinar sus prácticas tradicionales de subsistencia con otras que les representen ingresos, las estrategias para acceder a esto van desde emplearse, participar en actividades extractivas, abrir negocios y comercializar productos de las chagras y solares (Hernández *et. al*., 2010). En el casco urbano de Tarapacá no existe un espacio fijo dedicado al acopio, comercio e intercambio de productos, las personas que ejercen esta actividad lo hacen desde la puerta de sus casas, algunos caminan el pueblo ofreciendo productos, o los venden a tiendas y restaurantes.

En este sentido, las ferias en Tarapacá se han realizado bajo una necesidad identificada por las asociaciones indígenas, de mujeres y el Instituto Sinchi (Sinchi, 2014) por fortalecer la participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos, a la vez que se transmiten los conocimientos tradicionales asociados a estas actividades. La estrategia que se ha vislumbrado es la de centralizar la oferta en un mercado fijo de productos. La forma de llegar a esto ha sido la realización de ferias, por medio de estas se han discutido los principios y valores del tipo de economía que este mercado debe promover, alineados hacia los conocimientos tradicionales, los emprendimientos sociales y a las formas organizativas de las mismas comunidades.

De acuerdo a Polanyi (1989), el paso de los mercados aislados a una economía de mercado no es una condición "natural", sino algo que solo es posible por la intervención de una administración. Esto solo se justifica cuando existe un comercio exterior que implique una institución que ponga en práctica la propensión a trocar y a comerciar. El comercio entre indígenas se ha sustentado en normas culturales, que se han debilitado desde el contacto con la sociedad nacional y las economías extractivas, dando paso a otro tipo de valores que los ha hecho dependientes de bienes y servicios. Recomponer los hilos que hacen posible este intercambio de productos entre las comunidades es una acción que han asumido las asociaciones indígenas de Tarapacá con el apoyo del Instituto Sinchi, quienes vienen cooperando desde 1999 en proyectos que atienden al uso y manejo sustentable de los recursos naturales, los conocimientos tradicionales y la gobernabilidad de los pueblos indígenas.

La búsqueda de espacios para el intercambio y comercialización de productos es parte de una estrategia que se ha identificado en la literatura como una forma de adaptación de los indígenas a las condiciones de urbanización (Arcila, 2011), e integración a las economías de mercado. Estas estrategias establecen ciertas tendencias en la consolidación de redes alimentarias locales (Yagüe, 2013) que incluyan a la producción indígena y su articulación con canales de intercambio y comercio local (Eloy, 2008; Fontaine, 2002; Mora de Jaramillo, 2012; Peña-Venegas *et. al*., 2009). Más allá de eso, según los resultados, los motivos de las personas por participar de estas ferias y mercados sugieren propósitos que proyectan sus actividades hacia otras actividades económicas que incluyan la transformación de productos destinados a nichos de mercados que se presentan como verdes, justos, ecológicos y que estén dispuestos a pagar un precio por acceder a productos hechos por comunidades indígenas bajo ciertas condiciones.

Estas nuevas oportunidades conocidas como mercados verdes, conscientes, justos, a diferencia de las tradicionales economías extractivas, fijan el precio y el valor de cambio no solo por la cantidad de trabajo socialmente necesario, también por los costos de los productores por conservar los servicios ecosistémicos, la diversidad genética y cultural. En este aspecto, los resultados sugieren una interesante perspectiva de las comunidades para alcanzar este tipo de mercados, en los cuales ya participan asociaciones como ASMUCOTAR.

De acuerdo a Pit *et. al*., (2003), para quienes las ferias de agrodioviversidad ayudan a consolidar procesos locales que propendan por una autonomía de las comunidades por el manejo y gobernabilidad de sus recursos naturales, el enfoque de las ferias y

mercados hacia la promoción, protección y recuperación de los conocimientos tradicionales resalta el interés de las asociaciones por incrustar estos mercados como dispositivos que conectan intereses y afinidades de personas y grupos de diferentes regiones, y que tienen en común promover una alimentación sana y acorde con las realidades biofísicas y culturales de los territorios.

Las organizaciones participantes en las Ferias de Chagras buscan que la instauración de un mercado fijo en Tarapacá incremente la diversidad de productos ofertados en el casco urbano, en un espacio, que a la vez, promueva los valores y hábitos que valoran los productos de la chagra, y las cocinas tradicionales como necesarios para la alimentación. Los resultados hasta ahora se limitan a describir las formas y espacios de intercambio y comercio local de productos relacionado a los avances de las ferias desde las percepciones y experiencias de los actores. Para futuras investigaciones, queda la pregunta si la instauración de un mercado fijo puede también producir una cierta especialización en la producción para obtener ingresos, y qué consecuencias pueda tener eso sobre la diversidad alimentaria y la sembrada en las chagras (Bernet, Hibon, Bonierbale, & Hermann 2003). Para eso habría que comparar datos longitudinales sobre diversidad de chagras de familias que han participado de estos mercados y ferias. Por otra parte, desde una perspectiva posestructuralista, vale la pena analizar las interpretaciones que las comunidades participantes en ferias y mercados hacen sobre los conocimientos tradicionales, la identidad (Gros, 2012), la diversidad cultural (Montenegro, 2012) y la idea de desarrollo que estas iniciativas promueven.

Como líneas de análisis, desde una dimensión histórica y su interacción con el conocimiento científico, queda abierta la discusión sobre los efectos de mercados en los sistemas productivos y alimentarios tradicionales (O'Hara & Stagl, 2001). Las ferias como catalizadora de emprendimientos sociales, que proyecte sus alcances hacia mercados externos que valoran económica y culturalmente los productos obtenidos en condiciones favorables para la conservación y sustentabilidad agroecológica.

La evolución de estas interacciones e intercambios entre productores, instituciones y consumidores, siguiendo a O'Hara & Stagl (2001), pueden dar origen a mercados, locales o globales. Los mercados locales, inmersos en una red de relaciones sociales, significados, normas y reglas permiten que la gente intercambie bienes y servicios. Los mercados globales, en cambio, son conformados menos por redes sociales y normas comunes, y además necesitan cambiar las normativas locales y las racionalidades propias, hacia conductas de optimización y comportamiento del ahorro. En este sentido, el concepto de mingas, como redes de producción y circulación de productos, explica el alcance que estas ferias y mercados pueden tener en la reproducción de los modos de vida indígena, y las tensiones con las estructuras sociales y económicas en la cual están inmersas las comunidades.

El tipo de economía que se busca promover en ferias y mercados resalta las formas de organización local a nivel étnico, comunitario, familiar y asociativo. Así, los resultados apuntan a mercados y ferias como espacios que permiten herramientas prácticas a las comunidades, familias y asociaciones para instrumentalizar programas de capacitación de diferente índole como transformación de alimentos, empresas solidarias, expresiones artísticas, entre muchos otros. De todas estas finalidades resalta la

búsqueda por una mayor autonomía alimentaria y una sana alimentación desde el punto de vista de los pueblos indígenas y su concepción de “buen vivir”. Estas formas asociativas, en un lugar como Tarapacá marcado por una creciente interculturalidad, son las formas organizativas que ha tomado el indigenismo (Gros, 2012) para acceder a reivindicaciones por la tierra y la cultura como a derechos garantizados por los Estados nacionales, que como Colombia, se definen pluriculturales, sociales y de derecho.

3. Recomendaciones

A continuación, y como aporte practico de esta discusión, se recomiendan algunos lineamientos a tener en cuenta por las organizaciones locales y las instituciones para la instrumentalización de un mercado fijo en Tarapacá.

I) Una de las fortalezas identificadas que puede favorecer un mercado fijo es la venta de artesanías, comidas y productos procesados. El comercio entre vecinos y con las comunidades corresponde al 40,6% (Figura 7), este comercio está compuesto de una amplia oferta de productos procesados, ya que las tiendas solo venden pescado fresco, carne de monte, res, yuca, plátano y una que otra fruta que este en cosecha, por lo general piña. Pero no ofrecen comidas preparadas, ni casabe, ni ají negro, ni artesanías que son los productos que mayor valor han tenido en las ferias. Así la comida es lo que mejor se puede vender, sobre todo si es tradicional, podríamos pensar que este sería un mercado de comidas típicas principalmente, y productos como la fariña y el casabe siempre tienen una alta demanda.

II) Dada la multiculturalidad de la región, un espacio fijo de mercado podría explorar una oferta de platos de diferentes etnias indígenas y regiones del interior de Colombia, Brasil y Perú, satisfacer el gusto de los paladares, darse a conocer por el placer que produce comer. En Tarapacá, los restaurantes familiares no cuentan con una oferta suficientemente amplia de comidas tradicionales, son lugares con clientes constantes como funcionarios de instituciones, policías, militares y familias. Por lo visto, estos restaurantes no explotan al máximo su capacidad de atraer clientes con platos típicos, en cambio es habitual encontrar pollo congelado, carnes enlatadas y aguas saborizadas.

III) Las ferias podrían servir para probar qué beneficios puede traer a una familia participar de una jornada de venta e intercambio de productos. En Tarapacá no existen negocios dedicados exclusivamente a la venta de productos primarios y procesados. Este hecho no significa que la circulación de productos locales sea escasa[44], sino más bien que no ha existido una política local que centralice la distribución de estos productos en el espacio urbano. En este sentido, según la Figura 13, las asociaciones y comunidades son el principal grupo social para participar en mingas, incluso por encima de la familia. Esto muestra la importancia que tienen las asociaciones y comunidades como entes centralizadores y redistributivos. Y pueden revelar un importante papel de las asociaciones y comunidades en la promoción de una política local que propenda por un espacio fijo de mercado en el casco urbano.

IV) Por experiencias pasadas[45] no es recomendable que las asociaciones corran el riesgo de la comercialización, sino que cumplan un papel de facilitadores, promotores e intervengan como reguladores de precios cuando sea necesario. Una forma más factible de dinamizar un lugar de mercado es que las familias corran el riesgo de la comercialización. Si en una jornada de venta una familia no logra obtener ganancias, otras posiblemente si, y de esa manera no se ve afectada toda la estructura del mercado. La familia es la unidad fundamental que organiza la distribución de los productos agrícolas, ya que pese a que existen cabildos, comunidades y asociaciones son las familias las que generan alianzas, organizan los trabajos de chagra, pesca, cacería y la repartición de los alimentos[46].

V) Otra estrategia que puede fortalecer un mercado fijo es el intercambio sin dinero (trueque, favor, regalo). El intercambio requiere un trabajo más profundo, pues una vez que los productos han llegado al casco urbano entran a la esfera de la comercialización, y difícilmente se consideran como regalo. Una de las críticas hechas a las ferias es que se han aprovechado principalmente para la venta. Sobre ese punto no se ha dado una intencionalidad para promover otras formas de intercambio sin dinero, sino que se ha dejado espontáneamente que cada quien arregle según “su conveniencia”. Por esto, se ha impuesto la comercialización, ya que como dice Nora del Águila “yo regalo de mi chagra, en mi casa yo no regalo”. El trabajo que implica sacar un producto de la chagra a la casa marca la diferencia entre el intercambio sin dinero y la venta.

VI) La crítica a la exclusividad de las ventas en ferias, podríamos extenderla a la manera como se ha nombrado este proyecto como una “plaza de mercado”. Los propósitos que han motivado la iniciativa de este mercado tienen una naturaleza diferente a lo que se conoce como una “plaza de mercado” en otras regiones de Latinoamérica, donde se ofrecen productos que recorren largas distancias y no se cuestiona el modo de producción. Para Tarapacá la instrumentalización de un mercado fijo, tendría como principal pilar el ser un espacio exclusivo para productos locales, ser una extensión de las redes que sustentan los sistemas productivos tradicionales, las mingas y la reproducción de los conocimientos ancestrales. Por eso, se considera importante discutir el nombre más apropiado[47].

VII) Es importante que las organizaciones interesadas definan acciones para que estas iniciativas no reproduzcan la misma lógica de las economías de mercado, sino que propendan por una autonomía que valore la diversidad alimentaria y los valores culturales que la sustentan. Para esto las asociaciones indígenas deben propender por integrar los mercados y ferias dentro de sus planes de vida, que organice una pedagogía transversal a su implementación.

VIII) Otro aspecto que puede ser interesante y que hay que rescatar como una fortaleza es la posibilidad de tener un mercado fijo en Tarapacá es la interacción que viven las personas, la posibilidad de aprender sobre algo, entablar una conversación, saludarse o tan solo estar ahí, la sociabilidad, la capacidad de vivir con los otros, de aceptarse y sentirse parte de los otros. La sociabilidad produce la concurrencia continua, por eso es que la feria ha

tenido juegos, grupos de música, concursos, cuentos, bailes, y esparcimiento. De un mercado no se espera que sea todo el tiempo un lugar de performance de actividades y dinámicas, pero si se espera una atmósfera diferente a solo ir a comprar, por eso el mercado podría ganar preferencia entre los tarapaqueños.

4. Análisis FODA

El informe final del Instituto Sinchi presentó en 2014 un análisis FODA que evalúa las posibilidades para la constitución de un lugar fijo de mercado, este cuadro ha sido enriquecido con información conseguida en 2015. Con este cuadro se busca sintetizar los principales elementos a tener en cuenta por las asociaciones e instituciones para apoyar la instrumentalización de un mercado fijo en Tarapacá.

El análisis FODA permite una prospección sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puede tener este mercado fijo. Posibilita a las asociaciones indígenas incorporar en sus Planes de Vida líneas de trabajo, acciones y actividades hacia la consolidación de una economía local que tenga en cuenta el aporte de los conocimientos tradicionales de las familias indígenas, y sus oportunidades en un contexto económico que combina lógicas de producción tradicional de los pueblos indígenas y de mercado.

Según Franco (2010), para la ONIC (Organización Nacional Indígena de Colombia) los Planes de Vida han sido definidos en dos sentidos complementarios: como una herramienta de afirmación cultural, social, política y económica de los pueblos

indígenas; y como estrategia de negociación y concertación con la sociedad nacional en la construcción de una nación multiétnica y pluricultural.

Los Planes de Vida de las comunidades, constituyen una propuesta de construcción y puesta en marcha de modelos de planeación del desarrollo y ejecución desde una perspectiva intercultural; así como también la implementación de proyectos que apuntan a la construcción de modelos de etnodesarrollo (Franco, 2010).

Tabla 2. Análisis FODA de los aspectos sociales, económicos, culturales y políticos para implementar un mercado fijo en Tarapacá.

Fortalezas	Oportunidades
- Oferta de alimentos locales e indígenas de la Amazonia. - Alta demanda potencial y sin competencia. - Preferencias del consumidor Indígena - Regularidad. - Locación fija. - Variedad de productos conocidos ampliamente por la población. - Las asociaciones que lo gestionan son relativamente fuertes. - Amistoso y de confianza - Apoyo de Instituciones (Desarrollo Profesional y Capacitación). - Espacio de aprendizaje. - Oferta de comidas de los pueblos indígenas y regionales de Colombia, Perú y Brasil. - Fortalecimiento del intercambio de productos y semillas.	- Crecimiento sostenible. - Posibles ventas de los excedentes a otros mercados. - Integración social y cultural - Fortalecimiento de la tradiciones e instituciones participantes (ASOAINTAM, ASMOCUTAR, CIMTAR) - Desarrollo y especialización de productos. - Alternativas y diversificación laboral. - Contribuir a la autonomía alimentaria de las comunidades indígenas. - Demanda de población amazónica no indígena. - Proveer a instituciones de productos locales. - Generar interés por parte de organizaciones indígenas,

- Hay personas interesadas que conocen el ejercicio de la comercialización.	campesinas, mercados solidarios, entre otros.
Amenazas - Competencia de productos de las tiendas. - Cambio cultural en la dieta alimentaria. - Posibles bajos precios. - Posibles consumidores habituados al modelo occidental. - Un déficit en la demanda. Productos sobrantes. - Dependencia de la gestión de instituciones.	**Debilidades** - Carencia de almacenamiento en frío. - Productos perecederos - Oferentes sin capital de trabajo - Logística, transporte de los productos desde las chagras, y comunidades al mercado. - Desinterés por ocupar el espacio. - Información insuficiente del sistema de precios.

Fuente. Sinchi (2014) complementado por De La Cruz P.

VI. CONCLUSIONES

El cambio en los modos de vida indígena de los pueblos del Trapecio Amazónico, ha llevado a mucha población indígena a una vida urbana, transformando sus formas tradicionales de intercambio basadas en la redistribución y la reciprocidad, por relaciones comerciales mediadas por dinero. Este cambio ha desestructurado muchos de sus conocimientos tradicionales, y ha tenido efectos considerables en su autonomía alimentaria.

En este sentido, desde la Constitución Política de 1991, y cuando se firma el Convenio de Diversidad Biológica, se enfatiza sobre la situación de los conocimientos, innovaciones y prácticas tradicionales, de las sociedades tradicionales indígenas y no indígenas (Acosta, 2013). Desde entonces, se han aprobado leyes y conformado políticas públicas que de manera especial atienden la diversidad cultural, los derechos de las comunidades y sus conocimientos tradicionales.

Las Ferias de Chagras en Tarapacá se enmarcan en un proceso más amplio de protección, recuperación y promoción de conocimientos tradicionales, es un espacio promovido por las asociaciones indígenas, de mujeres y el Instituto Sinchi, quienes consideran importante implementar estrategias para promover la práctica de conocimientos tradicionales, indígenas, propios, en el uso y manejo de la agrobiodiversidad, y la distribución y transformación de alimentos. Así, las ferias resaltan la importancia de una mayor autonomía alimentaria de las comunidades al agregarle valor a las actividades agrícolas, artesanales y a las cocinas tradicionales.

Así, esta tesis estableció como hipótesis inicial que la organización de las ferias en Tarapacá ha contribuido a lo que desde la experiencia de los actores se considera un aporte significativo al conocimiento tradicional. Para esto, se aplicaron encuestas semiestructuradas, se realizaron talleres y conversatorios que nos permitieron conocer las percepciones de un grupo de mujeres sobre el objetivo y beneficio que las ferias han tenido para ellas. Estos resultados nos llevaron a concluir que las ferias se vislumbran como un instrumento práctico que valora los productos de las chagras, las cocinas, y las artesanías, permite su distribución y reconocimiento en un contexto social e histórico que en el último siglo ha trasformado los modos de vida indígena y ha incorporado necesidades ligadas a las economías de mercado.

La segunda parte de la tesis apuntaba a construir elementos clave para la instrumentalización de mercados solidarios, y justos, para esto partimos de la hipótesis que una mayor participación de las familias indígenas en el intercambio y comercialización de productos revaloriza ciertos conocimientos tradicionales en su interacción con las estructuras sociales, y económicas, en la cual están inmersas las comunidades indígenas. Metodológicamente fue un ejercicio prospectivo, para lo cual se analizó información sobre el consumo diario de productos locales, y la registrada en conversatorios y talleres con las comunidades. Se proyectaron posibles escenarios que "ayuden más a la planeación que a la predicción del futuro" (Pautasso *et. al.*, 2012) aportando a las bases de un proceso organizativo que no se agota con la realización de esta tesis.

El primer grupo de conclusiones esboza los principales hallazgos sobre las contribuciones de las Ferias de Chagras a los conocimientos tradicionales, el

intercambio y comercialización local de productos por parte de las asociaciones indígenas de Tarapacá:

I) Las ferias contribuyen a revalorizar económica y culturalmente prácticas y conocimientos tradicionales asociadas a los trabajos agrícolas de chagra, transformación de productos, y comidas tradicionales. El primero se expresa como la capacidad de vender, ejercer una actividad comercial sin intermediarios que genere excedentes, y a la vez visibilice sus iniciativas hacia otros escenarios de comercio de productos promisorios, comercio justo, mercados verdes,[48] ecológicos[49] y ecoturismo,[50] entre otros, que reconozcan el valor de sus conocimientos y sistemas tradicionales de producción. El segundo, se expresa cuando se resaltan los elementos asociados a la tradición, y a la identidad de los pueblos indígenas, como el compartir, las manifestaciones culturales y la transmisión de conocimientos. De esta manera la feria se asemeja a la propuesta del *tianguis*, mercado tradicional que ha existido en Mesoamérica desde la época prehispánica, que ha ido evolucionando en forma y contexto social a lo largo de los siglos, y vincula las sociedades no capitalistas con el mercado nacional (Paré, 1975).

II) Las ferias interpretan lo étnico, lo propio e indígena, como conceptos que se diluyen entre lo moderno y tradicional, dando como resultado una nueva forma de concebir la cultura. Esta concepción abre la puerta a los conocimientos tradicionales como algo del presente, que se practica y comparte con otras personas, y genera perspectivas de emprendimiento para las comunidades indígenas hacia actividades que revalorizan sus prácticas frente a unas

estructuras económicas dominadas por la racionalidad capitalista. Las ferias como espacio en una economía de intercambios más amplia, permite a lo "cultural" ocupar espacios de la vida local que antes no se contemplaban para ello.

III) El centro de las ferias ha sido la chagra y la comida, escenarios donde las mujeres tradicionalmente han cumplido funciones como conocedoras, administradoras y trabajadoras. Gracias a su sentido práctico y conocimientos heredados, se han organizado distintos grupos de mujeres con el fin de generar cadenas de valor para productos de la chagra. Como aporte a los objetivos de esta investigación vale la pena poner atención en porqué son las mujeres las que más se interesan en participar en las ferias, entender su percepción y posición frente a las prácticas alimentarias locales. Y más allá de eso abrir la discusión sobre su contribución a la recuperación, promoción y protección de ciertos conocimientos tradicionales y el tipo de economía que se promueve con su participación.

IV) Las Ferias de Chagras se puede definir como un espacio de experiencias alrededor del intercambio de productos de la agrobiodiversidad que reivindica los valores culturales de los pueblos indígenas, la diversidad y el pluralismo cultural. Las Ferias de Chagras es producto de una larga trayectoria de esfuerzos de las organizaciones locales y el Instituto Sinchi. La feria nace como parte de una construcción conjunta de conocimientos y mecanismos que valoran la agrobiodiversidad circundante haciendo uso, tanto de la ciencia moderna, como de los conocimientos tradicionales que aportan las comunidades. Es una propuesta que mezcla elementos de la economía de mercado, la economía

solidaria y de la tradición indígena pluricultural amazónica. La propuesta busca permitir un espacio propicio para la innovación social, alimentaria, técnica, y en general de las prácticas organizativas y tecnológicas.

El segundo grupo de conclusiones se desprende del objetivo de aportar elementos hacia la construcción de un mercado solidario, justo, en un espacio fijo, urbano para el intercambio y la comercialización de productos locales en Tarapacá:

I) La Feria de Chagras es el principal marco de referencia para las asociaciones indígenas y de mujeres, que promueven una mayor participación de las comunidades en el intercambio y comercialización local de productos por medio de un mercado fijo en el casco urbano. La instrumentalización de este mercado tendría como principal pilar el sostenimiento de los sistemas productivos y alimentarios tradicionales, la innovación y promoción de los emprendimientos sociales alrededor del uso y manejo de la agrobiodiversidad. Esta necesidad, surge en parte por las interrupciones en la transmisión de los conocimientos tradicionales que sostienen las chagras, la apropiación y transformación de los alimentos.

II) Las acciones que las organizaciones realicen para esto deben tener en cuenta las dinámicas de la economía local para el intercambio y comercialización de productos. El tipo de economía que se busca promover en ferias y mercados resalta las formas de organización local a nivel étnico, comunitario, familiar y asociativo. Así, los mercados y ferias se conciben como espacios que permiten herramientas prácticas a las comunidades, familias y asociaciones para instrumentalizar programas que busquen una mayor autonomía alimentaria y una

sana alimentación desde el punto de vista de los pueblos indígenas y su concepción de “buen vivir”.

III) Este espacio podría ser un vehículo para la socialización de experiencias entre instituciones y organizaciones locales en torno a la implementación de bancos genéticos de especies, enriquecimiento de especies promisorias, viveros, chagras demostrativas, intercambios de semillas, material de divulgación, entre otros, que las comunidades han trabajado para la conservación de variedades de tubérculos, palmas, medicinales, frutales etc., por medio de este se pueden multiplicar y transmitir estas experiencias hacia otras comunidades que no han participado en procesos de recuperación y fortalecimiento de la agrobiodiversidad y sus conocimientos asociados.

IV) Es significativo el aporte de las mujeres y sus formas de organización para la búsqueda de estrategias que promuevan una mayor participación de las comunidades indígenas en el intercambio y comercialización local de productos. De esta manera, un mercado fijo, se constituye en un espacio propicio para su participación como sostenedoras de la alimentación de las comunidades, y promover su organización en torno a iniciativas que fortalezcan las prácticas agrícolas tradicionales, los conocimientos culinarios, medicinales, artesanales, entre otros.

El tercer grupo de conclusiones son preguntas derivadas de la discusión de los resultados y que se dejan abiertas para que inspiren futuras investigaciones en torno a la participación de las comunidades indígenas en mercados solidarios, ferias, y todas aquellas manifestaciones locales que promueven el intercambio y la comercialización

de productos como una estrategia de protección, recuperación y promoción de los conocimientos tradicionales indígenas.

I. Algunas preguntas puntuales del orden de estudio de mercados como: ¿Qué porcentaje del precio de venta de un producto de la chagra representa una ganancia para las familias? ¿Esa ganancia cómo se puede valorar cuando el mercado integra otro tipo de relaciones no comerciales? ¿Cuál puede ser el comportamiento de los precios de las diferentes categorías de productos en un mercado local permanente? ¿Qué otro tipo de redes de mercado regional, nacional, o internacional pueden surgir a partir de la realización de ferias, o de mercados locales permanentes? ¿Cuánto de lo que se comercializa en productos industriales puede ser revertido en pro de comercializar productos locales? ¿Cómo se adaptarían las estructuras familiares y de parentesco de organización y división del trabajo ante la consolidación de un mercado fijo que mejore los ingresos económicos de las familias? ¿Cómo articular la economía del trueque en los mercados locales?

II. Otra serie de preguntas que conducen a entender la lógica del valor en sociedades donde parte de las relaciones de intercambio se dan por redistribución y reciprocidad requieren un enfoque posestructuralista ¿cuáles son los regímenes[51] del valor (Graeber, 2001) que se construyen alrededor de las ferias y de qué manera estos regímenes vendrían a moldear las formas de intercambio y comercio de productos a nivel local? ¿De qué manera influyen las ideologías difundidas de los mercados verdes, ecológicos, solidarios en la interpretación que hacen las comunidades sobre los conocimientos tradicionales

y la identidad indígena amazónica, y cómo puede afectar esto las relaciones de intercambio por reciprocidad?

Consideraciones finales

Estas preguntas pueden inspirar propuestas de investigación con una perspectiva comparada a diferentes regiones de la Amazonía. Desde un trabajo más extenso, se puede evaluar el papel de estos mercados para promover una postura crítica y propositiva frente a las políticas públicas que abordan temas de alimentación, salud y bienestar[52]; en un momento en que las políticas departamentales y nacionales hablan de desnutrición en niños y niñas de las comunidades indígenas del Departamento del Amazonas, argumento que se ha confundido y no cuenta con evidencia suficiente.

A nivel institucional, los mercados y ferias pretenden escalar la cantidad de productos locales consumidos con respecto a productos no locales, para esto se propone una ruta de trabajo, e investigación en prácticas alimentarias en la Amazonía que tengan un impacto en una mayor autonomía alimentaria de las comunidades. Para esto es importante conocer otras ferias y mercados conocidos como campesinos, agroecológicos, ecológicos, tianguis que promueven organizaciones indígenas, campesinas, afros, y sectores de la sociedad como agentes comerciales, organismos internacionales, instituciones y ONG.

Desde este trabajo se aportan elementos estructurales a nivel local, el siguiente trabajo es relacionar esos elementos que se asocian a las ferias y mercados con otro tipo de procesos que trascienden las fronteras biofísicas y culturales de la región, y se mueven bajo ritmos más amplios como la organización indígena, la gobernabilidad, el acceso a

la tecnología, la economía global y de servicios. Desde una perspectiva más amplia, estas propuestas en torno a ferias y mercados pueden convertirse en interesantes dispositivos para conectar intereses y afinidades de personas y grupos de diferentes regiones, y que tienen en común promover una alimentación sana y acorde con las realidades biofísicas y culturales de los territorios.

Para finalizar, quiero resaltar la importancia de conectar estos trabajos académicos con la gestión de propuestas que buscan un destino más acorde a las realidades culturales y ecológicas de las comunidades indígenas de la Amazonía. Las Ferias de Chagras en Tarapacá no fueran posibles si no existiera un trabajo institucional y organizativo más amplio que lo sustenta. Son muchos los retos y preguntas que quedan por delante en estas propuestas que acercan de manera novedosa la cultura local con los discursos económicos dominantes, y no deja de inquietar el porvenir de las comunidades indígenas que habitan unas selvas que con el paso de los años serán cada vez más codiciadas por fuerzas económicas, que tratan, a toda costa, convertirla en mercancía bajo el discurso del desarrollo, la sustentabilidad o la conservación. Cualquiera sea la fuerza que golpea, lo que se pretende con estos procesos organizativos es que el destino de esta inmensa agrobiodiversidad este y siga estando en manos de las comunidades que la han manejado y conocido por miles de años.

VII. LITERATURA CITADA

Acosta, L. E. (2001). Los sistemas de producción de la etnia Ticuna del resguardo de Puerto Nariño, sur del Trapecio Amazónico: una aproximación socioeconómica. *Cuadernos de Desarrollo Rural.*, *46*, 101–132.

Acosta, L. E. (2008). SOSTENIBILIDAD TERRITORIAL Y BIENESTAR INDÍGENA: BASES PARA EL DISEÑO DE INDICADORES EN LA AMAZONIA COLOMBIANA. *Revista Colombia Amazónica.*, *1*, 113–128.

Acosta, L. E. (2013). *Pueblos indígenas de la Amazonia e indicadores de bienestar humano en la encrucijada de la globalización : estudio de caso Amazonia colombiana*. Universidad del País Vasco.

Acosta, L. E., & Mendoza, D. (2007). El conocimiento tradicional: clave en la construcción del desarrollo sostenible en la amazonia colombiana. *Revista Colombia Amazónica.*, *Edición Es*, 101–118.

Acosta, L. E., Mendoza, D., & Gulgh, J. F. (2007). PLAN ESTRATÉGICO 2003 – 2017 "INVESTIGACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA AMAZONIA COLOMBIANA." Bogotá: Instituto Amazónico de Investigaciones Cientificas, Sinchi.

Acosta, L. E., Perez, M., Juragaro, L. A., Nonokudo, H., Sanchez, G., Zafiama, A. M., … Neikase, S. (2011). *LA CHAGRA EN LA CHORRERA: más que una producción de subsistencia, es una fuente de comunicación y alimento físico y espiritual, de los Hijos del tabaco, la coca y la yuca dulce.* Leticia, Amazonas: Instituto Amazónico de Investigaciones Cientificas, Sinchi. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Asociación de Cabildos y Autoridades Tradicionales de La Chorrera, AZICATCH. Retrieved from https://www.siac.gov.co/documentos/DOC_Portal/DOC_Biodiversidad/110912_Libro_CHAGRAS_SINCHI_B.pdf

Adhikari, A., Rana, R. B., Sthapit, B. R., Subedi, A., Shrestha, P. K., Upadhyay, Madhusudan P. Prasad Baral, K., … Gyawali, S. (2005). Effectiveness of diversity fair in raising awareness of agrobiodiversity management. In *On-farm Conservation of Agricultural Biodiversity in Nepal. Volume II. Managing Diversity and Promoting its Benefits* (Vol. II, pp. 236–246).

Arcila, O. (2011). *La Amazonia colombiana urbanizada Un análisis de sus asentamientos humanos*. Bogotá, D.C.: Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas, Sinchi.

ASMUCOTAR, A. de M. C. de T. (2013). *Informe técnico segundo tramo. Incorporación del Conocimiento Tradicional Asociado a la Agrobiodiversidad en Agroecosistemas Colombianos*. Tarapacá-Amazonas.

ASMUCOTAR, MADS, & PNUD. (2014). Recetario Tradicional Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá ASMUCOTAR. Tarapacá-Amazonas.

ASOAINTAM, & Franco, M. (2007). Plan de Vida de los cabildos Uitoto, Tikuna, Bora, Cocama e Inga de laAsociación de Autoridades tradicionales de Tarapacá-Amazonas. Tarapacá-Amazonas.: CORPORACIÓN PARA LA DEFENSA DE LA BIODIVERSIDAD AMAZONICA, CODEBA.

ASOAINTAM, & Sinchi, I. (2012). La palabra de la gente de Uitiboc. In S. Uruburu & P. De La Cruz Nassar (Eds.), *Encuentro realizado en el marco del proyecto "Incorporación del conocimiento tradicional asociado a la agrobiodiversidad en agroecosistemas colombianos". 26 de julio de 2012.* (p. 35). Tarapacá-Amazonas.: (No Publicado). Retrieved from http://www.feriadelaschagras.blogspot.mx/2014/07/la-palabra-de-la-gente-de-uitiboc.html

AZICATCH, A. de C. y A. T. de la C. (2008). *Plan de Vida de los Hijos del Tabaco, la Coca y la Yuca Dulce y Plan de Abundancia Zona Chorrera*. La Chorrera.

Baco, M. N., Biaou, G., Pinton, F., & Lescure, J. (2007). Les savoirs paysans traditionnels conservent-ils encore l'agrobiodiversité au Bénin ? *Biotechnologie, Agronomie, Société et Environnement*, *11*(3), 1–13.

Berkes, F. (2009). *Sacred Ecology* (2nd ed.). New York: Taylor & Francis.

Bernet, T., Hibon, A., Bonierbale, M., & Hermann, M. (2003). Marketing Approach to Conserve Agricultural Biodiversity. In *Conservation and Sustainable Use of Agricultural Biodiversity. A Source Book* (pp. 590–598). Los Banos, Laguna, Philippines: CIP-UPWARD - International Potato Center - Users Perspectives With Agricultural Research and Development c/a.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina,.

Castro, M. O. (2009). Dinámicas espaciales y temporales del componente demográfico de la región amazónica colombiana. Aspectos sociales para el desarrollo humano sostenible en la región amazónica colombiana. Bogotá, D.C.: MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL República de Colombia. Instituto Amazónico de Investigaciones Científica, Sinchi.

Cetina, K. K. (2006). The Market. *Theory, Culture & Society*, *23*(2-3), 551–556. http://doi.org/10.1177/0263276406062702

Cook, S. (1969). The "Anti-Market" Mentality Re-Examined: A Further Critique of the Substantive Approach to Economic Anthropology. *Southwestern Journal of Anthropology.*, *25*(4), 378–406. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/3629429 .

De La Cruz, P. (2009). *Informe 4. Contrato N° 057. Proyecto Uso conservación y aprovechamiento in situ del camu camu (Myrciaria dubia H.B.K.) presente en los lagos de Tarapacá, Amazonas, por parte de comunidades asociadas a ASOMATA y ASMUCOTAR (...).* Tarapacá-Amazonas.

De La Cruz, P. (2010a). Informe final. Uso conservación y aprovechamiento in situ del camu camu (Myrciaria dubia H.B.K.) presente en los lagos de Tarapacá, Amazonas, por parte de comunidades asociadas a ASOMATA y ASMUCOTAR como estrategia de conservación de los recursos Naturale. Tarapacá-Amazonas.: Instituto Sinchi.

De La Cruz, P. (2010b). Módulos de Capacitación diseñados en administración de empresas, empresas solidarias y organización empresarial involucrando al SENA como institución que imparte dichas capacitaciones. Leticia: Instituto Sinchi.

De La Cruz, P. (2013). *Producto 5. Contrato N° 17. Proyecto: Incorporación del Conocimiento Tradicional Asociado a la Agrobiodiversidad en Agroecosistemas colombianos. PNUD, GEF, MADS, Sinchi*. Leticia, Amazonas.

De La Cruz, P. (2014). Identidades ambientales, un caso comparativo entre el trapecio Amazónico y el Archipiélago de San Andrés. *Cuadernos de Geografía. Revista Colombiana de Geografía.*, *23*(1), 125–131. Retrieved from http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/viewFile/41088/pdf_551

De La Cruz, P., & Acosta, L. E. (n.d.). *Atizar el fuego de los conocimientos tradicionales: el caso de las comunidades indígenas de Tarapacá*. Leticia, Amazonas.

De la Fé, C., Ríos, H., & Ortiz, R. (2003). *Las Ferias de agrobiodiversidad. Guía metodológica para su organización y desarrollo en Cuba.* (INCA). La Habana: Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas (INCA).

De Robert, P., & van Helthem, L. (2008). L'heure du tacacá. Consommation et valorisation d'aliments traditionnels amazoniens en zone urbaine (Brésil). *Anthropology of Food S4 | May 2008 : Modèles Alimentaires et Recompositions Sociales En Amérique Latin*, *S4*, 1–15. Retrieved from http://aof.revues.org/3533

Díaz, C., Alva, J., & Flores, D. (2003, July). Ferias de agrobiodiversidad en Huánuco. *Cultivos Y Saberes n°28. Boletín de Periodicidad Mensual, Disponible También En La Página Web de La CCTA*.

Echeverri, J. A., & Gashé, J. (2004). Hacia una sociología de las sociedades bosquesinas. In D. Guio & C. A. Ochoa (Eds.), *Control social y coordinación: un camino hacia la sostenibilidad amazónica. Caso maderas del Trapecio Amazónico* (pp. 165–181.). Bogotá: Defensoría del Pueblo, Universidad Nacional de Colombia, Corpoamazonia, Unidad de Parques.

Eloy, L. (2008). Diversité alimentaire et urbanisation Le rôle des mobilités circulaires des Amérindiens dans le Nord-Ouest Amazonien. In C.-E. de Suremain & E. Katz (Eds.), *Anthropology of food. Modèles alimentaires et recompositions sociales en Amérique latine*. Retrieved from http://aof.revues.org/2882

Eloy, L., & Le Tourneau, F. M. (2009). L'urbanisation provoque-t-elle la déforestation en Amazonie ? Innovations territoriales et agricoles dans le nord-ouest amazonien (Brésil). *Annales de Géographie*, *3*(607), 204–227. http://doi.org/DOI : 10.3917/ag.667.0204

Fontaine, L. (2002). La monnaie, une modalité d'échange parmi d'autres chez les Indiens yucuna d'Amazonie colombienne., (171-188), 1–13.

Franco, M. H. (2010). *ANÁLISIS PARTICIPATIVO AGROECOLÓGICO DEL " PLAN DE VIDA " DEL RESGUARDO INDÍGENA DE YAQUIVÁ (COLOMBIA)*. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA (UNIA) UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA (UCO) UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE-SEVILLA.

Franco, R. (2012). *Cariba Malo. Episodios de Resistencia de un pueblo indigena aislado del Amazonas.* (Documentos). Leticia: Universidad Nacional de Colombia.

Gallego, L. (2014). *Infome 5. Contrato N° 17. Proyecto "Incorporación del conocimiento tradicional asociado a la agrobiodiversidad en Agroecosistemas de Colombia 74406 PNUD - GEF – MADS-Sinchi."* Tarapacá-Amazonas.

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas.* (Gedisa edi). Barcelona.

Godelier, M. (1967). OBJETO Y METODO DE LA ANTROPOLOGIA ECONOMICA. *IDEAS Y VALORES. Revista Del Departamento de Filosofía Y Humanidades de La Facultad de Ciencias Humanas de La Universidad Nacional.*, (27/28/29), 3–31.

Góes Neves, E. (2013). Was Agriculture a Key Productive Activity in Pre-Colonial Amazonia? The Stable Productive Basis for Social Equality in the Central Amazon. In E. S. Brondízio & E. F. Moran (Eds.), *Human-Environment Interactions. Current and Future Directions* (pp. 371–388). Dordrecht: Springer Netherlands. http://doi.org/10.1007/978-94-007-4780-7

Graeber, D. (2001). *Toward an Anthropological Theory of Value. The False Coin of Our Own Dreams*. New York, N. Y.: PALGRAVE.

Graeber, D. (2012). *En Deuda. Una Historia Alternativa de la Economía.* (Ariel). Madrid.

Groenfeldt, D. (2003). The future of indigenous values: cultural relativism in the face of economic development. *Futures*, *35*(9), 917–929. http://doi.org/10.1016/S0016-3287(03)00049-1

Gros, C. (2012). *Políticas de la etnicidad : identidad, Estado y modernidad*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Gros, C. (2013). ¿Indígenas o campesinos, pueblos de la selva o de la montaña? Viejos debates, nuevas perspectivas. *Revista Colombiana de Antropología*, *49*(1), 45–69.

Gros, C., & Ochoa, A. (1998). Identidades indias, identidades nuevas. Algunas reflexiones a partir del caso colombiano. *Revista Mexicana de Sociología.*, *60*(4), 181–207. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/3541336

Gutiérrez, F., Acosta, L. E., & Salazar, C. A. (2004). *Perfiles Urbanos en la Amazonia colombiana: Un enfoque para el desarrollo sostenible.* Bogotá, D.C.: Instituto Amazónico de Investigaciones Cientificas, Sinchi.

Hernández, M. S., De La Cruz, P., Acosta, L. E., Ahuanari, A., Polanía, D., & Borraez, F. (2010). *Organización social para el aprovechamiento sostenible del camu-camu (Myrciaria dubia (Kunth) McVaugh) en Tarapacá, departamento del Amazonas, Colombia.* Instituto Amazónico de Investigaciones Cientificas, Sinchi. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. ASMUCOTAR. ASOMATA. ECOFONDO. http://doi.org/10.1533/9780857092762.352

Jimenez Larrarte, M. (2013). Conocimiento Tradicional y Biodiversidad. Propuesta de Política Pública Pluricultural para la Protección de los Sistemas de Conocimiento tradicional Asociado a la Biodiversidad en Colombia. Bogotá.: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Grupo de Divulgación de Conocimiento y Cultura Ambiental.

Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental. La reapropiación social de la naturaleza*. Mexico D.F: Siglo XXI.

Mann, C. (2006). *UNA NUEVA HISTORIA DE LAS AMÉRICAS ANTES DE COLÓN*. Bogotá: Taurus.

Monteiro, J. M., de Lima Araújo, E., Cavalcanti Amorim, E., & De Albuquerque, U. P. (2010). Local Markets and Medicinal Plant Commerce : A Review with Emphasis on Brazil. *Economic Botany*, *64*(4), 352–366.

Montenegro, M. (2012). La producción del espacio en dos ferias contemporáneas. *Revista de Estudios Sociales No.35*, (44), 171–180. http://doi.org/10.7440/res44.2012.16

Mora de Jaramillo, Y. (2012). *Alimentación y cultura en el Amazonas* (2nd ed.). Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura.

Morán, E. F. (1993). *La Ecologia Humana de los Pueblos de la Amazonia.* (Fondo de C). México, D. F.

Nash, M. (1967). Current Anthropology, Primitive and Peasant Economic Systems. *The University of the Chicago Press*, *8*(3), 244–250. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/2740214

Newby, H., & Sevilla-Guzman, E. (1983). *Introduccion a la sociología rural.* Madrid.: Alianza Universidad núm. 377.

O'Connor, J. (2002). ¿Es posible el capitalismo sostenible? In *Ecología Política. Naturaleza, sociedad y utopía.* (pp. 27–52). Buenos Aires: CLACSO. Retrieved from http://168.96.200.17/ar/libros/ecologia/connor.pdf

O'Hara, S. U., & Stagl, S. (2001). Global Food Markets and Their Local Alternatives : A Socio-Ecological Economic Perspective. *Population and Environment: A Journal of Interdisciplinary Studies*, *22*(6), 533–554.

Paré, L. (1975). Tianguis y economia capitalista. *Nueva Antropología.*, *I*(2), 85–93. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15900204> ISSN 0185-0636

Pautasso, M., Aistara, G., Barnaud, A., Caillon, S., Clouvel, P., Coomes, O. T., … Tramontini, S. (2012). Seed exchange networks for agrobiodiversity conservation. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, *33*(1), 151–175. http://doi.org/10.1007/s13593-012-0089-6

Peña-Venegas, C., Valderrama, A., Acosta, L. E., & Pérez, M. (2009). *Seguridad alimentaria en comunidades indígenas del Amazonas: ayer y hoy*. Bogotá, D.C.: Instituto Amazónico de Investigaciones Cientificas, Sinchi. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

Pit, B. S., Rijal, D. p0k, Ngoc, D., & Jarvis, D. (2003). A Role For Diversity Fairs: Experiences from Nepal and Vietnam. In *Conservation and Sustainable Use of Agricultural Biodiversity. A Source Book* (pp. 271–276). Los Banos, Laguna, Philippines: CIP-UPWARD - International Potato Center - Users Perspectives With Agricultural Research and Development c/a.

Polanyi, K. (1989). *La gran transformación. Critica del liberalismo económico.* (La Piqueta). Madrid.

Rincón, H. (2005). Tarapacá: Un asentamiento producto de la presencia peruana en la Amazonía Colombiana. *Maguaré. Revista Del Departamento de Antropología. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de Colombia.*, (19), 133–145.

Rincón, H. (2011). *Las cosas que se pueden hacer con la mano y lo que no se ve: Informe de pasantía con ASOAINTAM-Asociación de Autoridades Tradicionales Indigenas de Tarapacá Amazonas- Resguardo UITIBOC*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas. Departamento de Antropología, Bogotá.

Rodríguez, C., & Van Der Hammen, M. C. (2011). EL BOSQUE INTERVENIDO: CONSERVACIÓN EN TERRITORIOS INDÍGENAS DE LA AMAZONIA COLOMBIANA. *Revista Colombia Amazónica.*, (4), 27–36.

Rusike, E., Mujaju, C., Zinhanga, F., & Mafa, A. (2003). Increasing Seed Diversity through Community Seed Fairs in Zimbabwe. In *Conservation and Sustainable Use of Agricultural Biodiversity. A Source Book* (pp. 277–283). Los Banos, Laguna, Philippines: CIP-UPWARD - International Potato Center - Users Perspectives With Agricultural Research and Development c/a.

Sahlins, M. (1983). *Economía de la Edad de Piedra* (AKAL EDITO). Madrid.

Siegal, B. (1965). Economic Anthropology. *Biennial Review of Anthropology*, *4*, 121–138. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/2949182 .

Sinchi, I. A. de I. C. (2014). *Informe Técnico Final. Proyecto "Incorporación del conocimiento tradicional asociado a la agrobiodiversidad en agroecosistemas colombianos 74406 PNUD - GEF – MADS."* Leticia.

Tapullima, A. (2013). *Cuarto Informe Técnico. Actividades Tramo 4. ACUERDO DE MICROCAPITAL GRANT 0000013933. "Incorporación del Conocimiento Tradicional Asociado a la Agro Biodiversidad en agro ecosistemas colombianos."* Tarapacá-Amazonas.

Tapullima, A., De La Cruz, P., Ramirez, I., & Velásquez, J. D. (2013). Caracterización de las Chagras de las Comunidades de CIMTAR, ASOAINTAM y ASMUCOTAR en Tarapacá, Amazonas. In A. Galeano (Ed.), *Cultivamos la Cultura. Caracterización de agroecosistemas en Nariño , Chocó y Amazonas. Compilación y valoración de resultados. Proyecto Incorporación del conocimiento tradicional asociado a la agrobiodiversidad en Agroecosistemas Colombianos.* Bogotá D.C.: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/268225738_Caracterizacin_de_las_Chagras_de_las_Comunidades_de_CIMTAR_ASOAINTAM_y_ASMUCOTAR_en_Tarapac_Amazonas

Toledo, V. M. (2013). El metabolismo social: una nueva teoría socioecológica. *Relaciones*, *136*, 41–71.

Trujillo Osorio, C. (2008). *Selva y Mercado: Exploración cuantitativa de los ingresos monetarios en hogares indígenas.* Universidad Nacional de Colombia. Sede Amazonia.

Vivero, J. L. (2013). Los alimentos como un bien común y la soberanía alimentaria : una posible narrativa para un sistema alimentario más justo. Guatemala: Capitulo para Libro Fundación Henry Dunant y Editorial LOM sobre Derecho a la Alimentación en Guatemala.

Yagüe, B. (2013). *Haciendo comestible la ciudad : Los indígenas urbanos de Leticia y sus redes desde la Soberanía Alimentaria*. Universidad Nacional de Colombia Sede Amazonia Leticia. Retrieved from http://www.bdigital.unal.edu.co/9570/

Zárate Botía, C. G. (2001). *Extracción de quina: la configuración del espacio andino - amazónico de fines del siglo XIX.* Leticia: Universidad Nacional de Colombia Sede Amazonia. http://doi.org/3722

ANEXOS

1. Formatos instrumentos de investigación

Tabla 3. Diario de consumo.

Fecha.			Producto	Cantidad	Forma de obtención del producto.									Precio de compra	Lugar de compra
D	M	A			Compra	Regalo	Trueque	Fabricación del hogar	Chagra	Solar	Cacería	Pesca	Recolección del bosque y rastrojo		

1. Etnografía grupos de mujeres

1.1 Grupo de sabedoras Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ

Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ, es una organización principalmente de mujeres, liderada por Alba Tabares y Teófilo Ceita, que está enriqueciendo un vivero con plantas medicinales en la comunidad de Alto Cardozo en el resguardo Uitiboc. Teófilo y Alba, de la etnia Uitoto, manejan sanación y medicina a través de la palabra de coca, tabaco y yuca dulce, y son originarios de La Chorrera. La idea de conformar Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ surgió gracias a un trabajo que ASOAINTAM inició con la Secretaría de Salud de la Gobernación del Amazonas entre 2012 y 2013, donde se realizaron varios encuentros para saber quién exactamente maneja conocimientos de medicina tradicional.

Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ fue el nombre escogido de manera unánime por los miembros del grupo de sabedores(as) del Cabildo de Alto Cardozo –Resguardo UITIBOC-, del Uitoto glosado al Castellano, significa espíritu de la palabra medicinal, allí se recogen las principales interpretaciones acerca del uso medicinal de las plantas y la manera como

dicho conocimiento debe ser transmitido por la palabra del (la) sabedor(a), desde el reconocimiento y el respeto de las prácticas particulares. La idea fue comunicada al equipo técnico del Instituto Sinchi mientras se ejecutaba el proyecto de conocimiento tradicional en agosto del año 2013, doña Alba comunicó que quería trabajar plantas medicinales con un grupo de mujeres, y que le interesaba la feria para promoverlo. Esta iniciativa se enmarcó en la idea de conformar una red de sabedores y sabedoras tradicionales, custodios de semillas tradicionales, como una forma de posibilitar la discusión de la sostenibilidad de las semillas en términos culturales y de sus sabedores.

Los primeros problemas o dilemas rondaron en torno a si era conveniente hacer un vivero, o si era mejor hacerlo alrededor de las casas como siempre se ha hecho. Esto fue puesto a consideración, y lo más sorprendente, es que para Alba y Teófilo, es importante que sea un vivero con polisombra, ya que vislumbran esta iniciativa como un jardín botánico de medicinas, un lugar de encuentro y convivencia alrededor de los saberes sobre plantas tradicionales y medicinales. A pesar que un vivero es una apropiación de otro conocimiento diferente al de ellos, eso marca una nueva dinámica en la valoración de las plantas medicinales, parte de la estrategia es generar esa diferencia, que se sea atractivo para otras personas que quieran conocer.

Foto 13. Anuncia Gómez y Alba Tabares, vivero del grupo de Mujeres Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ. Alto Cardozo 2015. Fuente: Pablo De La Cruz.

Para doña Alba, el vivero es un lugar de visita, es un aula abierta. El objetivo del vivero es visibilizar la medicina tradicional, fortalecer la organización de las mujeres de ASOAINTAM, y en particular de Alto Cardozo, y el otro, mostrarse ante la comunidad en general como un grupo de personas interesada en recuperar prácticas medicinales. En la mente de doña Alba está la posibilidad de proyectar esa misión hacia otros escenarios como la Institución Educativa Villa Carmen. Para doña Alba, la participación de Nɨmaɨra Uaiɨ Jagɨyɨ en las ferias es importante para difundir sus actividades en la comunidad. La feria, como un medio de animar el espíritu organizativo de este grupo, puede aportar una retribución moral a sus esfuerzos para que sigan adelante.

A Doña Alba, le gusta enseñar cantos e historias de la cultura Uitoto, sabe interpretar y tenerle paciencia a quienes nos sentamos con ella a aprender a cantar en una lengua que desconocemos. Doña Albita, como le decimos, siente agrado de contar historias y transmitir conocimientos, está en constante investigación de las propiedades de las plantas, la medicina, los usos, la transformación química, ella sabe y sabe escuchar. Cuando enseña cantos lleva al alumno con delicadeza y buen método, como Victoria Lasprilla y mi persona podemos constatar.

Doña Alba es una mujer que también cuestiona el poder de los hombres y la forma como se imponen sus decisiones sobre la vida de las mujeres, tiene voz y no tiembla cuando hay que ser dura en los encuentros públicos, así se gana los espacios que necesita para poner a echar andar sus ideas. Doña Albita también manifiesta tener problemas con sus compañeras, y eso aunque baja un poco el ánimo de las señoras, su liderazgo en el grupo es claro y capaz de movilizar voluntades, evocando a la yuca, el tabaco y la coca, como los elementos sagrados, femeninos y masculinos, que sostienen al cabildo Uitoto de Alto Cardozo.

Doña Albita mientras enseña cantos va narrando historias y compartiendo su tiempo, su voz es suave y aguda, difícil de captar en una entrevista, sin embargo aquí se transcribe un pedazo de un dialogo tenido con ella mientras nos enseñaba algunos cantos.

> Doña Albita: Eso canta cuando fiesta…*(cantando)Mokoremonboritemasakajuyecu….*, eso no es canto sino es canto de y*acarajucomajei*, cuando se está dentro de la maloca trabajando, de fiesta de *boineitea*, lo espera con la caguana, está cantando cuando ya acaba de cantar diciendo tenga, toma, eso ya es canto cuando es como fiesta de frutos. Compartir dentro de la maloka, hombres y mujeres, las mujeres hacen duro chillá *Mokoremonboritemasakajuyecu… (cantando), ya está* presentando con tu mujer, la arregla bien con coronas, el dueño de la maloca está diciendo que coman de a poquitico de a poquitico para que alcance a todo el mundo…, y así entre semana cuando usted está trabajando la otra está haciendo caguana, tostando coca, haciendo casabe y la otra está quemando yare, ahí está cantando eso *urumunukakawe*…(cantando) eso es trabajo dentro de la maloca cuando están trabajando todos *urumunukakawe*…(cantando), eso es fiesta de ZIQU+ todo el mundo, otro así…está diciendo yo no vi cuando usted llegó, está diciendo

que cante, *omoparowa*…ese canto todo es de mi papa finado, que mi papa finado le entregó a Víctor Martínez, cuando mi papá se trasnochaba cantando las historias.

Pablo: Como se llama tu papá?

D. A: Marcelo Tabares, eso es canto de la maloka cuando está trabajando, para el trabajo.

Victoria: Y tu mamá doña Albita?

D. A: Mikaelemaneideke.

V: Y maneideke que quiere decir doña albita?

D. A: Frío, maneideuke [Acentuación e cerrada casi u, en "eu"], el blanco ya le puso maneideke. Si exacto, la historia de ambil cuando ya van a llevar a otra maloca. Cuando ya es la propia fiesta él está bien arreglado su corona *iri…..*(Cantando) eso es larguísimo…

(Alba Tabares. Entrevista. Alto Cardozo. 2015)

Teófilo Ceita y doña Albita tienen maloca al lado de su casa, el espacio del mambeadero[53] es cotidiano, se tuesta coca, se hace ambil[54] y se charla pasando por una diversidad de temas que va dese lo espiritual, asuntos de trabajo, hasta chistes y camaradería. Con el abuelo Teófilo se pasan largas horas de dialogo, siempre está abierto a atender las dudas de otros con respecto a cualquier asunto, sea de sanación propia, trabajo, o simplemente pasar el tiempo mambeando. A Teófilo le gusta indagar sobre el conocimiento y por el Conocimiento del conocimiento, profundizar en el dialogo y dejar que la palabra llegue:

"hay que buscar el conocimiento, para formar a un pueblo hay que preguntarse como hacían los abuelos a través de esa búsqueda, de ese conocimiento, de los pasos, de

las capacidades, encontrando todo eso, se va formando un pueblo, la niñez, por eso decimos que primero es la palabra, la palabra manifestada a través de tabaco, coca y yuca dulce, y esa palabra es la búsqueda de las personas para llegar a ese manejo, ahí es donde se va a ver fortalecido la parte de nuestro gobierno en educación, en salud, vivienda, va haber chagras, alimentación, conocimiento de la medicina, controlar las epidemias, las enfermedades, cuando haya esa búsqueda de esa fortaleza es que va a estar un pueblo bien, cuando no hay eso entonces va haber lamento, desorden, hambre, enfermedades (…)" (Teófilo Ceita. Entrevista. Alto Cardozo. 2015).

Según Teófilo, "cuando se habla de la medicina tradicional y la valoración de los médicos tradicionales, y cuando digo médico no es que sea solo hombre sino todas, todos, parteras, que saben sobar, que sabe algún remedio, cada quien con base en su conocimiento, se siembran en ese lugar para tener una farmacia, que si por ejemplo doña Anuncia sabe manejar unas plantas y las menciona a ellas, entonces ya sabe porque lo está sembrando, y así las demás, doña Marta, Minerva, y otras que conocen, yo sé que todas saben una cosa o lo otro, entonces que podamos tener ese centro para recoger todas las planticas y ponerlas allí, para que cada una tenga manejo de diferente enfermedades. Nace de la raíz de hacer real y practico lo que nosotros hemos escrito en el Plan de Vida y el trabajo que hemos iniciado con la Secretaría de Salud y con médicos tradicionales, pero no es solo reconocerlo sino que también tenga las plantas que maneja" (Teófilo Ceita. Entrevista. Alto Cardozo. 2015).

1.2 Asociación de Mujeres Ariana de Puerto Nuevo

La Asociación de Mujeres Ariana, es una organización de mujeres y hombres de la comunidad de Puerto Nuevo, que actualmente trabajan una cadena de valor para la fariña de manera asociativa y comunitaria. Ariana tiene personería jurídica y Luz Marina Manrique, su presidenta y principal líder, ha representado a su comunidad en diferentes escenarios nacionales y regionales en proyectos de fortalecimiento de conocimiento tradicional y aprovechamiento de frutales. La organización lleva un año conformada legalmente y en el momento Luz Marina se encuentra buscando opciones de proyectos con instituciones.

Desde el año 2011, Puerto Nuevo es una de las comunidades recolectoras de camu camu y su participación quedó consignada en el plan de manejo como parte de la distribución justa y equitativa de los beneficios de la cadena productiva. Las relaciones entre la comunidad y ASMUCOTAR fue uno de los motivos que inspiró a personas como Luz Marina Manrique y su hija Anny Tapullima a conformar una asociación de mujeres que tuviera la capacidad de cooperar con instituciones. Luego, se marcó una ruta de inicio por medio de la siembra de yuca para producir fariña. La idea de sembrar yuca para procesarla surgió porque Puerto Nuevo fue un sitio piloto donde se implementaron bancos genéticos de yuca enriquecida con variedades que se encontraron en otras comunidades (Tabla 4).

Tabla 3. Variedades de yuca brava recuperadas por la comunidad de Puerto Nuevo.

Especie	Variedad	Tiempo de Cosecha	Característica	Usos

Yuca Brava	Maneco	Nueve meses	Hojas redondas y tiene 1-3 hojas, palo color negro y tiene de 5-8 tubérculos	Especial para la fariña
Yuca Brava	Variador amarillo	Nueve meses	Hojas largas y abundantes 8-9 hojas, palo color amarillo y tiene de 5-8 tubérculos	Especial para la fariña
Yuca Brava	Amarillo guariba	Es añero	Hojas largas de 6 hojas, palo color Asai y tiene 6 tubérculos	Especial para la fariña
Yuca Brava	Mandioca	De nueve meses a un año	Tiene de 3-5 hojas y tiene de 1-5 tubérculos	Especial para fariña
Yuca Brava	Seis meses	De seis meses	Hojas grande y redondo, de una sola hoja, color rosado y verde	Especial para fariña
Yuca Brava	Uitoto	Es añero	Hojas redondas, color rosado, de 3-5 hojas, es muy seco para rallar y es como una piedra para	Especial para fariña

			arrancar	
Yuca Brava	Variador negro	De nueve meses	De tres hojas y el palo color rojizo de cinco tubérculos	Especial para fariña

Fuente: Tapullima (2013).

Foto 14. Familia de la señora Ana Ramos. Puerto Nuevo 2014. Fuente: Anny Tapullima.

La comunidad de Puerto Nuevo está conformada por personas que tienen alguna historia de participación en actividades extractivas como la madera y la pesca comercial. Esto hace que su población este constantemente buscando emplearse en trabajos como el corte de madera, minería y pesca. En la mente de Luz Marina Manrique está también la posibilidad de contar con un cuarto frío para almacenar pescado y no depender de los comerciantes locales que según ellos les pagan bajos precios.

Foto 15. Wilfrido Núñez de la comunidad de Puerto Nuevo en la chagra comunitaria sembrada de yuca. Puerto Nuevo 2015 Fuente: Pablo De La Cruz.

En el año que se conformó esta asociación, el CIMTAR, organización de la cual ellos dependen para las transferencias que llegan a su resguardo, se encontraba en una profunda crisis de gobernabilidad y corrupción. Las discusiones de los comuneros de Puerto Nuevo con las diferentes asociaciones les hicieron sentir que estaban perdiendo muchas oportunidades de proyectos al depender de una asociación como el CIMTAR. Su organización, a pesar de tener una orientación más productiva, también lleva implícita una cierta autonomía política y jurídica que les permita formalizar acuerdos con instituciones directamente.

Foto 16. Familias de Puerto Nuevo en la chagra de la señora Ana Ramos de la comunidad de Ventura 2014. Fuente: Anny Tapullima.

A su vez, la comunidad de Puerto Nuevo ha emprendido una iniciativa de ampliación del resguardo Cothué Putumayo, y ven con preocupación que los permisos madereros que se están otorgando son en territorios donde ellos ejercen la cacería. La Asociación de Mujeres Ariana también tiene un objetivo político claro de defensa de su territorio frente a actividades que representen un riesgo y desconocimiento de sus derechos. Las mujeres de Ariana están consolidando un proceso interno, para luego visibilizarlo a las instituciones, y la Feria de las Chagras seguramente es una vitrina importante para esto. La personería jurídica les permite proyectarse como una asociación de mujeres indígenas con una vocación productiva de la chagra, sin perder los métodos rotativos de agricultura tradicional, ni las tradiciones de la etnia Tikuna a la cual pertenece la mayoría de socias.

Foto 17. Venta de Fariña de la comunidad de Puerto Nuevo Día de la Agricultura, Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz.

Para Anny Tapullima (2013), secretaria de la asociación, “Según la tradición, creencias u origen de los pueblos Tikuna. Las mingas no solamente son los momentos en que nos reunimos para adelantar conjuntamente el fortalecimiento, mantenimiento y limpieza de las siembras en nuestras chagras; sino que estos son los espacios donde nos han permitido apoyarnos no solamente en los trabajos; sino también compartir

experiencias mingas de pensamientos, ollas grandes comunitarias, tomar nuestras bebidas típicas “masato de Yuca”, buscando soluciones a algunos problemas que están afectando la convivencia familiar de nuestras comunidades. Los hombres quienes son los compañeros de convivencia de las mujeres, junto con nuestros hijos, también participan de estos momentos y espacios, por eso es importante para nosotros que las familias se integren ya que permite la unidad familiar y más ayuda para fortalecer los trabajos. Cada una de las mingas tiene objetivos diferentes; pues el estado de las chagras no son las mismas por lo tanto, estas actividades varían”.

Para Anny lo más interesante de todo “es que la asociación de mujeres Ariana están en la capacidad de escucharse y compartir memorias; dialogamos sobre los aspectos fundamentales de nuestra propia cultura (etnia Tikuna), de las concepciones y de los conocimientos tradicionales. El pueblo indígena del Resguardo CIMTAR es resultado de ese conocimiento, es parte de él, y por esa sencilla razón está en el deber de buscarlo, de conocerlo, de hablarlo y practicarlo, transformar esos productos que sembramos en nuestras chagras como símbolo de sustento alimenticio”.

1.3 Coordinación de mujeres de ASOAINTAM

ASOAINTAM es una organización de autoridades tradicionales liderada en su mayoría por hombres, y aunque cuenta con una mujer en su mesa directiva como secretaria y líder de la coordinación de mujeres, apuntalar acciones y proyectos dirigidos a las mujeres no ha sido una tarea fácil para la organización. Según Harold Rincón “cuando empezó el trabajo del Plan de Vida de ASOAINTAM se hizo una labor grande con las

mujeres, escuela de formación, dirigencia, pero se invisibiliza su papel en la organización, incluso hacen falta en los cantos Uitoto, en las fiestas tradicionales, dicen "uy, como hace falta la abuelita que siempre, siempre, era la única que acompañaba. La voz de las mujeres endulza la melodía". Para Octavio Falcón, coordinador de salud de ASOAINTAM, "se ha intentado varias veces iniciar trabajos con las mujeres pero ellas son reacias a organizarse y estar reuniéndose, eso las cansa mucho, ellas prefieren seguir haciendo sus cosas a su manera sin tanta reunión y habladera"[55].

Durante el trabajo de campo se convocó a una reunión con las mujeres de ASOAINTAM para discutir los temas de la feria y el mercado local, esta reunión se aprovechó para conocer más de cerca la percepción de ellas como mujeres y cuál ha sido su trayectoria en la coordinación. Para Nilida Mendoza "la coordinación de mujeres se conformó cuando se hizo el Plan de Vida de ASOAINTAM, para todos los asuntos que tienen que ver con mujeres, para trabajar juntas, el tema de niñez. La primera coordinadora fue Elicidi Payeu".

Según Celina Tello "realmente no se ha visto mucho trabajo entre nosotras, siempre eran reuniones pero de eso no salía nada porque no se acordaba nada, pero desde ese tiempo viene esa coordinación, hasta el momento no se ha visto nada, ni una chagra". Para Nelly "nosotras no tenemos que trabajar solo el grupo de mujeres, si por ejemplo doña Blanca quiere hacer una minga en su chagra entonces convoquemos a las compañeras, pero no trabajar solo mujeres, porque la asociación no tiene visto que los hombres allá y las mujeres por otro lado sino trabajar todo en conjunto, por eso le dicen coordinación".

Para Rosalvía, cuando se empezó a hablar de la coordinación de mujeres, las señoras decían que querían "gestionar proyectos, así por ejemplo buscar herramientas pa la chagra, que sea algo de la chagra, artesanías, algo que se proyecte ante ellas. Como es la costumbre de nosotras trabajar en chagra, y hacer proyectos con herramientas, que cada cabildo tenga su horno de hacer fariña para no estar prestando de aquí y allá. Rayadora pa la yuca para no estar con la mano. El cernidor si lo hace una misma".

El tiempo compartido con algunas señoras de ASOAINTAM permitió ver que algunas de ellas como las del cabildo de Bajo Cardozo tienen una intensa actividad de mingas, y mantienen un vínculo muy fuerte que les permite sostener sus chagras, cuidar a sus hijos, nietos y dar de comer a su familia. La forma de trabajo de la coordinación se da de una manera informal, evitando las reuniones y formalismos propios de los proyectos que se ejecutan entre organizaciones e instituciones, a las señoras no les gusta estar en un salón recibiendo capacitaciones y pocas son las que hablan en espacios de discusión.

A pesar de esta poca participación formal de las mujeres, se evidenció en ellas una fuerte conciencia hacia su identidad indígena, esto debido también a su participación en la asociación. Cuando nos reunimos con ellas se les preguntó si iban a participar en el "dia del campesino" que se estaba organizando en el corregimiento para el 6 de junio, a lo que algunas respondieron "aquí no hay campesinos prácticamente somos todos indígenas" (Sulemir). "El carácter indígena para mi no se ha perdido porque yo sigo comiendo casabe y lo que es de aquí de la región, hay paisanos que se niegan a comer la comida de la región teniendo la cara de indígenas" (Nora del Aguila). "Yo soy paisana hasta la muerte" (Elisa Palma)[56]. Efectivamente las señoras no participaron del "día del

campesino”, incluso las señoras sienten más cercana la feria de las chagras y propusieron que esta se realizara el 12 de octubre con el objeto de hacer una crítica al “descubrimiento de América cuando esto ya estaba descubierto”.

En cuanto a los productos de las chagras y la alimentación, las señoras demuestran una preferencia por sus alimentos tradicionales, tienen conocimiento que en otras partes del país la agricultura es muy diferente a como ellas la practican, y cuando se refieren a los productos agrícolas que vienen de afuera dicen sentir temor cuando comen productos como papa, zanahoria o cebolla roja.

Durante la reunión, se les preguntó por las actividades de venta e intercambio de productos durante la feria, ya que se hicieron cuestionamientos a que las ferias eran espacios donde solo se estaba vendiendo y poco intercambio se estaba dando. Según las señoras, “en la vida diaria nosotras intercambiamos las cosas”, sin embargo anotan que en la feria “nadie quería regalar todos querían que le comprara”. “De pronto una quiera intercambiar pero si la persona no quiere y solo quiere platica, es dependiendo de cada quien”. Las señoras manifestaron la diferencia que se da entre los intercambios en el casco urbano y sus chagras, para Nora del Águila “yo regalo de mi chagra en mi casa yo no regalo”. El trabajo que implica sacar un producto de la chagra a la casa marca la diferencia entre el regalo y la venta.

ASOAINTAM como organización de autoridades indígenas participa de diferentes espacios nacionales y regionales de discusión en temas indígenas, ambientales, alimentarios y de género. Durante el trabajo de campo tuve la oportunidad de asistir a la reunión de pueblos indígenas de la Amazonia colombiana, Macroamazonia convocado

por la Organización Nacional de Pueblos Indígenas ONIC, y la Organización de los Pueblos Indigenas de la Amazonia OPIAC, que tuvo lugar en Tarapacá en mayo de 2015. Narciza Ramos líder indígena de ACITAM pronunció las siguientes palabras al frente de las señoras de ASOAINTAM:

"Así como cultivamos en la chagra, así como cuidamos a nuestros hijos, así también podemos fortalecer mucho lo que llega a nuestros territorios. Muchas veces las organizaciones a nosotras las mujeres no nos tienen en cuenta, porque no les gusta o porque todavía hay como celos de que no queramos progresar nosotras las mujeres, ya es hora de que las mujeres cojamos el bastón y decir nosotras podemos ser buenas administradoras, podemos llegar a los espacios políticos organizativos, que podamos decir en un año o cuatro años la presidenta de la organización de ASOAINTAM, quien dijo que eso es malo, eso no quiere decir que nosotras las mujeres queremos discriminar el trabajo de los compañeros hombres, sino que queremos mirar que nosotras también podemos, eso hace el consejo nacional de mujeres, de decirle a las mujeres, que es hora que nosotras debemos de estar metidas en los procesos organizativos" (Macroamazonia, Tarapacá, Mayo de 2015).

En este evento fue de interés el tema de género. Según las autoridades de ASOAINTAM es importante que las mujeres se integren a los procesos, pero de una manera propia de ellas, desde la base cultural de los pueblos indígenas, ya que muchas veces perciben en algunos discursos feministas una influencia que no corresponde a sus realidades culturales. Las ferias son un espacio que las mujeres de ASOAINTAM han sabido aprovechar para tener una participación más activa no solo de sus labores diarias en la chagra y las cocinas, sino también compartiendo sus conocimientos,

asumiéndose como líderes y administradoras. Desde la dirigencia de ASOAINTAM se ha asimilado de esta manera, y es su interés seguir motivándolas para que cada vez tengan más participación.

Foto 18. Reunión con la coordinación de mujeres de ASOAINTAM. Tarapacá 2015. Fuente: Pablo De La Cruz.

1.4 Asociación de Mujeres Comunitarias de Tarapacá, ASMUCOTAR.

ASMUCOTAR es una asociación de 30 mujeres habitantes del casco urbano y con diversas procedencias. Trinidad Polanía, su actual presidenta cuenta que “se conformó en 1997 con la señora Elbia Muñoz, y su objetivo inicial fue apoyar a la comunidad, como por ejemplo a los estudiantes, la búsqueda de un terreno porque en ese tiempo no había un colegio”. Desde ese año comenzó la visita de diferentes entidades a Tarapacá, fue entonces que “se decidió con la asociación de mujeres conformar el proceso de frutales en el año 2002, cuando llegó el Instituto Sinchi y reunió las asociaciones conformadas, ASMUCOTAR tenía experiencia, ahí fue que empezamos a elaborar jugos, néctares, talleres de capacitación y el estudio del proyecto de camu camu”.

El origen étnico de las señoras puede definirse como el resultado del proceso interétnico y pluricultural del casco urbano de Tarapacá. La composición familiar de las socias en la mayoría de los casos es multiétnica, esto quiere decir que sus cónyuges pertenecen a diferentes etnias o son blancos o colonos. Casi todas pertenecen a la generación de mediados del siglo pasado, cuyos padres decidieron no enseñar la lengua a sus hijos, hablarla significaba ser discriminado, o sencillamente se casaron con hombres, indígenas y colonos del interior del país y Brasil. Muchos llegaron a la zona vinculados a las bonanzas extractivas, por lo general maderera.

Las señoras de ASMUCOTAR participan activamente en las ferias, son reconocidas como un grupo trabajador que ha obtenido importantes resultados en los proyectos que ha emprendido. Esta asociación representa el caso más directo de como las ferias ha sido un catalizador para promover actividades económicas locales con la promoción de productos de la chagra y comidas tradicionales. La asociación ha organizado espacios alrededor de cuentos tradicionales involucrando a los niños, talleres de artesanías, capacitaciones en emprendimiento, entre otras.

En una conversación tenida con las señoras y el Investigador Yilson Beltrán, las señoras hacen un recuento del trabajo de la asociación nombrando los trabajos adelantados y las entidades que las han apoyado. En su discurso se entrelazan elementos que hacen pensar como el fortalecimiento de los saberes locales y ancestrales va de la mano de una apuesta por mayor presencia y participación en una economía local, regional y nacional por medio de la promoción de productos locales. Cuando se refieren al proceso de los últimos años dicen que varias han averiguado de donde son sus abuelos, abuelas, quienes son ellas y en que circunstancias se

encontraron, una manera de indagar por las raíces, investigar de donde vienen y compartir las herencias culturales que mantienen.

A continuación se transcribe parte de un conversatorio con algunas de las socias:

Etelvina: “A mí me pareció de verdad muy bueno eso del proyecto de conocimiento tradicional porque aquí mismo en la región de nosotros ya se habían perdido muchas cosas que ya uno no le para bolas, como decimos nosotros solo queremos comer comida de blanco, ya uno no quiere comer un ñame, una batata, porque no lo hay, ya se perdieron todas esas especies, entonces con el proyecto se rescató una parte, no todo, porque no se ha logrado rescatar ciertas partes, por ejemplo aquí no se ve el ñame, por lo menos en nosotros muy poquito, o no sé si algunas tendrán en su chagra, la batata también, la batata es como una papa, ella es dulce. Nosotras prácticamente las compañeras en primer lugar no teníamos terreno para hacer nuestras chagras sino lo que nos donaron un pedazo para hacer nuestro trabajo. Yo personalmente me gustó porque no tenía ni un pedazo donde sembrar nada, y la integración de las asociaciones con ASOAINTAM, CIMTAR y las entidades, se involucraron muchas personas de entidades como Sinchi, la WWF, y bueno, muchas, todas dieron un apoyo, y la relación de todas las compañeras, las mingas, todas nos beneficiamos de un fondo rotatorio, a una le fue bien con sus ventas, hacían sancocho los domingos, otras hacían fariña, cada una tenía sus proyectos pero igual todas nos beneficiamos. Aprendimos muchas cosas también, hubo salidas a otros departamentos, muy bonito porque cada uno cuenta la historia del municipio que le corresponde y uno que no está acostumbrado al frío a uno le da duro”.

Yilson: “En ese momento cuando se inicia el proyecto con el Instituto Sinchi ustedes tenían nociones sobre el interés de proteger los conocimientos tradicionales o eso surge particularmente con el proyecto?”.

Trinidad: “Prácticamente fue con lo del proyecto, nosotras pensábamos una sola rama, lo que es los frutales, la doctora Constanza nos reunió, evaluamos y vimos la oportunidad de participar en ese proyecto”.

Cindi: “Y también se miró que en la asociación había varias señoras que no eran de una sola etnia y se vio que varias tienen conocimientos”.

Trinidad: “En el caso mío cuando nos preguntaban, y Etelvina y Abraham que es mi hermano, nosotros no sabíamos de qué etnia descendíamos, ahí fue cuando en el proyecto comenzamos a averiguar con mama, con mi papa que en paz descanse fue del Huila y llegamos a la realidad que nosotros somos de descendencia cocama, en ese momento nosotros no sabíamos, pero comenzamos a averiguar con los abuelos, tíos, la cosa y la otra y somos de descendencia cocama, cosa que ni nosotros sabíamos. Nosotros decíamos que éramos Tikuna. Si nosotros tenemos que saber de qué etnia descendemos porque decíamos que éramos nativos de acá de Tarapacá, pero bueno y quien nos trajo hasta acá, de dónde venimos y la familia es grande”.

Leonisa: “Nosotros nos metieron como Cocama en ese Cabildo Urbano que hicieron pero nosotros tenemos más de inca, peruanos”.

Cindi: “Yo me críe con mis abuelos, mi abuelo bora y mi abuela es Uitota, yo me críe con ellos, y nunca aprendí a hablar porque en la casa ni él ni ella hablaban, si fueran del mismo idioma así bora bora, claro yo aprendería la lengua, porque así pasa, cuando

yo estaba con ellos yo les preguntaba algunas palabras de cosas de animales, pero cuando yo estaba con ellos ya uno no practica y a quien le voy a preguntar".

Yilson: "A partir de la experiencia que trajo el proyecto que significa para ustedes proteger los conocimientos tradicionales?"

Trinidad: "La verdad nosotras no le prestábamos como mucho interés, aprendimos mucho de plantas medicinales, lo que fue la artesanía porque lo que hacíamos la asociación era integrar a otras organizaciones, hacer partícipes a los estudiantes, no fue encerrada esa información sino que fue abierta, fue para todas las personas y se notaba el interés de los niños, en las artesanías, y con niños que notábamos que tenían esa vocación, con esa paciencia mostraba su trabajo muy bonito. Señoras que decían yo sé de plantas medicinales pero a mí nadie me busca, entonces ya sabemos quién trabaja con plantas medicinales, quienes manejan artesanía y así vamos dándonos a conocer, la idea es impulsar a esos niños, porque un niño de 8 años hace una artesanía, cosa que un adulto o uno nunca lo hacía, entonces uno ve que hay personas que en el futuro tienen el interés, y no perder esos conocimientos, porque por ejemplo los abuelos nos decían una cosa y nosotros como que no nos importaba, como si fuese un pasado pero ahora notamos que el pasado lo pusimos nuevamente al futuro, ver que no se pierda, tener vivos los conocimientos de los abuelos. Mi abuela fue brasilera y nos explicaba muchas cosas, los tíos, uno habla con la familia entonces en la asociación se notó el interés, el trabajo, el esfuerzo que se hizo y como dicen nosotras no nos encerramos solitas a hacer eso sino también lo divulgamos para aquí también en general y lo más importante fue en las ferias, lo más bonito fue la integración en las ferias, donde mostramos nuestros productos, se sacó todo lo que durante el año del

proyecto hicimos, incluso estamos viendo nosotras las asociaciones fuera del proyecto seguir continuando con las ferias cada año, no dejar terminar sino fortalecerlo cada día más, sobre todo en los productos de la chagra no dejarlos acabar, tampoco no para sacar al mercado pero si tener un mercado local firme y en la familia, no faltar lo más importante, lo que más se consume plátano, yuca lo que hay que buscar todos los días, como decía mi papá, una cocina llena es abundancia, alegría, fortaleza, la familia, tener a los hijos con la barriga llena, una cocina vacía es tristeza, enfermedad por eso es que él nos tenía la cocina bien llena".

Doris: "Es la segunda vez que venimos haciendo esas ferias, y muy bueno, porque ya la verdad se había perdido esa cultura, antes aquí hacían actividades pero del día del campesino, pero así de feria todavía no se había trabajado, con la ayuda de pablito ha venido surgiendo eso y lo que he escuchado de las compañeras les gustaría que eso siguiera surgiendo porque además hay mucha integración, no solo de la asociación sino de las otras organizaciones ASOAINTAM, CIMTAR en ese momento hay mucha integración de gente aquí del pueblo que no son de las asociaciones, se admiran de la actividad que es la feria, se sacan muchas cositas que artesanía…"

Trinidad: "La idea es proteger, promover y recuperar, y eso es lo que estamos haciendo o sea sacar el producto al mercado".

Cindi: "Hubo mucho apoyo, este del Sinchi David nos enseñó cómo vender por fuera el producto de nosotros".

Trinidad: "Al final también fue la parte administrativa como manejar los libros la parte contable".

Cindi: “Y sobre negocios también”.

Doris: “La cadena productiva…”

Trinidad: “En el 2008 tuvimos la participación en Agroexpo con la participación de la señora María Silva y Mary Carvajal, en el 2009 fue otra feria en Bogotá que fue la señora Adalgiza, en el 2010 fuimos patrocinados por ECOFONDO, en el 2012 fue otro programa Compre Colombiano que fue en Leticia por parte de la WWF que yo salí con ASOPROMATA, en el 2013 fue una rueda de negocios por parte de la WWF en Medellín donde fue Doris Rojas, en el 2014 fue por Casa de la Mujer y no pudimos participar pero allá fue una socia Amanda Barrios. En el 2012 con WWF y PNUD logramos capital semilla y nosotros por parte de la gobernación una casa en comodato. En el 2010 con ECOFONDO el centro de transformación, una despulpadora, un deshidratador, una planta, el plan de manejo del camu camu y el permiso ante CORPOAMAZONIA, que lo vamos a extender a 10 años….una báscula, equipos de ph, el registro INVIMA, la construcción del vivero, la adecuación del centro de acopio”.

Yilson: “Ustedes tienen unas chagras y me dicen que con el proyecto de conocimiento tradicional comienzan a fortalecerlas…que amenazas ven ahora que se acabó el proyecto?”

Trinidad: “Esas chagras tenemos que fortalecerlas a corto, mediano y largo plazo, a corto con pan comer, a medio plazo los frutales, copoazu, arazá, también se llevaron semillas de camu camu para la chagra y a largo plazo que fue lo que se sembró fue cedro y abarco, la idea es sostenerlo aquí nosotras mismas es el compromiso, eso con el fin de fortalecer las organizaciones comunitarias no dentro del proyecto sino seguir

continuando. Nosotras trabajamos más que todo como en mingas comunitarias y ahorita ya las mingas la gente si va pero ya es… ya dentro del proyecto trabajan bien pero ahoritica como volver a reunirnos otra vez, para no dejar acabar las mingas entonces siempre hacemos reuniones y preguntamos que señora va a tener minga esta semana e invita a las señoras…cada una lleva el fiambre y al medio día uno comparte la comida porque dentro del proyecto había aporte para la minga, ahora cada una lleva y lo unimos…porque la yerba es que usted voltea y ya creció y la minga es un día y se hace cada mes o dos meses…si eso es como una amenaza porque uno trabaja un día y la otra parte quien sabe hasta cuándo porque ahora un contratista cobra 400000 pesos para limpiar una hectárea, yo ya lo he hecho allá en la chagra…"

Verónica: "El contratista es como la mula al mes ya está lo mismo si quiere que lo trabajen bien usted tiene que estar ahí pegado…"

Pablo: "Cómo desde la asociación han pensado la continuidad de las ferias, que se les ha ocurrido?"

Trinidad: "Nosotros lo que hemos hecho son las miniferias".

Pablo: "Cómo esta es una feria que se ha trabajado entre ASMUCOTAR, ASOAINTAM y CIMTAR que se haga un grupo de personas que se encarguen de reunirse y ponerle las fechas ya que puede que haya o no haya apoyo del Sinchi…por eso cada asociación debe debatirlo y reunirse con las otras asociaciones y establecer ese compromiso. Empezar a dejar una certeza de que va a suceder, que se va hacer con Sinchi o sin Sinchi pero que se realice".

Cindi: “Así fue el año pasado, que nosotras estuvimos al frente con Doris que nos tocaba reunirnos con ASOAINTAM para cuadrar fecha, yo me di cuenta que uno se siente como responsable nosotras nos reuníamos con Iván, con Lina para cuadrar la fecha, que aporte iba a dar ASOAINTAM, CIMTAR”.

Trinidad: “La que hizo la motivación de la segunda feria fue la asociación de mujeres porque nosotras sacamos unos premios, al que mejor bailaba, a los niños, los que cantaban en idioma, primero esa pena de los niños y nosotras bueno aquí hay un premio al que salga a cantar, cuando salieron cinco niños a cantar y les dimos unas mochilas de chambira, encontramos premios a los niños, ahí mismo en la feria para motivarlo. La asociación estuvo ahí para hacer sentir la feria, no solo es que le lleguen a uno a comprar un producto, no la idea es motivar y participar también de los concursos, fue muy bonita, nosotras también nos uniformamos”.

Pablo: “Aquí llegan muchos proyectos más que todo a trabajar con ASMUCOTAR y ASOAINTAM, con la feria la idea también es entender que en Tarapacá hay más población que de pronto no se entera lo que están haciendo las asociaciones, lo que están trabajando, la feria también se hizo pensando en eso, en como mostrar esos trabajos más hacia la comunidad” (Conversatorio. Tarapacá. 2015).

Foto 19. Dibujos de las chagras de las señoras de ASMUCOTAR. Tarapacá 2015. Foto: Anny Tapullima.

Foto 20. La Asociación de Mujeres con funcionarios del Instituto Sinchi en la III Feria de las Chagras y la Selva. Tarapacá 2014. Foto: Iván Ramirez.

Las señoras de ASMUCOTAR, como coejecutoras del proyecto rindieron informes al Ministerios de Ambiente y Desarrollo Sostenible MADS, en estos describen formas de hacer, y conocimiento profundo de botánica. A continuación cito dos párrafos *in extenso* de una jornada de intercambio de saberes y lo que ellas describen como una miniferia de intercambio de semillas, de especies recuperadas y por recuperar en la chagra:

con el acompañamiento de la sabedora tradicional de Asmucotar, la señora María del Carmen Silva, quien, en compañía de las socias de esta Asociación se desplazaron hacia la chagras. Donde la abuela sabedora por medio de un recorrido por las chagras les mostro todas las plantas medicinales, con nombres y sus diferentes usos. De otra parte por medio de diálogos, fue explicando, la importancia de las siguientes plantas medicinales que a continuación la nombraremos. Tales como, la Albaca, nos cuenta la señora María Silva: antes de arrancar la plantas, se pide permiso a la abuela tradicional que es el espíritu de la planta, luego se recoge la hoja, se prepara el baño para descargar las malas energías que tiene el cuerpo del paciente con fiebre, sirve para variedades de remedios, para beber y se utiliza para condimentos de las comidas. No obstante esta planta (albaca) se mezcla con otras variedades de plantas medicinales que se asemejan a ellas. Dice doña María Silva; toda planta tiene su dueño, y a cualquier persona no le nace, porque hay que pedirle permiso a la planta para curar las enfermedades y sobre todo tenerle mucha fe. Cada planta medicinal hay que utilizarla como se debe, para el bien, y no para el mal.

El piñón morado, también se le habla a esta planta, se le pide permiso, dependiendo la enfermedad de la persona, luego se le deja por tres días en un lugar por donde nadie pase, se le hace los baños al enfermo, cerca de un caño, lugar por el cual, nadie debe pasar mientras se le hace el respectivo baño, pues allí es donde el paciente botara las malas energías y los maleficios (Daño de un Brujo) del cuerpo. También sirve para otras variedades de remedios como para heridas bravas en los niños, las semillas sirven para el sobreparto, (es cuestión tradicional). Otro de las plantas medicinal es la barba de chivo; se cocina para darle tomar a las personas enfermas con vómito y cólicos. El Ajengibre; se le raya y se mezcla con miel de abeja, luego se calienta a unos tres minutos en el fogón, se le da de tomar al persona enferma con tos o bronquitis, también se hecha a las bebidas tradicional (chicha) para que quede picante. Sirve para otros remedios como

emplastos. El Noni; se recoge el fruto, se le lava bien, mientras tanto se hierve el agua, se sumerge la fruta en agua caliente por cinco minutos, se saca y se le coloca en un frasco bien tapado y allí el bota el extracto, hasta unos tres o cuatro días, se le saca la esencia y se mezcla con miel de abeja si así lo desea la persona, o si no se le toma puro, sirve para la impotencia, cáncer, gastritis, y otras enfermedades. Se debe tomar todos los días hasta que se mejora el paciente, si la persona desea preparar la fruta fresca lo pueda hacer licuado con leche y tomárselo. Finalmente el tabaco, sele utiliza para varias cosas: para fumar, para sacar el ambil y sacar otras cosas, como males del cuerpo (ASMUCOTAR, 2010. : 45).

Realización de una mini feria de intercambio de semillas, de especies recuperadas y por recuperar en la chagra.

En esta actividad se integraron las organizaciones de CIMTAR (comunidades de Puerto Nuevo y Buenos Aires), ASOAINTAM y la comunidad de Ventura. El objetivo de la feria fue realizar una muestra de productos de la chagra a la comunidad en general, con el fin de intercambiar y vender productos como: semillas, alimentos, condimentos, bebidas tradicionales, artesanías, carpintería, comidas, remedios naturales, entre otros. Primero que todo esta mini feria nos motiva a seguir recuperando esos conocimientos que de alguna manera ha sido desapareciendo en la mayoría de nosotras las socias de ASMUCOTAR.

Para los días de feria se exhibieron los productos traídos de la selva y la chagra. Por lo tanto se realizó la demostración de los trabajos que vienen desarrollando las socias, con el fondo rotatorios. Como por ejemplo; las artesanías (bolsos, manillas, cortinas), comidas tradicionales preparadas con yuca y plátano. Durante estos días se realizaron ventas de maíz cocido, chicha de maíz, chicha de yuca. Frutales como guanábana, mango, cacao, caimo, copoazù, chontaduro. Los productos de la selva que fueron exhibidos fue el aguaje, en cuanto a artesanías fueron semillas de chochitos, rayadora, chambira.

A diferencia de estos productos de la chagras, se exhibieron en la parte avícola; huevos de gallinas criollas. También se realizaron postres de yuca, relleno de yuca con queso, caldo de tucupi negro y tucupi cocido con pescado (palometa). Las plantas medicinales, no fueron la excepción, entre ella, la albaca, ajinjili y ruda macho. De igual forma se presentaron condimentos elaborados de azafrán, cilantro castillo, pimentón y cebolla larga. Del mismo modo, se realizaron ventas de pulpa de piña, de mango y mermeladas de piña y mango con frutos de la región. Frutos que fueron compradas de la comunidad de ventura y Santa Lucia.

Al final, para terminar se hicieron los intercambios de semillas como bogue bogue, colino de caña, colino de plátano, semillas de yuca, semillas medicinales y condimentos, con la comunidad de Buenos Aires. También se realizó la presentación de los juegos y bailes tradicionales. Y las señoras eran las encargaron de las bebidas tradicionales antes mencionadas (chicha de piña y yuca, entre otras) (ASMUCOTAR, 2013).

2. Conversatorio sobre el origen del "día del campesino"

El conversatorio con Jaime Yágenes, Harold Rincón y Wilmer de ASOAINTAM tuvo como objetivo reconstruir la historia del día del campesino, una celebración inaugurada por colonos en las décadas de los 50 o 60 hasta 1992 cuando se registró la última. Ha sido importante esa reconstrucción porque es una celebración muy recordada entre los tarapaqueños, aunque no exenta de una crítica histórica por el contexto en que se dio.

Pablo: Desde cuando se celebra el día del campesino?

Jaime: Siempre ha existido el intercambio entre pueblos indígenas porque los primeros que colonizaron esto fue el ejército. Después llegaron los aborígenes sacados por las

caucherías se asentaron nonuyas en la parte baja, los Uitotos, los boras y los ocainas que ocuparon el territorio parte de Santa Clara y los Tikuna que ocuparon el sector Cothué, los que vinieron del Amazonas se ubicaron por acá en el Cacao, esa fue la primera colonización de tikunas que llegó y de allí pasaron a Ventura. Las otras comunidades ya existían y se fueron así acomodando por familias y clanes, después de que toda esa gente llegó, todas esa tribus, ellos hicieron cada uno su maloca, como donde esta don Alfredo. Como era el intercambio de ellos? Pues el intercambio de ellos era en las fiestas, los nonuyas hacian sus fiestas, invitaban a los Uitotos, los Boras y hay intercambiaban, si era fiesta de suko pues ellos llevaban carne, si era baile de charapa traían todo lo que es charapa, pescado y todo eso. Y entonces llega la otra colonización con el intercambio de pieles y mercancía, y hay ellos se apoderan de esas otras cosas como el plátano, yuca, todo lo que hay dentro de la chagra ellos ya le cambiaban por el machete, el hacha. Primero el que le dio esa servidumbre a los paisanos fue el ejército, antiguamente eran unos machetes largos feos, yo tenía uno conservado. Nace el día del campesino, eso ya a razón del hombre blanco digo yo, ya estaban unos comerciantes doña Tejada, don Calderón, y hay don Darío tenía La Fortuna, ellos comienzan con esa iniciativa como se hace en el interior, pero antes de eso ellos hacen una asociación de colonos, eso lo hace el ejército, donde todos los días sábados todas las tribus venían a trabajar, a limpiar lo que es la base militar, allá ellos comían, les daban su alimento, y regresaban otra vez, la escuela también comenzó allá, ellos solicitaban todo lo que es cuadernos y todo. Después nace eso (el día del campesino) que eran antes de la capilla, aquí no había nada, vivía una panadera que era la mama de Manuel Fuque que se llamaba Sabarain y tenían una panadería, de resto ese espacio era libre, hay donde esta el corregimiento era una cancha, se reunían

todas esas tribus y el ejército, jugaban balón y ahí era como un establo donde traían todos sus productos los paisanos, fruta, caimo, piña, había de todo, porque la gente no era perezosa como hoy. Los comerciantes traían hacha, machete, de todo, arpones, vestido, y lo cambiaban, era puro intercambio, no había plata, era pura mercancía, de ahí nace la famosa fiesta del día del campesino, eso fue sucediendo y sucediendo y aumento tanto que ellos ya premiaban al mejor plátano, a la mejor yuca, el que traía una caña de diez metros ese ganaba premio, pero con el tiempo eso ya se fue acabando, en ese tiempo esto era Comisaría y al pasar a departamento cambió mucho.

Pablo: ¿Cuándo recuerdas la última celebración del día del campesino?

Jaime: Setenta y "poyalo" fue la última que se hizo y ya cambio a departamento.

Pablo: Cómo era una jornada de día de campesino, que pasaba?

Jaime: El día del campesino comenzaba a las seis de la mañana y terminaba a las tres de la tarde. Todo el mundo llevaba sus cosas.

Wilder: Y los eventos que se hacían era asi similar cuando se hacia la batalla de Tarapacá, rajaleña, canotaje, cerbatana, trompo, todas esas actividades las premiaban, maratón. En dos campesinos me gané dos maratones. La última vez que yo participé, te voy a decir, yo tenía catorce años, como en el noventa y piola fue la última. La última vez que corrimos nosotros quedamos los dos últimos con Qukiríki.

Jaime: Pero eso fue ya cuestión parte de política que cogieron esa rutina como la batalla de Tarapacá. Pero antes no era así. Todos los indígenas traían sus productos y era cambiado, la base ponía una parte el corregidor ponía otra. No había esa cuestión

de bailes típicos sino esa cuestión fue tomada por cosas de política, porque ahí ya genera ingreso, ya la comisaría también ponía una parte, entonces ya se vuelve como un…yo digo un monopolio, cuando es cuestión de dinero ya se pone…yo digo que ahí viene lo malo, la movida torcida digo yo, en ese tiempo el paisano traía y se devolvía contento con su arroz, con su azúcar, panela, había de todo, cosas de acá con cosas de afuera, pero cuando ya se fue con cuestión dinero que viene ya para celebrar tal fecha, tal cosa, se vuelve que hay que hacer un baile, que hay que hacer lo otro, le aumentan ciertas cosas, pero antes no era así.

Pablo: Donde lo hacían?

Jaime: Allá en la cancha, eso era un establo bien bonito, donde se reunían, llevaban sus machetes sus comidas, pues comida por comida, o sea lo natural por lo químico, yo lo llamo así. Mas comidas porque artesanías muy pocas.

Pablo: Comidas preparadas?

Jaime: Si, carne asada, casabe, plátano, chicha, banano, lo que hubiera, caguana.

Wilmer: Y era cantidad.

Pablo: Se movía dinero?

Jaime: Ahí no se movía, era cambio con cambio, acá estaba el azúcar, el arroz, la panela, el frijol, la lenteja todo eso estaba allá. El ejército era el que se abastecía de toda esa carne, plátano, piña, de yuca, de caimo, de guama, de todo. Era un intercambio de tú a tú, tú me das esto y yo te doy esto, pero no había dinero. Si había dinero era para comprar eso, pero no era lo que más había. No como la fiesta de

Tarapacá con tantos millones, el dia del campesino tanto presupuesto y sale a nombre del pobre campesino pero el pobre campesino no mira lo que es un peso, todo se queda en otras cosas, hay que ser sincero porque es así, y entonces eso cambio mucho muchísimo. Pero con eso no quiero decir que es malo, la generación de ese tiempo se puede ir superando, avanzando…el tiempo va cambiando, todo va cambiando, entonces yo conversaba que antes si había inocencia ya ahora no hay inocencia, hoy en día nadie tiene que estar con los ojos vendados, todo el mundo tiene que darse cuenta que es lo que pasa, que están haciendo con las cosas.

Pablo: Ese intercambio con comerciantes y gente de la base que tan a menudo se hacía?

Jaime: Cada año, una vez al año, era como decir Batalla de Tarapacá…junio 30, no me acuerdo.

Harold: Hay es donde yo quiero opinar un poco Pablo, no es el evento en sí mismo… no es malo, sino que hay unas cosas que es importante analizar, es como el momento en que estamos y porque una persona dice vamos a reactivar el día del campesino. No sé si es un problema mío pero a mi si me gusta como analizar que esta como encubierto. En el contexto actual de Tarapacá, si uno hace una clasificación, de cómo la gente asume el derecho a la autodeterminación, identificarse como él quiera identificarse, entonces uno hace una tabla y puede jugar con ella, tantas personas dicen que son mestizos, tantas dicen que son blancos, tantas dicen que son indios, todo eso para decir que en el contexto hay diversidad poblacional, solo que no deja de ser todo como medio ambiguo o medio forzado a mi modo de ver festejar el dia del campesino,

simplemente porque hay personas que no son indios, no son amazónicos pero que han llegado acá y la única manera de identificar es si son colonos o que son campesinos, o como más se va a identificar, forastero, eso por un lado. Y con respecto a la diversidad cultural de la protección de los conocimientos, de las manifestaciones culturales, es muy estratégico como para no crear una espinita que tiene ya una implicación política, una intencionalidad más allá…porque también es verdad que hay gente que puede estar interesado en hacer eso pa captar recursos para un evento, 10 o 15 millones para dos o tres días, y hacen un día, eso puede ser así, hay que analizar esos detalles. Entonces cuando hablábamos que se necesita un espacio que unifique ese tipo de cosas, yo digo que es medio molesto para mi, por eso digo que es un problema mío hablar del día del campesino, a raíz de que, quien es campesino acá, o estamos hablando de la labor del alimento o de la forma de producir el alimento, como se produce el alimento acá? Pues se produce es con chagra, quien hace chagra? Los amazónicos, los bosquesinos, campesinos, afros, chino, amarillo, negro lo que sea si viene a vivir al Amazonas la única forma de producir sus alimentos es cultivando la tierra, es haciendo chagra. Tú puedes preguntar a muchos, de fondo debe ser el tema del alimento, la forma de producirlo, si son inocuos, si son sanos, con químicos o si son orgánicos. Si uno analiza el contexto de Tarapacá, cualquier evento une a la gente, batalla de Tarapaca, 20 de julio, 7 de agosto, 24 de diciembre, 31 de diciembre, copa navideña, copa amistad, y los diferentes eventos deportivos que se hacen unifican a la gente, una manera de generar un acercamiento entre la diversidad, yo creo que eventos como esos pueden servir mas hablando del tema del alimento, de la forma propia de procesar sus alimentos. Y lo otro que estaba pensando es en qué momento la dieta del indígena empieza a incorporar otro tipo de alimentación, cuando tú dices

Jaime que la base militar y los comerciantes empezaron a hacer ese ejercicio de cambio de productos, ellos daban todos productos elaborados, yo me pregunto que hacían los paisanos con eso que intercambiaban, con el frijol, con la leche, con la panela…pues se lo comían, eso antes no era un problema, incluso los mismos paisanos no pensaron que eso podría maximizar un problema de autodeterminación que tiene que ver un poco con la soberanía alimentaria, de decir que es lo que quiero comer sanamente. El problema no es que no haya que hacer ese evento, hay que hacerlo, pero porque tenemos que revalorar o reafirmar el día del campesino, puede ser el día del indígena, y es muy contextualizado, porque esto es territorio indígena y si no es así llamémoslo como lo que se viene haciendo en el marco del proyecto con el tema de la feria. Hay algo que a mí me preocupa Jaime es que tu decías que los indígenas de Pupuña llegaron y se establecieron en el rio Cothué, y es que este territorio es del pueblo Tikuna, del pueblo Cocama, Yagua, de un circulo grande que pasa Perú y Brasil, como lugar de origen del pueblo Tikuna, y hay relatos, yo no sé si son verídicos, que narran la ubicación de 22 malocas en el Purité, población Tikuna que vivían en lo que es Tarapacá, y población Tikuna que está establecida en lugares aquí muy cerca, en el varadero, de Buenos Aires hacia allá unas 8 malocas Tikuna antes de que llegaran los primeros blancos por acá. Cuando empezaron a llegar las primeras embarcaciones de la tigrilladas, de las pieles. Estoy hablando de cuando se estableció el fortín militar de los peruanos ahí, como era esa dinámica ahí los únicos que están en Tarapacá era gente Tikuna, eso lo dice una persona, lo asegura, y narra también unas vivencias de lo que él se puede acordar, o le contó su papá de esa época. Entonces yo si digo que hay que tener cuidado cuando uno dice ese tipo de cosas, digamos que estamos hablando de rememorar la historia, no te estoy contradiciendo. Lo otro que tú dices si es verdad,

gente Uitoto, Ocaina, si llegaron por migración por problema de la Casa Arana y del caucho, y hay que dejar algo que incluso es muy importante para el tema del Plan de Vida de CIMTAR y es si este territorio es realmente un territorio ancestral del pueblo Tikuna.

Pablo: Cuando llegaron los militares, los colonos ya habían unas comunidades indígenas, luego llegan otras comunidades indígenas, se establecen y se genera un encuentro entre personas y en ultimas sucede un intercambio, cuando se está hiendo yuca pa un lado, y una bolsa de arroz pa otro lado algo muy significativo está pasando, donde llega la yuca y donde llega ese arroz, es un momento histórico muy rico si uno se pone a pensar todo lo que tuvo que pasar para que eso se diera…

Harold: Yo digo Pablo que a mi me preocupa cuando tu planteas eso y es que la yuca no solo alimenta, también es medicina y espiritualidad, cual es la esencia, la simbología del arroz para un paisano Tikuna, Uitoto, cuando estaban haciendo el intercambio muy probablemente ellos estaban comiendo arroz, y eso genera a futuro tolerancia a ese tipo de alimento, pero que pasa con un militar o comerciante que intercambió conmigo un chontaduro por una bolsa de leche por ejemplo, se come el chontaduro y suerte, no pasa nada, va seguir comiendo su arroz, pero pal paisano si es diferente porque ese alimento además de ser volumen, sabor, es espiritualidad, medicina, tiene toda una historia, lo que hemos venido hablando, y me duele un poco…yo entiendo el contexto histórico que hubo un flujo que se dio y que ha tenido unas afectaciones a futuro. Lo que es Tarapacá hoy en términos de cómo está la dieta de lo que es acá el casco urbano es una dieta completamente mixturada, y yo creo que de tantos proyectos

ahorita está saliendo ya la pedagogía de estar utilizando las preparaciones tradicionales para saborizar las comidas, por ejemplo, el ají negro.

Jaime: Pues yo pienso casi lo mismo que Harold, o sea es una imprudencia porque como traen esto, es como para sacar a los indígenas de esa…

Harold: Para civilizar a los indios.

Jaime: Prácticamente antes, dentro de la constitución nos tomaban como animalitos, como salvajes, cuando yo estaba en 5 grado yo encontré dentro de la biblioteca la constitución política, la Amazonia no aparecía, eso acá puros animalitos, no éramos reconocidos, los Tikuna estaban en Brasil y emigraron a esta zona, los coreguajes ellos son brasileros, y dónde están? Están arriba, en el Caquetá, casi en el Huila y los de centro ellos también fueron bajando, los de aquí subieron y los de allá bajaron, también fue una inmigración entre paisanos por eso uno encuentra Uitoto hasta en Brasil, Perú, por todas partes. Por eso yo digo que ese día de campesino que hicieron eso es como para sacar a los indígenas que pierdan su cultura, eso es lo que trae una vaina de esas, es como la escuela, por eso yo critico porque tienen que sacar a los paisanos que están metidos allá, porque tienen que darles un regalito, hacerles un plan de vida, déjenlos quieticos. Ya el paisano cuando estudia también se da cuenta del gran error que se comete, esos muchachos son estudiados y ellos se dan cuenta que es lo que hacen, como hace el blanco pa sacarlos y tome. Yo lo viví en carne propia, yo sufrí las consecuencias de estar así con 500 dormideras por hablar mi dialecto. Dicen que estamos de gobierno a gobierno y quien dijo, en figura si, pero en cuestión de cosas no estamos de gobierno a gobierno, si nosotros fuéramos gobierno tendríamos nuestra

propia constitución política, si hay una mina en Alto Cardozo nos los arrancan y les dicen váyanse de aquí. Uno mambea y analiza todas esas cosas, que va a pasar de generación a generación, ya no va a existir ni casabe ni juare, ni aji negro ni nada, porque el arrocito, el aceitico…coca cola, cerveza águila.

Harold: Y lo más perjudicial, la leche. Dijo un paisano en un evento una vez asi hablando, ah lo que pasa es que ustedes ya no entienden porque toman mucha leche de vaca y son muy brutos..ja ja ja. Jaime, a mí me preocupa algo, y es como en esa época histórica de Tarapacá hace 20, 30, 40 años atrás había unas dinámicas que se dieron en ese momento por diversas circunstancias que ahorita no lo podemos describir densamente, pero esa es su intención, tener como herramientas de juicio para mirar cómo era el movimiento de esa actividad, nosotros cuando mambeamos comenzamos en un punto y no sabemos dónde vamos a terminar, por eso vamos revisando como esta nuestro tejido, nuestro discurso. Jaime está ratificando que donde está la iglesia allá si había un escenario de intercambio, hay que averiguar más o menos la temporalidad, hay que también seguir preguntando a otras personas para también tener otro punto de vista. Yo estaba pensando el otro día con Teófilo, técnicamente como se dice… reciprocidad, economía del don, intercambio, trueque, eso puede ser algo que se dé cotidianamente, pero ya no es del todo cierto que sea cotidiano, de qué manera intercambio, truque, es cuando tú vas donde un compañero a ayudarle a una chagra y te regaló un racimo de plátano por ayudarle a trabajar, son muy pocas las personas que cambian yuca por danta por ejemplo. La cacería es para el sustento familiar, pero también está generando unas ganancias, ya no es un intercambio de producto a producto, entonces ya no se dan esos ejercicios de que te cambio una sarta de

pescado por un gajo de plátano, sino tiene 4000 pesos pues no le doy su pescado y punto, porque ese pescado tiene esa intencionalidad de que se necesita el dinero. Pero hay otros momentos de que son mucho mas centrados en las condiciones de las familias, de los núcleos familiares, como están configurados, como son esas redes que tejen las familias que practican un intercambio básico, eso tiene que ver con una afinidad, estamos hablando de consanguinidad, porque es el suegro, el cuñao, compadre. Se da intercambio cuando tengo danta y a mi ahijado voy a mandarle dos kilos y no voy a decirle, bueno, ya te mande estos dos kilos ahora regrésame algo, no, él después mató un puerco y me va a regalar la cabeza, eso se da en los círculos familiares, pero de pueblo a pueblo que uno diga que está intercambiando el pueblo Uitoto con el pueblo Bora que culturalmente son afines, será que estamos intercambiando producto? No estamos intercambiando, a Churai tenemos a veces que comprarle la coca. Hay unos elementos que hay que entrar a revalorar, a revitalizar como el tema del trueque, vea lo que está pasando en la feria, la feria estoy seguro que tenía una intencionalidad muy diferente, o inclusive no, estaba dentro del paquete el hecho que la gente fuera a vender sus cosas, yo llevo mi iyico, mi caguana y digo te doy una Caguana y tu me regalas un frasquito de aceite de andiroba, no estoy haciendo ese ejercicio, esto vale 14000 esto 23000 pesos, si quieres esta mochila 100000 pesos, negociemos bueno 40, pero yo no estoy diciendo mira te cambio esta mochila por este canastico, eso no se esta haciendo. En la última feria yo no vi eso, no vi ejercicios de intercambio o trueque, en las familias eso si se da, esa reciprocidad. Por eso es muy chévere revitalizar el ejercicio del intercambio, cambiar un par de botas por un libro y con el tema del alimento es una muy buena alternativa. Tengo la necesidad de pescado usted de la de yuca, no tenemos plata, intercambiemos.

Pablo: Todo lo que es intercambio, trueque, venta, regalo depende de cómo se haga, un poco lo que recojo de la historia del día del campesino es que se trataba de un intercambio de comida industrializada que llegó a las comunidades y generó dependencia, y eso empezó a crecer y crecer y pasa lo que vemos hoy, esa comida industrializada es cada vez mas presente en la dieta de las personas. Cuando se hizo la primera feria se evidenció una necesidad de popularizar más los productos de la chagra y la comida típica, que se volviera algo que este a la orden del dia porque lo compra, le gusta o lo quiere probar. Pelear contra el dinero es una pela mal cazada porque el dinero es una cosa muy abstracta y omnipresente y es muy difícil decir que la feria no va a ser para vender sino para intercambiar… y de pronto se puede, pero de alguna manera también se trata de jugar con la energía, el dinero es energía, se trata de pensar como esa energía no se va a poner en contra de lo que es una buena alimentación en la familia sino a favor. Es una energía que va a estar ahí, y mientras estemos en esta matriz de monedas hay que lidiar con eso, y hay que entenderlo y conocer cuál es el espíritu del dinero, y es un espíritu proyectado por todas las mentes el hecho de creer que aquí hay 100 pesos, pero que son 100 pesos? Si es un papel o un pedazo de metal, realmente que es esa vaina, porque vale eso, que es lo que le está dando valor, entonces se consideró que profundizando en la naturaleza de ese personaje llamado el dinero, al cual se le achacan tantos males para los pueblos indígenas, veamos como mejor lo ponemos a jugar a nuestro favor, por eso es que en esa feria se asumió deliberadamente que es una feria donde se va a ofrecer comida y se va a vender, obviamente siempre existió la pregunta y que pasa con el intercambio de las personas y es algo que merece ponerle peso sin negar a otra parte, hay que hacer algo para que el intercambio este presente.

Harold: Con el tema del dinero no hay que hacer nada porque él en si mismo va a estar. Hay que hacer algo es por el intercambio.

Jaime: Yo pienso que con eso del dinero en la feria no hay que hacer nada porque eso ya está metido, lo que hay que pensar en el contexto de la feria en el casco urbano es por el intercambio. En el contexto de nosotros cuando se hace una fiesta que hace un maloquero, siembra su chagra, dando de comer a su gente y está intercambiando, cuando él manda su coca y su ambil, ese otro cacique al que le va a entregar es pa que le traiga tales cosas, carne, ambil, lo que sea, no hay dinero, solo intercambio de chagra y las cosas de la naturaleza, mico, pampana, huito, puerco, no hay dinero, hay alegría, fiesta, no se pelea como los Tikuna. La fiesta viene con su maní, ñame con todo su canastado para darle de comer a su familia. Cuando se hace una feria ya eso es factor dinero, vendí esto para yo comprar lo otro porque ya estamos acostumbrados al azúcar, al aceite, eso es verdad, hay va a estar jugando el dinero, entonces hay que pensar dos cosas aquí, hay que jugar con ese intercambio de lo cultural, eso no ha muerto no ha desaparecido, eso se está añadiendo porque eso del intercambio está ahí, no ha muerto, cualquier rato Churai hace una fiesta y vamos todos, una fiesta de chontaduro, él sabe porque está haciendo su fiesta, aparte de recibir comida recibe conocimiento, busca las bendiciones y todo eso, mientras en la feria no va a recibir bendición, va a recibir dinero y con ese dinero lo devuelve otra vez allá porque es un juego de ida y vuelta, tu me compras y yo te vendo, porque ya estamos acostumbrados a que no se toma caguana sino chocolate, pero en otro contexto está el verdadero trueque, dar y recibir. Aparte de recibir el alimento está recibiendo bendición, curación

para toda la gente, eso no se ha perdido, eso hay que hacer también revivir ese valor que tienen los pueblos indígenas.

Harold: Alguna vez hablamos sobre estilos de vida, hay cosas que en si mismas son estilos de vida y son formas de vida que se han contextualizado muy bien, de alguna manera la cultura, para haber creado esas formas de pensamiento y comportamiento, tiene que estar muy bien relacionada con las condiciones climatológicas y ambientales donde están ubicados esos pueblos y comunidades, entonces se vuelve un estilo de vida el tema de la chagra, y el tema de la chagra no es solo el ejercicio físico, es una cuestión simbólica que está ahí hacia atrás, el ejercicio físico de sembrar, simbólico de retribuir lo que se ha talado, se ha muerto. El ejemplo que se pone a través de la yuca, la yuca no es solo hacer fariña, casabe o ají negro, está la historia de la yuca y cuál es su papel determinante en la cultura por ejemplo del pueblo Uitoto, la yuca no es solo comer, yo puedo hacer chagra y comer yuca, pero eso no quiere decir que soy indígena porque estoy desconociendo que es eso, el valor primario es el que yo estoy reconociendo, el uso de la yuca, el origen, el valor que tiene. Entonces, como es un estilo de vida, el tema del alimento y de la chagra y de los pueblos indígenas solo se da no en quien hable, sino en quien este ejerciendo su actividad de chagra que es otra cosa, y el ejercicio de chagra involucra la reciprocidad, la chagra en sus tiempos primarios no era para vender hablando en términos de dinero, la chagra era de autosostenimiento, que obviamente habían sus redes de intercambio, que él me da un casabe, me regala un bulto de yuca o que un man me regala unas semillas de tabaco y después yo le devolví una bola de ambil y semilla de tabaco, retribuyendo eso que él me ha dado, eso ha sido así porque es un estilo de vida, la cultura, las reglas, los

mandamientos que ha establecido el Creador de cada pueblo. Si es para utilizar el mambe o el ambil no es para mezquinar, no es para negociar, no es para vender, es para compartir, para dialogar de intercambiar, entonces es un estilo de vida y día tras día se está deteriorando y hay si es cierto como dice Jaime, eso no quiere decir que hay una pérdida de cultura, la cultura se está transmitiendo, el vivir diario es otra cosa, ahí es donde tú sabes si estas siguiendo el camino de las normas que te dice tu cultura, viviéndolo, así sea un vagabundo mujeriego, todo lo que sea pero va a llegar un momento en que el man va tener que sentar y va tener que demostrar lo que ha aprendido, lo que le ha transmitido su abuelo, como se siembra, tabaco, yuca, coca, chagra, conocer la dinámica del ambiente, ese calendario ecológico que nosotros llamamos, tiene que conocer de medicina, curación, palabra de consejo, trabajo, fuerza, alimento ahí él va a demostrar si sabe o no sabe, va tener más de treinta y cuarenta años para que esa persona apenas comience a demostrar lo que ha aprendido. A veces uno mira que los jóvenes andan por ahí y no quieren la cultura pero es que no es el momento de ellos, y este contexto es tan jodido que los jóvenes se distraen de eso, pero hay un momento que en sus casas algo le van a tener que estar diciendo, si hay un abuelo o una abuela que tiene conocimiento de lo que es su lengua de lo que es su origen, diciéndole mira este es el ají negro, este el iyico, el ají negro sale de esto, la yuca pa esto, mira a su papa mambeando y dice no esto que es, ya empieza a hablar, algo le tiene que estar transmitiendo, pero el problema es que muchas veces ese ejercicio del comportamiento y de los valores no se esta haciendo entonces es un estilo de vida que esta desapareciendo. Todo ejercicio institucional gubernamental, político o desde uno mismo que se plantee para solventar esas problemáticas pues hay que hacerlo, porque si nadie hace nada, o nosotros mismos no hacemos nada pues quien

va hacer algo por nosotros, como en el caso del proyecto de CORPOAMAZONIA de chagras, es que juepuerca no voy a entrar a ese proyecto porque no hay plata pa los chagreros, el problema no es el dinero sino que de una u otra manera la gente quiere entrar al proyecto porque tiene chagra, asi le den dinero o no le importa el dinero, tiene su chagra, que le van a dar un kit de botas, machetes, palas, eso ya es ganancia pa ese chagrero, pero esos valores se están perdiendo, y hay que cogernos de cualquier línea o metodología, proyecto o accionar que nos permita a nosotros ir revalorando esa dinámica propia. En qué año comienza y termina el boom maderero?

Jaime: 74, 75, en el 70 empieza.

Harold: La pregunta es porque en un momento de allá para acá se desvaloriza la actividad del día del campesino, que pasa. Cada boom de economía extractiva trae consigo unas consecuencias, eso absorbe, por eso pregunto en que época comienza ese boom, desde ahí comienzo a especular a teorizar, el tema del día del campesino se debilito desde el momento en que la gente se empleó a trabajar la madera, porque era lo que estaba dando plata y cualquiera podía trabajar, entonces 10, 20, 30 años la gente concentrada en la madera. Si pudiéramos regresar al pasado y devolver la cinta magnetofonica y nos concentramos en ese momento para mirar que fue lo que paso, pues muy seguramente toda esa gente que se metió a trabajar la madera por mucho tiempo dejó de sembrar la chagra y de pescar, entonces ya en la vida diaria el tema del campesino, la chagra, el alimento no es que se pierda sino se olvida, porque hay otras maneras de conseguir alimento. Trabajar un año o seis meses, y vuelve y compre todo lo que tu mujer necesita y vuelve y te vas otra vez, dejó para la educación de sus hijos y para seis meses que su mujer coma y te vas, no estas preocupado si tu mujer esta

aguantando hambre sino te vas a trabajar porque dejaste eso cuadrado, si su mujer hace chagra es otra cosa. Entonces Pablo a mí me parece que de pronto esa disminución del furor por celebrar el día del campesino aquí se debe a ese periodo de economía extractiva.

Pablo: Si el día del campesino tenía esa intención de proveerse de productos de afuera, al llegar la madera ya no tiene que esperar a sacar de su chagra para conseguir un machete, sino puede tener el billete para un machete y muchas mas cosas, pues entonces obviamente va a tomar ese camino.

Jaime: Si, hay varias cosas que hicieron perder ese día, uno fue la madera, el otro fue el tema de la carretera de aquí pa allá, con eso toda la gente que quiso dar educación a sus niños empiezan a trabajar a romper tierra, todo ese personal, los hombres que son los de la chagra, de dedican a romper tierra, a ganar un salario de 30 pesos mensuales, llega el boom de la madera y la desubicación de las familias, muchas mujeres de nuestros paisanos se fueron con los que llegaron de afuera, ahí viene decayendo todo eso, por las cosas que llegan.

Wilmer: Yo recuerdo que en ese tiempo usted encontraba en Tarapacá todo.

Pablo: tu trabajaste en el monte?

Wilmer: Yo trabaje en el monte en el 91 cuando salí del colegio, en el 92 y 93.

Jaime: A mi si no me gustó, y estuve con el primer maderero que llegó aquí Oliverio Tejada, llegó los Montezuma y otros manes del Encanto, mi papa tenía una cantinita por allá y ellos llegaban y compraban todo, a jartar hasta que quedaban vacíos, y los

que trabajaban en la carretera también llegaban el fin de semana y a barrer con lo que había, quien va a trabajar, nadie va a sacar la yuca, el plátano, nadie, todo el mundo estaba dedicado a eso. Si ahorita llegaran a ampliar ese aeropuerto todo el mundo corre y quiere emplearse porque quien no quiere plata, ahí si se olvida la cacería, la chagra, lo compra todo. Hay que recordar, hay que hacer cualquier cosa decía mi mamá, pero hay dice uno que es cualquier cosa.

Pablo: A eso es lo que se quiere se llegar, que esa "cualquier cosa" que se dice en chiste, sea una conciencia y una búsqueda congruentes de las acciones. Cuando uno revisa la historia lo hace para mirar el presente y tomar decisiones más acertadas, que no sean decisiones que se reviertan en contra de nuestra propia existencia como personas, familias, pueblos, el ánimo de hablar estas cosas es proyectar unas actividades puntuales y otras que están en ideas como el punto del mercado indígena, plaza de mercado, o ese espacio que se debería ganar por la misma necesidad de las personas por un espacio público que valorice ese conocimiento ancestral, que se considera benéfico para las personas que las practican…

Jaime: Que están ahí…

Pablo: Están ahí, cuando alguien come de su chagra de su pesca está comiendo muy bien.

Jaime: Quien no quiere comer mojojoi…

Pablo: Si, y ese es un sentimiento generalizado, la gente come chocolisto, paquetes, pero la memoria sabe que cuando uno recibe ese sabor que de pronto su abuela le dio a conocer, algo se despierta, algo en el fondo le dice que vaina tan rica y si hay más,

pues quiero más, algo más allá que un simple placer por un sabor está pasando, se está despertando una memoria. Entonces esas propuestas van en ese sentido, en jugar un poco con la memoria alimenticia de las personas y despertar eso que ha sido velado por diferentes circunstancias por las comidas que llegan. Es picar a la gente, si quiero comer rico, voy a luchar para que eso sea así. Viendo hacia el futuro, que es el presente, la plaza de mercado o mercado indígena no solo concierne a ASOAINTAM, CIMTAR o ASMUCOTAR, hay mucha gente que le está sonando el cuento y demanda un lugar para ejercer su actividad de chagra comercial, y van a haber intereses, por eso es importante recalcar lo que se ha hecho desde la feria de las chagras, que es fortalecer los conocimientos tradicionales y como se proyecta esa intención en ese punto de acopio y venta, y si realmente se le puede llamar una plaza de mercado, teniendo en cuenta que una plaza de mercado como se conocen en el interior del país no es necesariamente de productos regionales sino hay hasta uvas que vienen de Chile, eso pasa y estoy seguro que eso no es lo que se está buscando acá, sino todo lo contrario, en un marco económico y político, y ahí es cuando vale el cuestionamiento de que en la feria no se está haciendo el intercambio, y sobre ese dia del campesino y no es que se tenga nada en contra de los campesinos, sino la connotación histórica y política que trae y que fue lo que generó, entonces si vamos a volver a hacer algo no puede ser de esa manera, pero en la feria entra el factor dinero, y después de recibir el dinero pues la gente va al Altamira a comprar lo que quiere…y entonces que estamos haciendo?

Jaime: Por eso es que yo decía que la parte que no se ha perdido esta allá, donde no hay un cambio por dinero sino un intercambio de los pueblos indígenas, y eso también

hay que valorizarlo, revivirlo. Si la generación que viene no tiene esa fortaleza de demostrar de que así es que vivimos los pueblos indígenas.

Harold: Cuando yo digo que es un estilo de vida, a la hora de estar promulgando desde un proyecto, o una intención política o comunitaria se está proyectando el tema de la revitalización de los conocimientos tradicionales, lo que se está revitalizando es un estilo de vida. El paquete de la chagra no está por fuera del paquete de la tradición. Entonces de qué manera revitaliza uno todo ese paquete yo me pregunto, si en esencia la chagra no está suelta de lo que es la cultura, de lo que son las historias de sanación, de consejo. Aquí uno puede analizar los ejercicios de ferias, eso nos da un medidor de cualquier evento y si hay comida pues la gente llega, y así sea por un día mucha gente que sea o no indígena quiere probar un plato que nunca ha tenido la oportunidad de probarlo, llega a conocer un poco de la culinaria local. Mirando el lado positivo de las ferias así como está planteada, que tenga el tema monetario ese no es el problema sino que está revitalizando una parte del paquete completo de una manifestación cultural. La chagra por esencia es la técnica de cultivo propio de los pueblos indígenas amazónicos, entonces por mas chiquitico que sea el ejercicio de revalorizar la comida, los alimentos, la plaza de mercado y todos esos esquemas están fortaleciendo un tema de identidad, entonces hay que hacer otros ejercicios que ayuden a fortalecer el paquete completo, yo creo que de esa manera cuando hay conciencia funciona, el problema es que a veces el mismo paisano ya no le apetece comer mojojoi, iyico, casabe, hay paisanos que dicen que no les gusta la caguana, hay una pérdida de la esencia, de lo que es tomar la caguana, pero una mujer que preparó la caguana sabe la intención, pa apaciguar el corazón, entonces es en esos detalles donde hay que entrar a trabajar

pedagógicamente en el colegio, con las organizaciones, de esa manera se combate a la televisión y que la gente se sienta mas contenta tomándose un jugo de chontaduro que una coca cola, pero es haciendo notar que eso tiene un valor más allá de digamos de considerar al chagrero o al pescador como una persona pobrecita, que como no tiene nada mas que hacer y no es educado, entonces es mostrar como dice Teófilo la parte bonita de tener chagra, que bonito es yo producir mis propios alimentos y mirar cómo crecen mis matas, eso es lo que hay que entrar a trabajar por diferentes medios, desde el discurso, el video, los talleres en las mambeadas, para ir combatiendo las falencias de la debilidad cultural. Que podemos hacer desde el rol de las mujeres y el consejo de ancianos para abordar el tema de la seguridad alimentaria, que podemos hacer desde el tema educativo, la salud, como están las instancias jurídicas frente al uso de semillas orgánicas o transgénicas, uno puede ir fortaleciendo ese campo haciendo diferentes cosas. Pero yo creo que uno puede reducir todo ese campo en que si una persona no come bien pues no va a estar tranquila, va a estar amargada porque su estómago le esta vibrando, le truena y no esta tranquilo, la comida es un factor determinante para hablar de bienestar, de armonía en la familia, la comida hay que abordarla por diferentes medios. Por ejemplo el tema de la plaza independientemente de que sea indígena o mestiza o intercultural, tiene que haber, ya Tarapacá está sintiendo la necesidad de tener un centro de acopio donde pueda intercambiar, comprar, vender, al por mayor o detal, pero se hace necesario y eso es un aporte a las ganancias de los chagreros, obviamente hay está el flujo monetario, pero de pronto eso no es para comprar un kilo de arroz sino un par de zapatos, cuadernos, camisas para los niños, ese es el uso de lo que está dando el chagrero a lo que vende de sus chagras, esas

necesidades que no puede cubrir porque no es empleado, no es estudiado dijo mi abuelo.

Jaime: Hay que hacerlo, hay que abrir un camino pa la nueva generación sin olvidar las cosas que ya están hechas.

Harold: Hay una obligación desde el punto de vista cultural que es sembrar su chagra, así sea pequeñita, es un principio de vida. Tenemos un reto, y es una crítica que hacemos a nosotros mismos, primero llegar a un grado de fortalecimiento cultural y muchos tenemos ese problema y mas cuando aun siendo indígenas uno no conoce nada…Con el tema de la comida, a veces uno come no mas porque siente hambre o porque le parece rico una pizza hecha en almidón de yuca, que es el famoso casabe del pueblo bora y uno come hasta que ya se sintió satisfecho, y no es que la pregunta sea porque estamos comiendo, eso sería una pregunta medio idiota…porque si no come se muere, hay una explicación científica, sino comió como va a mover su máquina, esa es la gasolina, algo que vale la pena rescatar es el valor de sembrar nuestros propios alimentos, hay quienes tienen grandes extensiones de tierra para darle de comer a las vacas y no a la gente y la carne de la vaca es para exportar, entonces que pasa con la seguridad alimentaria, quiere decir que lo peorcito estamos comiendo acá, como la critica que se le hace a los pescadores que cogen un pirarucu, sacó piezas y vende todo lo mejor y que dejo pa su casa… puro hueso, porque será. Vendió siete sartas de pescado y al ratico esta pasando con unos manojos de huevo, porque se presentan esas cosas. El ejercicio debe ser por ejemplo preguntarle a los estudiantes que conoce usted de la chagra, si su papa o mama tienen chagra, y los estudiantes van a sentir vergüenza, y por qué…porque hay unos estigmas que se dan

en esos escenarios, y el colegio es así, hay una estigmatización que todavía no ha sido fácil de erradicar, es la visión que tienen del indio. El estudiante que viene allá del CIMTAR, Buenos Aires, por su forma de hablar le maman gallo, desde ahí uno entra a problematizar porque los muchachos no están acompañando a sus papas a la chagra. Que lo miró la noviecita pasar con un canasto que vergüenza, o se va a dar la vuelta por acá para que no lo miren con su racimo de plátano. Entonces un ejercicio muy chévere desde el colegio es vender la chagra, no de lo que generalmente se dice de la chagra, que la gente que no tiene nada que hacer es la que tiene que hacer chagra, sino de fondo está el hecho primario de que es lo que yo estoy comiendo, y que un valor agregado es que yo estoy produciendo mis propios alimentos, revalorar la chagra desde su connotación simbólica. Y otra cosa que no se sabe de fondo es porque funciona la chagra, mucha gente no hace ese análisis porque todo el tiempo lo ha hecho, pero en un escenario educativo eso sería importante hacerlo, conocer el terreno, identificar lo que hay en el terreno, porque la gente cuando tumba chagra lo que está haciendo es un enriquecimiento, eso no se sabe. Eso puede estar en los informes del trabajo que se hizo de conocimiento tradicional, pero ese tipo de información no es del conocimiento público, hay gente que tiene oración pa empezar su chagra por ejemplo, que tiene esa dinámica de pedir permiso, de hacer pagamento para comunicarse con los seres que están usando esa pedazo de tierra para sembrar su alimento, eso hay que soltarlo ya porque es necesario, eso vende, eso atrae.

Tarapacá, 26 de mayo de 2015.

[1] Las chagras, como se denominan a los espacios destinados a esta actividad, son áreas de cultivos transitorios que duran aproximadamente entre 2 a 3 años; los rastrojos que se generan posteriormente, al

culminar la producción de las especies de periodo corto, y que permanecen durante la producción de los frutales, también son considerados por algunos grupos indígenas como chagras o chagras de animales (Cabrera, 2004).

[2] Corregimiento es un término usado en Colombia para definir un tipo de subdivisión del área rural de los diferentes municipios del país, el cual incluye un núcleo de población. De acuerdo con la constitución colombiana de 1991 y el artículo 117 de la ley 136 de 1994, un corregimiento es una parte interna de un municipio y se le da la facultad al concejo municipal para que mediante acuerdos establezca dicha división, con el fin de mejorar la prestación de servicios y asegurar la participación de la población en los asuntos públicos. Colaboradores de Wikipedia. *Corregimientos de Colombia* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2014 [fecha de consulta: 24 de noviembre del 2015]. Disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Corregimientos_de_Colombia&oldid=74893218>..

[3] Como cocinas tradicionales tomamos las preparaciones basadas en productos locales y que son reconocidas culturalmente por los pueblos originarios como fundamentales en su alimentación.

[4] "El formalismo es una maniobra "eidética" por la cual el pensamiento se libera de todo sistema real para darse todos los sistemas posibles y encontrar allí lo real como lo *"posible realizado*". En la medida en que, para construir el modelo formal de un sistema económico posible, el pensamiento hace "abstracción de la diferencia" entre los sistemas reales, la maniobra formalista no constituye, hablando propiamente, el conocimiento de ningún sistema real sino más bien la explicita manifestación de una parte de las condiciones de posibilidad de este conocimiento, a través de la actualización de las *estructuras formales* de todos los sistemas económicos posibles"(Godelier, 1967; p. 16).

[5] La definición "Substantiva" de lo económico denomina un "proceso instituido de interacción entre el hombre y su medio que termina por producir de manera continua los medios materiales de satisfacer las necesidades", (Polanyi, 1957).

[6] Una Maloca es una casa comunal ancestral, utilizada por los indígenas del Amazonas (especialmente denominada así en Colombia), que tiene diferentes características en su relación con la comunidad de donde proviene. Colaboradores de Wikipedia. *Maloca* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015 [fecha de consulta: 28 de septiembre del 2015]. Disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Maloca&oldid=84628050>.

[7] Reunión de amigos, vecinos para realizar un trabajo es equivalente al tequio en México.

[8] Un bosque de várzea es un ecosistema forestal de la cuenca amazónica. Son los bosques que crecen en las llanuras de inundación y a lo largo de los ríos de aguas blancas, es decir los ríos ricos en sedimentos minerales. Colaboradores de Wikipedia. *Bosque de várzea* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015 [fecha de consulta: 28 de septiembre del 2015]. Disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Bosque_de_v%C3%A1rzea&oldid=83984264>.

[9] Un pidgin es una interlingua simplificada y usada por individuos de comunidades que no tienen una lengua común. Colaboradores de Wikipedia. *Pidgin* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015 [fecha de consulta: 18 de septiembre del 2015]. Disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pidgin&oldid=83903785>.

[10] Lugar de alimentación de las dantas o tapires en los bosques amazónicos donde generalmente se ejerce la cacería de estos animales.

[11] Se mantiene en una "condición interna estable compensando los cambios en su entorno mediante el intercambio regulado de materia y energía con el exterior compensando los cambios en su entorno mediante el intercambio regulado de materia y energía con el exterior". Colaboradores de Wikipedia. *Homeostasis* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015 [fecha de consulta: 18 de septiembre del 2015]. Disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Homeostasis&oldid=85073557>.

[12] Se refiere a las larvas de varios cucarrones (Coleoptera) que crecen en las palmas. Cuando adquieren un tamaño suficiente son extraídas y consumidas crudas, cocinadas, asadas o ahumadas. Son ricas en aceite y su sabor es definido por la palma en la que habitan Instituto Sinchi. 2015 [en línea]. Glosario Amazónico [fecha de consulta: 20 de septiembre del 2015]. http://sinchi.org.co/index.php/glosario-amazonico477

[13] Siguiendo a O'Hara & Stagl (2001), podemos diferenciar, por un lado, un sistema tradicional alimentario, donde la producción y el consumo tienen lugar en un mismo espacio definido por unos límites

biofísicos y culturales. Y por otro, un sistema alimentario integrado, o globalizado, donde la producción y el consumo, tienden a ser cada vez más independientes, espacial y culturalmente.

[14] "La identidad como un campo cerrado y claramente diferenciado de lo otro ha hecho de la memoria un discurso que se predica con nostalgia e idealidad, pero que muchas veces no se practica en la vida cotidiana, de manera que se convierte en un concepto fosilizado de cultura" (De La Cruz, 2014).

[15] Al respecto, existe una tendencia en la conformación de la "Red latinoamericana de Food Design (RedLaFD)", que muestra el auge de la innovación gastronómica y que ese proceso tiende a utilizar especies y productos de sociedades tradicionales.

[16] Wordreference.com. 2015. [fecha de consulta: 18 de septiembre del 2015]. Disponible en http://www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=fair

[17] Tal como lo analiza la Corte Constitucional en la sentencia T 236 de 2012 de la Corte Constitucional.: "No se conforma, pues, el ordenamiento jurídico colombiano simplemente con admitir la existencia de diferentes etnias y de diferentes culturas, sino que a esa diversidad étnica y cultural, que caracteriza a la nación colombiana debe ser protegida. Además se han aprobado las siguientes leyes y acuerdos internacionales: La Ley 21 de 1991 que aprueba el Convenio 1969 de la OIT; la Ley 165 de 1994 que aprueba el Convenio de Diversidad Biológica; la Ley 397 de 1997 modificada por la ley 1185 de 2008, o Ley General de Cultura, y su Decreto reglamentario 2941, de 2009; sobre salvaguarda del patrimonio cultural de naturaleza inmaterial; la Ley 1381 o Ley de lenguas, entre otras.

[18] En este caso hay que hacer la excepción con la comida, que se le nombra como típica, y se refiere a aquellos platos preparados sin la intervención de productos agroindustrial, por lo general a base de pescado, carne de monte, yuca, platano, pimentón, cilantro, aji negro.

[19] Para Berkes (2009), se pueden distinguir los siguientes niveles: i) conocimiento local y empírico de animales, plantas, suelos y paisajes; ii) sistemas de manejo de recursos naturales; iii) instituciones sociales apropiadas; y iv) un conocimiento paradigmático, o una visión del mundo.

[20] Fuerza espiritual asociada a una planta o a un animal.

[21] Según Vivero (2013), el principal problema del sistema alimentario según el consenso más extendido sigue siendo el acceso a los alimentos, muy vinculado al concepto de pobreza y a la consideración de los alimentos como un bien privado con derechos de propiedad excluyentes.

[22] En el marco del proyecto "Uso conservación y aprovechamiento in-situ del camu-camu presente en los lagos de Tarapacá, Amazonas, por parte de comunidades asociadas a ASOMATA y ASMUCOTAR como estrategia de conservación de los Recursos Naturales en el Trapecio Amazónico Colombiano". Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas Sinchi-ECOFONDO 2009-2010.

[23] "The figure shows that there is a continuum between qualitative and quantitative approaches, as well as between empirical and theoretical perspectives. In some cases, the position of the method in the graph may vary depending on how the method is used (e.g., interviews in ethnographic fieldwork may also result in quantitative data) or which sub-methodology is adopted (e.g., statistical vs. theoretical models). Methods in italics focus on data generation, whereas the other ones tend to deal with data analysis and evaluation (although this distinction may be fuzzy)" (Pautasso et al., 2012).

[24] Lugar donde se hace el mambe, polvo de coca y hoja de yarumo.

[25] Mezcla de tabaco y sal de corteza de árbol.

[26] Bebida de almidón de yuca.

[27] Conversatorio ASOAINTAM. Tarapacá 2015.

[28] Reunión coordinación de mujeres ASOAINTAM. Tarapacá 2015.

[29] La yuca es importante porque para varias etnias como los Uitoto, Cocama, Bora, Tikuna la consideran una planta sagrada a la cual se le reconoce un poder importante en las culturas de centro y la rivera amazónica. La yuca, junto con el tabaco y la coca conforman la palabra de vida, como afirma el abuelo Valentín Borraez: "la palabra de tabaco, coca y yuca dulce es la palabra de vida, de armonía, de gobierno, de autoridad, de abundancia, con esa palabra nos hemos manejado desde el principio; esa es nuestra tradición" (Rincón, 2011:60).

[30] La fariña es un alimento hecho a base de yuca brava, se consume en Colombia y Brasil, y particularmente en las regiones amazónicas. La fariña acompaña prácticamente todo tipo de alimentos, pescados, caldos, sopas, arroz, frijol.

[31] De La Cruz, P, 2015. Diario de campo. Tarapacá.

[32] El término paisano es usado por los tarapaqueños para referirse a su identidad como indígena.

[33] La uchumanga es un caldo preparado de carne y vísceras (intestinos) de animales silvestres (guanta,danta) o pescado, con sal, ají. Uchú significa "ají" y manga significa "olla", en Kichwa amazónico. Este preparado se puede llevar en viajes, se le añade más agua u otras carnes.

[34] Bebida espesa a base de almidón cocinado, sólo o con jugo de frutas, que se bebe como refresco (Acosta et al, 2006 (a)).

[35]La gran mayoría de esta pulpa se lleva a restaurantes de Bogotá, un kilo de pulpa en Tarapacá vale 1,50 USD y rinde para 30 personas, en Bogotá se vende un vaso de jugo de camu camu y yerbabuena en 3 USD.

[36] "Una tendencia interesante encontrada durante las encuestas es que para varias mujeres la feria es considerada una fiesta tradicional, esto podría insinuar que la poca participación de algunas mujeres en fiestas tradicionales de maloca ha hecho que las ferias ocupen ese lugar, y por otro lado también sugiere una nueva forma de concebir la cultura que se construye y transforma con los nuevos contextos" (De La Cruz, P 2015. Diario de Campo).

[37] Desde políticas institucionales se viene promoviendo una serie de acciones que buscan salvaguardar las cocinas tradicionales, por ejemplo, la "Política para el conocimiento, salvaguardia y fomento de las cocinas tradicionales de Colombia", adoptada en el 2012. O la "Propuesta de Política Publica Pluricultural para la Protección de los Conocimientos Tradicionales" presentada en 2014. En el 2013 ASMUCOTAR obtuvo una mención de honor del Convenio Andrés Bello del Ministerio de Cultura por la experiencia "Implementación de un mercado local como estrategia de protección de los saberes asociados a las cocinas tradicionales en Tarapacá Amazonas".

[38] En la II Feria de Chagras se contó con la participación del grupo de ebanistas de Tarapacá quienes participaron de una serie de capacitaciones impartidas por Rodrigo Díaz en el marco del proyecto Amazonia Viva, en esta expusieron sillas y sofás tapizados.

[39] Los Moe son un grupo musical de la comunidad de Ventura, usan acordeón, guacharaca, cajón y voz, las canciones son en tikuna, español y portugués, interpretan canciones propias y prestadas. Gracias a una feria que recaudó fondos, Los Moe cambiaron su viejo acordeón que estaba dañándose, al siguiente año fueron invitados a Leticia por la Gobernación del Amazonas, y de allí los eligieron para ir a San Jacinto, Córdoba, a un encuentro de músicos abuelos.

[40] Cada año, los cabildos del resguardo Uitiboc llevan a cabo mayor número de fiestas, en esto resalta la participación del Cabildo Bora, Uitoto, Cocama, y Uitoto.

[41] A primera vista, la identidad de las poblaciones amazónicas parecen agruparse bajo la gran categoría genérica de indígenas (Gros & Ochoa, 1998; Gros, 2012, 2013). Este gran rótulo, que pareciese no tener mucha discusión, como si lo puede tener en las tierras altas de los Andes donde la frontera de la identidad indígena y campesina es más difusa debido a un proceso temprano de asimilación y mestización, no solo encubre las grandes diferencias que existen entre las poblaciones amazónicas, sino también es el producto de un largo camino de asimilación a la modernidad.

[42] En el 2012 se hizo la siguiente reflexión: "para los pueblos indígenas el concepto de conocimiento tradicional resulta tan ambiguo como lo puede ser el conocimiento occidental. El contacto creciente con otras culturas del interior del país, y la interculturalidad indígena son siempre los puntos donde la discusión desfallece y se prefiere volver a pensar que lo tradicional solo puede ser definido con respecto a una práctica pasada, que la hacían los abuelos, que era "pura" y hoy esta "contaminada". Esto es lo que se conoce como "fosilización de la cultura", lo que antes fue cotidiano ya no lo es, pero se le recuerda con nostalgia y anhelo de reencuentro. De La Cruz, P. 2012. Informe 7. Proyecto: "Incorporación del Conocimiento Tradicional Asociado a la agrodiversidad en agroecosistemas colombianos". Instituto Sinchi.

[43] En materia de comercio el que tiene la capacidad de almacenar en frío tiene grandes ventajas sobre los otros quienes solo pueden vender la carne y el pescado fresco. El mayor porcentaje de venta de productos a tiendas locales se da porque éstas disponen de cuartos fríos donde almacenan pescado, carne de res y carne de monte. Si sacáramos esos productos, el porcentaje seguramente se reduciría considerablemente.

[44] Según el Sinchi (2014) los hábitos de consumo y dieta diaria están comprendidos por alrededor de 61 productos locales. El producto más demando o consumido es la yuca con el 80%, seguido del plátano con el 75%, la fariña con el 65%, piña con el 50%, casabe con el 45%, ñame con el 30%. Son 29 clases de productos los más comprados en las tiendas y el que tiene mayor demanda es el arroz con un 75%.

[45] En el pasado han existido intentos por parte de CIMTAR y ASOAINTAM, el primero inició una tienda comunitaria que compraba productos a las comunidades y los revendían en un espacio ubicado en su misma sede. ASOAINTAM lo intentó con los fondos rotatorios, prestando dinero a los productores que tenían que pagar en producto, y la asociación se encargaba de venderlos. Estas iniciativas no prosperaron porque las asociaciones terminaba asumiendo el riesgo de la comercialización, y muchas veces perdían la inversión.

[46] Para los productos que se comercializan en mercados externos, como las pulpas de frutas y los aceites, esta lógica de centralizar la compra por parte de las asociaciones es la más operativa pues de alguna manera la inversión y el trabajo de transformación recae sobre las asociaciones, y el mercadeo, con clientes previamente establecidos, obedece a unas reglas muy diferentes.

[47] Algunas ideas que han surgido es la de "mercado indígena" y "mercado de abundancia".

[48] La economía verde es una aplicación de la economía neoclásica al manejo de los recursos naturales y los impactos generados por los seres humanos, que asigna valores económicos y precios a los recursos naturales, con el fin de que los daños y los impactos ambientales sean asumidos por los causantes como una aplicación del principio "el que contamina paga", trabaja con flujos monetarios y financieros y asume el planeta como un sistema cerrado.

[49] La economía ecológica es un campo de investigación transdiciplinario que critica la visón de la Economía Ambiental o Economía Verde, trabaja con flujos de materia y energía y considera el planeta como un sistema abierto al ingreso de energía.

[50] "Algunos tarapaqueños saben que Leticia es un lugar visitado por turistas nacionales y extranjeros y demuestran interés por abrir esta actividad en el corregimiento. Por medio de ellos se podrían hacer planes de turismo que incluyen a lo aborigen y salvaje como parte del atractivo. El factor del turismo es muy importante de analizar porque está asociado a las manifestaciones folklóricas de lo indígena. Un análisis posestructuralista de la manera como estas ferias moldean la identidad indígena y la idea sobre los conocimientos tradicionales, podría dar un punto de comparación con respecto a otras regiones donde la afluencia de turistas es masiva. Surge la pregunta, si este camino hacia la exotización de lo indígena y lo salvaje es un camino inevitable en la evolución de las ferias, sobre todo cuando se diseñan en función de cadenas comerciales y agencias de turismo". Diario de Campo. Tarapacá. 2015

[51] Aquí el término regímenes de valor lo tomamos como aparatos ideológicos que naturalizan ideas, realidades, deseos y expectativas.

[52] Por ejemplo; las políticas alimentarias que se promueven desde instituciones como el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF en la Amazonia colombiana favorecen una "dieta abundante en sardinas enlatadas, lentejas, arroz, frijoles, leche de caja (con mucha azúcar) y bienestarina para los bebés". Diario de Campo. Tarapacá. 2015.

[53] Lugar donde se hace el mambe, polvo de coca y hoja de yarumo.

[54] Mezcla de tabaco y sal de corteza de árbol.

[55] Conversatorio ASOAINTAM. Tarapacá 2015.

[56] Reunión coordinación de mujeres ASOAINTAM. Tarapacá 2015.