

Economía campesina y espacios de control desde el estudio de las ferias de una región

Equipo CCAIJO(*)
Andahuaylillas

NOS HEMOS INTERESADO en el estudio de este tema porque, formando parte de un equipo de educación de adultos, la necesidad de conocer mejor el amplio y complejo mundo campesino, su proceso de producción, su vida cotidiana y los mecanismos para enfrentar su subsistencia, es una tarea que se nos impone cada día. Y, dentro de ella, el momento del intercambio nos resultaba un aspecto fundamental para aportar algunas reflexiones acerca de la economía campesina.

En el intercambio, el campesino no expresa solamente relaciones económicas, sino también sociales. Y para acercarnos a ese mundo, privilegiamos una modalidad de intercambio: las ferias. Estas se caracterizan, fundamentalmente, por relacionar a campesinos entre sí, de puntos geográficos distantes, en distintos momentos de su actividad agrícola y para propósitos determinados de su producción o consumo.

Abordamos el estudio de las ferias anuales, instancias de en-

(*) Centro de capacitación campesina, ubicado en el distrito de Andahuaylillas, provincia de Quispicanchi, Cusco.

cuentro económico, social y religioso del campesinado de la región, desde dos aspectos. El primero, la vinculación de las ferias —el tipo de productos que involucran, así como su oportunidad y periodicidad—, con la dinámica productiva campesina, sus requerimientos y su calendario agrícola. El segundo, los niveles de integración de un espacio regional campesino que, si bien trasciende el hecho de las ferias, encuentra en ellas una palpable concreción. Este segundo aspecto, queremos resaltarlo, intenta aportar elementos de comprensión de la dinámica campesina comunal más allá de los límites de la parcela o el ámbito comunal, que rompen con el localismo que guía muchos estudios de la comunidad.

Ante todo, reconocemos que las ferias analizadas en el presente artículo son tres ferias de indudable importancia en la región. No son, sin embargo, las únicas e incluso hay otras —la feria de Tiobamba en Maras, provincia de Urubamba, por ejemplo— que tienen mayor relevancia económica y son integradoras de muy amplios espacios. Si seleccionamos estas tres es por la importancia que tienen para el campesinado de nuestra zona de trabajo, lo que nos permitió un seguimiento más cercano.

Las tres ferias estudiadas, como la mayoría —si no la totalidad— de las ferias del sur andino, están vinculadas a festividades religiosas y, durante los días que siguen a la fiesta, se realizan junto a santuarios que se encuentran en la Hoya del Vilcanota y Valle Sagrado de los Incas; todas ellas sobre el piso del valle. Anotamos desde el inicio, porque no lo desarrollaremos en el artículo, que diversas evidencias hacen pensar que estos santuarios cristianos, —como otros—, coinciden con lugares donde se realizaron ceremonias religiosas que se remontan al período pre-hispánico.

Otra precisión es que entendemos que las ferias no son el ámbito prioritario de los intercambios campesinos; en cuanto volúmenes de transacciones mercantiles, resultan probablemente poco relevantes para la circulación de mercancías regionales. Cumplen, sin embargo, funciones específicas que son indicativas de la lógica económica campesina y de su integración regional.

Anotamos, finalmente, —y esto sí será motivo de esta exposición— que, si bien en las tres ferias encontramos diversos productos de intercambio, cada una de ellas está caracterizada, dominada, digamos, por una mercancía en particular. Así, este artículo trata tanto de las ferias de Urcos, Oropesa y Huanca, como de las

funciones y momentos de la circulación de las herramientas, las cerámicas y el maíz.

LA OBSERVACION DE LAS FERIAS

1. La feria de Urcos. 2 de febrero.

Cronológicamente, la primera de las ferias según nuestro calendario comienza el 2 de febrero de cada año y se realiza en la plaza de Urcos¹, cercana a la capilla de la Virgen de Kaninkunka y con motivo de la festividad de la Candelaria. La imagen de la Virgen se encuentra pintada en la pared de una roca.

La realización de la feria en el mismo pueblo de Urcos es relativamente reciente. Anteriormente se llevaba a cabo en torno a la misma capilla, que pertenece al vecino distrito de Huaró. Cuando Huaró se independizó como distrito, Urcos, capital de provincia, en litigio con su anexo, se apropió definitivamente la feria.

A esta feria asisten los campesinos de la zona llevando productos bastante particulares, propios del momento en que la feria se realiza, el mes de febrero. Unos son productos que sólo se consiguen en ese momento en los valles de la región: choclo (maíz fresco, que sólo se encuentra en los meses de diciembre a febrero, pues lo principal de la cosecha de maíz se comercializa seco a lo largo del año), la papa maway, las frutas y ciertas verduras. Los dos últimos, frutas y estas verduras, después de los meses del verano sólo se consiguen por importación de fuera de la región o de sus áreas subtropicales. Otros productos son los últimos stocks de la cosecha anterior, como el maíz seco, que normalmente ya escasea en estos meses hasta la próxima cosecha.

En la feria se ofertan y se adquieren sobre todo bienes para la producción y algunos bienes o artículos para eventos socio culturales (ropa nueva, trago, altoparlantes . . .) o para el equipamiento de la vivienda (muebles o incluso artefactos eléctricos).

La observación en los días de feria nos permitió recoger los datos del Cuadro No. 1.

Aunque los puestos de ropa industrial eran los más numerosos, no fueron los que más interés despertaron. Más movimiento demostraron los de tejido artesanal, herramientas, cerámica y artefactos eléctricos. Inclusive los de hierbas medicinales, a pesar de su reducido número. Casi todos los campesinos que acudían a la

Cuadro No. 1

Puestos y procedencia de vendedores en la feria de Urcos
(año de observación: 1982-1983)

Artículos	No. de puestos	Procedencia
Tejido artesanal	61	Ccatcca, Espinar
Ropa industrial	85	Juliaca, Arequipa, Cusco
Cerámica	78	Pucará, Tinta
Vajilla industrial	39	Juliaca
Herramientas	50	Sicuani, Combapata, Arequipa
Artefactos eléctricos	7	Juliaca
Hierbas medicinales	5	Espinar, Sicuani
Otros	15	

feria compraban alguna herramienta.

Solamente en los puestos de cerámica se realizaba permanentemente trueque y con el sistema tradicional: una olla de barro por su contenido de maíz ó chuño, o dos medidas de papa. En los demás artículos, a veces se cambiaba por productos, pero estableciendo previamente el precio en soles y haciendo la equivalencia. Los puestos de tejido artesanal y ropa realizaron sus ventas habitualmente por dinero.

Los vendedores de herramientas, tejidos y cerámica expresamente informaron que suelen acudir a las otras ferias de la región

Una primera reflexión sobre la observación de esta feria a nivel de los productos que se ofertan (es decir, los que son traídos de fuera de la zona), es que parece estar vinculada a la *preparación* de las actividades productivas y reproductivas que realizarán los campesinos a lo largo del año. Es interesante constatar la presencia —exclusiva en esta feria— de puestos de coca y alcohol, vinculados a la concertación de “ayni” (ayuda) para las grandes labores agrícolas (siembra y cosecha); de “insumos” campesinos vinculados a los rituales agrícolas; de herramientas artesanales (son éstas las que predominan y no las de la industria extrarregional) adecuadas a la tecnología de la zona; de tintes para la actividad artesanal y de sogas confeccionadas manualmente para la ganadería. Es también resaltable la presencia de productos de carpintería y mecánica artesanal (puertas y ventanas) destinados a la construcción de la vivienda.

Esto nos lleva a levantar como hipótesis que la feria de Urcos (una de las poquísimas de la región que se realizan en el verano), es una feria orientada a la inversión (en términos campesinos) para la producción y reproducción a lo largo del año agrícola; inversión que se hace posible a partir de productos estacionales altamente valorizados (por ser escasos e imposibles de conseguir en otro momento del año), de reservas de la cosecha anterior no necesarias ya y, probablemente, del dinero obtenido por la venta de fuerza de trabajo en los meses de escasas labores agrícolas, que preceden a la realización de la feria.

La feria se lleva a cabo en un momento en que el trabajo en las chacras no es muy intenso. Dentro de dos meses comenzará la cosecha.

2. La feria de Oropesa. 15 de agosto.

En las afueras del pueblo de Oropesa², cada 15 de agosto se organiza la feria con motivo de la festividad de la Asunción. Hay una capilla en la explanada ferial dedicada a esa advocación, en cuyo altar se venera un cuadro de la Virgen. El emplazamiento de la capilla no es muy antiguo; hace unos veinte años todavía la capilla se encontraba junto al paso de la línea férrea y la carretera Cusco-Puno. A raíz de una fuerte inundación en la zona, la capilla fue trasladada.

Al llegar a la feria, llama la atención la afluencia mayoritaria de

Cuadro No. 2

Puestos y procedencia de vendedores en la feria de Oropesa (año de observación: 1982-1983)

Artículos	No. de puestos	Procedencia
Cerámica	120	Pucará, Tirapata, Santiago de Pupuja, Calapuja (Puno) Raqchi, Tinta (Cusco)
Ccañihua	12	Santa Rosa (Puno)
Ropa industrial	8	Cusco
Herramientas	4	Sicuni, San Pedro (Cusco)
Comidas	14	

vendedores de cerámica de uso doméstico, provenientes en su mayor parte del departamento de Puno. Cada vendedor que asiste a la feria trae a ella unos seis o siete fardos de cerámica.

La conformación de la feria tiene características muy peculiares.

Aparte de estos, a lo largo de los días de la feria van llegando a ella vendedores de productos agrícolas que, de manera informal, participan en ella durante algunas horas, mientras acaban de vender su mercadería. Es difícil determinar su número por lo inestable de su afluencia. En todo caso, no permanecen a lo largo de los días ni tampoco es de gran volumen la cantidad que llevan. Los productos que traen son maíz, moraya, cebada y poca cantidad de papas. Nos pareció que no se ajustaban al estilo tradicional de la feria y por tanto no pertenecía a ella propiamente.

Los campesinos que vienen a la feria para adquirir artículos traen a ella los productos obtenidos en la cosecha que han terminado hace un par de meses, pero en cantidad suficiente como para no dejar vacío su almacén doméstico.

Llegan a los puestos de alfareros y realizan el intercambio bajo el sistema de trueque. Apenas se conoce el uso del dinero, salvo en el caso de los puestos de ropa y comida. En esta feria, la mayoría de los participantes prefieren el producto a la plata.

Esta feria se produce en un momento de abundancia de granos (maíz, cebada, . . .) en la zona. La feria, así, parece estar definida, en lo que a estacionalidad se refiere, por la demanda de granos en las zonas altas que no los producen y de donde proceden los oferentes de la mercadería principal, la cerámica. Son los puneños los que dominan la feria con sus puestos de cerámica; nótese, en primer lugar, el notable incremento de los puestos de este producto respecto a la feria de Urcos y la mayor diversidad de lugares de procedencia (ver cuadros 1 y 2).

Por otro lado, si bien es cierto que la cerámica está tradicionalmente vinculada a un intercambio a través del trueque, es de todos modos resaltable el hecho de que prácticamente toda la cerámica se cambia por este medio; es decir, los alfareros-comerciantes no buscan dinero; buscan granos.

La feria de Oropesa es un lugar de encuentro de dos zonas claramente diferenciadas: el valle y el altiplano, a través de sus producciones especializadas: los granos y la cerámica.

Como nos resultaba fácil conocer los precios de los artículos

de cerámica, llegamos a establecer unas equivalencias en el sistema de trueque:

Cuadro No. 3

Equivalencias en el trueque. Feria de Oropesa (año de observación: 1983)

Artículo de arcilla	Valor	Producto agrícola	Valor aprox.
Una olla de barro	S/. 200.—	4 mazorcas de maíz	S/. 300.—
Una olla de barro	S/. 400.—	6 mazorcas de maíz	S/. 600.—
Una olla de barro	S/. 500.—	3/4 de su contenido de chuño 1/2 de trigo, habas, cebada o maíz	S/. 900.—
Artículo vidriado		Su capacidad en habas, cebada, chuño o el do- ble de maíz.	

Se percibe a simple vista una aparente desproporción en los términos de intercambio que va en perjuicio de los vendedores de los productos agrícolas.

Los vendedores de cerámica nos contaron que habitualmente acuden a esta feria y que tienen clientes muy fijos. La mayor parte se vende en la feria; algunos años, varios vendedores habían liquidado su mercadería ya el día 16. Si quedara algo sin vender después de la feria, lo ofrecen en las comunidades más cercanas a cambio de productos del campo. Sólo en último lugar, lo sobrante lo venderán a comerciantes de Cusco antes de hacerlo regresar a sus lugares de origen. Los circuitos de la cerámica, en esta feria, están por lo tanto bien definidos.

Para los campesinos de la zona, la feria es la ocasión de abastecer a la familia de los utensilios domésticos que tienen que ver, en parte, también, con el ciclo agrícola. Dentro de pocos días se iniciarán los trabajos de siembra y las mujeres necesitan reponer sus enseres para preparar las meriendas y el picante.

3. La feria de Huanca. 14 de setiembre.

La feria se celebra en la explanada del pueblo de San Salvador³, junto a la carretera que recorre el Valle Sagrado. En las laderas de los cerros circundantes se encuentra el santuario del Señor de Huanca, cuya fiesta tiene lugar el día 14 de setiembre. En él se venera una imagen de Cristo flagelado pintada en la pared de una roca.

Lo agropecuario es el elemento dinamizador de esta fecha, que está marcada por la oferta de la producción del valle, especialmente del maíz, que alcanza en esta fecha su precio fijo y definitivo: es difícil encontrar una variación en los precios de ese producto a partir de este momento. Ahora ya, los campesinos deciden acerca de la cantidad de maíz que habían estado guardando hasta esperar mejores precios y que tampoco necesitarán ya hasta sacar la próxima cosecha, siete meses después.

El predominio de la producción agrícola en la feria se puede observar en el siguiente cuadro-resumen que hicimos agrupando los productos.

Cuadro No. 4

Porcentaje de puestos según grupos de productos en Huanca (año de observación: 1982-1983)

Grupos de productos	Porcentaje
Productos industriales	13 o/o
Productos artesanales	33 o/o
Productos agropecuarios	42 o/o
Carpas de comidas	12 o/o
	100 o/o

Ciertamente es la feria más concurrida de las tres y la que mayor número de puestos congrega. También en ella encontramos mayores niveles de monetarización en el intercambio y una estructura de mercantilización más compleja.

En esta feria aparece pasivamente un grupo de intermediarios y revendedores; éstos, los días previos, recorren incluso las comuni-

dades vecinas acopiando productos. Sucede entonces que, en el segundo día de feria, el día central, los precios habían subido considerablemente: en el caso del maíz, hasta en un 220/o.

Igualmente, es la que integra un mayor número de centros de producción y por lo tanto abarca un mayor espacio de influencia. Sin embargo, a partir de la composición de la feria, queda muy definido el peso que adquiere el Valle Sagrado, como su estructura básica, tanto por el predominio del maíz dentro de ella —producto clave en las relaciones de intercambio—, como por la afluencia mayoritaria de los centros poblados del Valle.

El maíz, claramente, fue el producto que concentró más movimiento. Los campesinos venden su producción y en seguida realizan las compras en la misma feria. El dinero obtenido en la venta se queda en la feria y no sale de ella. Para los campesinos es un momento de abastecimiento, con la compra diversificada de todo tipo de productos y artículos, y a partir de su producto principal: el maíz. Es producto propio y típico del Valle Sagrado y el que relaciona a los productores de la zona al conjunto de la sociedad.

Cuadro No. 5

Puestos y procedencia de vendedores en la feria de Huanca (año de observación: 1982)

Artículo	No. de puestos	Procedencia
Maíz	98	Urubamba, Yucay, Calca, Pisac
Chuño, moraya	21	Maras, Chinchero, Paucartambo
Cebada, habas		Partes altas del Valle
Ccañihua	15	Puno
Animales de carga	18	Chumbivilcas
Cerámica	79	Azángaro, Pucará, Santiago de Pupuja
Tejido artesanal	15	Lampa, Espinar
Ojotas	13	Sicuani, Cusco
Herramientas	12	San Pablo, Sicuani
Ropa industrial	29	Juliaca, Cusco, Arequipa
Vajilla industrial	15	Cusco, Juliaca, Puno
Artef. eléctricos	2	Juliaca, Arequipa
Calzado	2	Arequipa
Comida	46	

Es la feria del maíz, definida por la producción del valle. La dinámica parte de los productores agrícolas. Esto no quiere decir que, necesariamente, los productores venden la mayor parte de su maíz. La feria parece ser más bien la compulsa definitiva de vendedores y compradores que permite a ambos conocer las condiciones de producción regional y de demanda del producto en ese año. Ahí se sabrá si hubo sobreproducción, en cuyo caso los precios serán bajos, o lo contrario. Es por ello que, tradicionalmente, se ha considerado a Huanca como la feria que fija el precio del maíz para el año, en la región, hasta la próxima cosecha.

Es una feria, pues, marcada por la oferta de la producción de valle, en un momento en que no se cuenta con un volumen fuerte de productos, a excepción del maíz, y cuando los campesinos de la zona recién terminan las labores de siembra.

NUESTRA INTERPRETACION DE LAS FERIAS

Productores y ciclo agrícola.

No son las ferias el mejor reflejo del ritmo permanente de adquisición que impone el proceso creciente de conversión de los productos campesinos en mercancías, desde el desarrollo del capital comercial y la profundización del mercado en las zonas andinas. Por ello, las ferias no son el lugar de destino prioritario de las mercancías campesinas. Son otros los canales de intercambio masivo de los productos agrícolas: el trato directo de comerciantes-transportistas-prestamistas en la misma chacra luego de la cosecha y los mercados semanales de los pueblos de la región, canales donde el intercambio es siempre mediado por dinero, útil para obtener los productos de consumo cotidiano (alimentos industriales o de otras zonas: sal, velas, kerosene, fósforos, etc.).

Es, por ejemplo, resaltable el hecho de que la papa (con excepción de la "maway" —o papa temprana— y del chuño y la moraya), cuya producción es muy importante en la zona, no sea motivo de intercambio en las ferias (probablemente porque su mercado es nacional y no regional, tema sobre el que volveremos más adelante) y sus canales de comercialización son los señalados.

Las ferias parecen ser los espacios de intercambio de ciertas mercancías regionales (insumos o productos de consumo directo)

FERIA	URCOS	OROPESA	HUANCA
Fecha	2 de febrero La Candelaria	15 de agosto La Asunción	14 de setiembre Señor de Huanca
Relación al calendario agrícola	Hay poco trabajo en la chacra y aún no se han cosechado los productos principales. Se tienen algunos productos iniciales y secundarios. Se preparan las grandes labores.	Es el momento de la siembra del maíz y barbecho para la papa. Se cosecha la cebada y en algunas partes las habas.	La siembra ha terminado a comienzos del mes y se considera un intervalo de descanso antes de los primeros aporques.
Qué obtienen los campesinos	Herramientas Insumos para el t'inka de los animales, el pago a la tierra y faneas familiares. Ropa y tejidos. Bienes para el equipamiento de la vivienda. Artefactos eléctricos.	Cerámica para uso doméstico y para ritos culturales.	Productos artesanales: tejidos, sogas, costales, herramientas. Vajilla y cerámica Ropas de fábrica Objetos religiosos Animales de carga.
Qué aportan los campesinos	Ultimos productos de la cosecha anterior. Algunos productos nuevos y secundarios.	Ch'uño y moraya Cereales Algo de maíz.	Maíz.
De dónde proceden los compradores	De la provincia de Quispicanchi	De las comunidades campesinas del Valle desde Huaqarpay hasta Saylla.	Del Valle Sagrado
De dónde proceden los vendedores	<i>Puno</i> : Pucará, Calapuja, Santiago de Pupuja, Azángaro, Santa Rosa. <i>Cusco</i> : Tinta, Raqchi, Sicuani Cusco, Paruro, Acomayo. <i>Arequipa</i> .	<i>Puno</i> : Pucará, Tirapata, Santiago de Pupuja, Angostura, Calapuja, Azángaro, Melgar, Lampa. <i>Cusco</i> : Sicuani, Cusco.	<i>Puno</i> : Juliaca, Azángaro, Lampa. <i>Cusco</i> : Canchis, Paucartambo, Cusco. <i>Arequipa</i> .

y evidencian una organizada distribución de la venta de productos en relación al calendario agrícola por parte de los campesinos. Si bien no expresan el ritmo de mercantilización impuesto por el desarrollo del comercio en la región, sí expresan —o se adecúan a— ciertos ritmos de la economía campesina.

Las tres ferias acontecen en el período de siete meses. Se organizan fuera de los tiempos de intensas labores agrícolas y, sobre todo, ninguna tiene lugar al finalizar la cosecha de los diferentes productos. Abarcan un espacio que va, desde la preparación de las grandes labores, hasta la finalización de los trabajos de siembra, que llegan aproximadamente hasta quince días antes de la feria de Huanca. Parece que estos eventos comerciales evidencian una cierta distancia entre tiempos de producción y tiempos de intercambio.

Las tres ferias cubren tres momentos importantes en el proceso productivo y reproductivo de la familia campesina de la zona quechua*.

La feria de Urcos está asociada al momento de preparación de las grandes labores agrícolas del año (y a otras tareas productivas, como la artesanía) mediante la adquisición de herramientas, artículos de uso cultural para los ritos de la tierra y celebraciones sociales y rituales tendentes a reproducir las condiciones de reciprocidad y ayuda mutua.

La feria de Oropesa, feria de cerámica para los campesinos del valle y feria de cereales para los campesinos y artesanos de las provincias altas y el altiplano, parece vinculada a la inversión de la familia campesina para el abastecimiento de utensilios domésticos en momentos en que dispone de una buena cantidad de granos; estos utensilios son de uso cotidiano doméstico, pero también están destinados a mantener las relaciones de reciprocidad sobre las que es posible realizar el trabajo en el campo (cántaros para chicha, ollas de barro).

Con la feria de Huanca, el campesino completa sus inversiones del año, adquiriendo artículos de uso personal o para la vivienda,

(*) Un análisis semejante sobre la vinculación de estas ferias con las economías campesinas de las zonas altas, que aportan sus productos en ellas, sería muy importante y aportaría elementos para un análisis más claro del sustento de estos intercambios regionales.

a fin de reponer los bienes deteriorados por el uso o, de ser posible, mejorar sus niveles de vida (e incluso de producción: en esta feria llegan a ofertarse animales de carga).

Vinculadas a requerimientos de consumo, productivo o reproductivo, las ferias aparecen relacionadas también a la producción. Evidencian, al mismo tiempo que funciones que cumplen ciertos productos, asociados a la lógica de diversificación andina de cultivos, una adecuada distribución a lo largo del año del volumen total producido. En esta posibilidad de distribuir a lo largo del año el total de la producción, juegan un papel de primer orden los productos deshidratados con técnicas andinas y susceptibles de ser almacenados, como el maíz y el chuño; no debe entonces llamar la atención el hecho de que sean estos productos —y no la papa, cuyo tiempo de almacenamiento es muy limitado—, los que se intercambian de manera significativa en las ferias.

No es un solo mercado, ni un solo canal de intercambio, el que recibe toda la producción —múltiple, por lo demás— campesina: la producción anual debe permitir, además de un nivel de autoconsumo, el abastecimiento a lo largo de un año de productos de consumo cotidiano no producidos por los campesinos y de niveles de inversión, aun cuando ésta se reduzca a la reposición de bienes de consumo duradero, de herramientas agrícolas, o a la adquisición de productos necesarios para mantener las relaciones tradicionales de intercambio de trabajo, —a su manera, una forma de inversión en salario—.

En lo que a las ferias se refiere, la primera, la de Urcos, está asociada a productos que sólo se consiguen en ese momento del año (productos frescos como hortalizas, frutas y choclos) y a los últimos “stocks” de granos de la cosecha anterior; ambos, altamente valorizados. En la feria de Oropesa, aparecen los productos más importantes de los campesinos recién aptos para su venta; es el tiempo de abundancia de cereales. Huanca, el gran mercado del maíz, que “fija su precio para el año”, recibe un maíz que ha esperado almacenado en la vivienda campesina la nivelación regional de su precio. Siendo un importante mercado al que acuden grandes compradores de las provincias altas y —particularmente— del altiplano, el maíz que se coloque en la feria se considerará siempre bien vendido.

Las ferias, pues, evidencian, por su lado, junto con ritmos campesinos de demanda y de oferta, una estrategia campesina que

vincula directamente producción y consumo y se adecúan a ella. Como decíamos, en ningún caso se lleva a la feria el volumen total de la producción y la cantidad ofertada es la requerida para hacer el trueque u obtener el dinero necesario para las compras previstas. Hemos observado que, en algunas oportunidades, los campesinos regresaban a sus casas con parte de los productos llevados a la feria por haber ya satisfecho con lo que vendieron, las expectativas de compra.

Producción y consumo.

Es claro que las necesidades de consumo a satisfacer para la vida familiar y su trabajo productivo son las que marcan el estilo y las características de las ferias estudiadas.

La familia campesina, en cuanto unidad de producción y consumo, es el actor principal en el espacio de las ferias. Pero las familias entran a las ferias ofertando su producción y sus bienes y encuentran en ellas productores de otras zonas que ofrecen una producción adecuada a un medio ambiente diferente y a partir de recursos propios (ganado) o técnicas especializadas (herramientas, cerámica, textilería).

El resultado es una relación entre productores más que entre comerciantes. Todos entregan lo que han producido a fin de obtener lo necesario para seguir produciendo y reproduciéndose. El conjunto de operaciones hechas en el ámbito ferial nos hizo entender que el dinero no es lo que cuenta ni lo que domina, sino los productos.

Es el comportamiento de una economía campesina que cuenta ante todo con una producción de escaso peso en la estructura productiva y mercantil del país, pero que ofrece la posibilidad de acceder a la adquisición de bienes en el espacio de una región y, por tanto, bienes que por un lado responden a la misma lógica de producción —lo que permite un cierto equilibrio en el intercambio—, y, por otro lado, bienes que tienen una relación muy directa con el proceso productivo.

Hicimos el seguimiento de varias personas en una feria y presentamos, como simple ejemplo, las operaciones realizadas por un matrimonio que llegó de las alturas del Valle del Vilcanota. Estos datos corresponden a nuestra observación del año 82 en la feria de Urcos.

Su primera visita fue a un puesto de herramientas donde preguntaron los precios de palas, picos, rejas y una carretilla. No hicieron ninguna compra y pasaron a un puesto de cerámica donde, después de interesarse en varios objetos, cambiaron una olla de 700 soles y otra de 400 por $3/4$ del contenido de ch'uño, aproximadamente un total de seis libras.

Posteriormente, se acercaron a un puesto de herramientas distinto del anterior y en él compraron una lampa y dos picos de diferente tamaño, pagándolo con media arroba de maíz, aproximadamente, y algunas papas maway. Han adquirido a continuación algunos objetos para el despacho a la tierra, entregando a cambio algunas papas y han comprado con dinero tres botellas de alcohol. También han intercambiado por habas y papas un atado de cebolla y otras verduras.

Después de observar un puesto de artefactos eléctricos donde no compraron nada, han cambiado dos costales por la tercera parte del contenido de maíz amarillo. Compraron con dinero algunas hierbas medicinales y terminaron sirviéndose chicha en uno de los puestos.

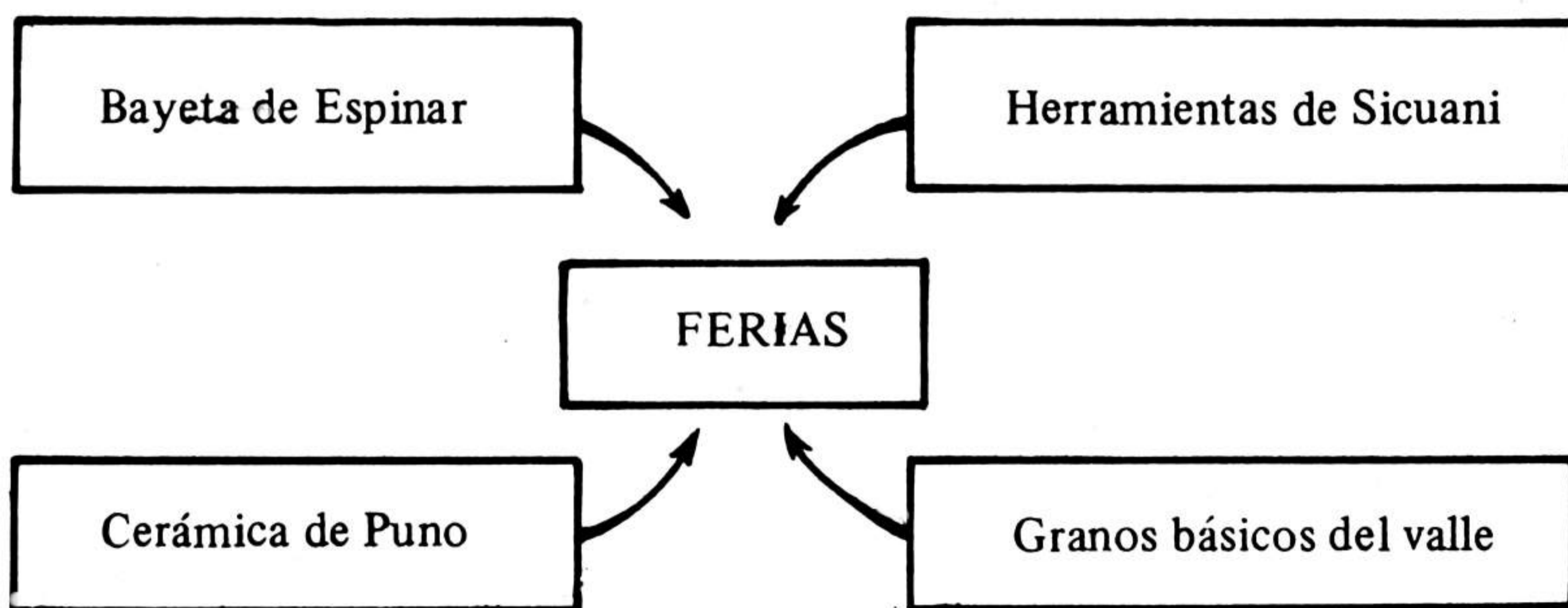
Aproximadamente el 80o/o del valor de su "compra" lo representan bienes directamente relacionados a la actividad productiva. Y habían ofertado en su "venta" hasta cuatro productos propios diferentes.

Indudablemente, lo que dominó en la relación de intercambio no fue el dinero sino el producto; aunque el trueque directo se da básicamente en la cerámica y en los otros artículos, es normal establecer previamente su valor en soles. La relación dio cuenta de un encuentro de productores. Los que vienen de fuera traen sus productos y los que viven en la zona llevan productos; son productores que intercambian.

Ferias, campesinado y región.

La presencia importante en las ferias de productos de consumo regional —como el maíz amarillo seco, o el chuño y la moraya— más que nacional; la complementariedad de producciones y ritmos de zonas ecológicamente diferenciadas; la oferta de productos artesanales vinculados a la forma específica de producción del campesinado de la región (herramientas manuales artesanales), a

su tipo de consumo (bayetas y cerámica) y a su reproducción cultural; la adecuación del calendario de ferias a ciertos ritmos de oferta y de demanda del campesinado de la región y a su calendario agrícola; la presencia del trueque como modalidad principal de intercambio; son expresiones de integración regional campesina, con lo que ello supone de especialización productiva, complementariedad y división del trabajo, sustentos de un intercambio que vincula un amplio espacio. Los cuatro productos más resaltantes que encontramos en las tres ferias, están asociados a determinadas zonas de un espacio continuo y de altitudes diferenciadas.



Desde las ferias descubrimos una esfera de encuentro económico, de encuentro social y de encuentro cultural también, que pone en relación a productores del Valle con productores de las punas, encuentro sustentado en especializaciones productivas que tienen a la base una fuerte diferenciación ecológica sobre la que —es importante resaltarlo—, se han desarrollado técnicas de transformación artesanal adecuadas a los requerimientos de esa región. Encuentro que, si bien tiene sus equivalencias de intercambio “tradicional”, está sujeto a márgenes de negociación (“regateo”) dependientes de la escasez o abundancia de los productos en la región.

La pregunta que surge es si esta integración regional campesina, producto de una especialización productiva y resultado de sus propios requerimientos productivos y de consumo, apunta al desarrollo autocentrado de un mercado interno o a su disolución por la creciente presión del mercado nacional, de un capital co-

mercantil parasitario y depredador y de la demanda de las grandes agroindustrias. ¿Mercado interno en formación o mercado interno abortado? Es claro que para ello, ciertamente, el conjunto de productos ofertados en las ferias no dan cuenta del funcionamiento global del comercio en la región indudablemente es necesario considerar los mercados locales semanales y los tratos directos con comerciantes.

Por lo tanto, el estudio de las ferias en sí no da respuesta a estos interrogantes. Sí queda claro, nos parece, que aunque existen otros muchos espacios (los integrados por las migraciones estacionales, los integrados por santuarios, por una lengua común, etc. . . .) las ferias son una evidencia clara de un espacio campesino integrado, que debiera ser - por lo menos— considerado en futuras planificaciones regionales.

NOTAS

¹ Urcos, capital de la provincia de Quispicanchi, Cusco.

² Capital de distrito en la provincia de Quispicanchi, Cusco.

³ Ubicado en el distrito de Pisac de la provincia de Calca, Cusco.