

La Fiesta Nacional de la Yerba Mate, ¿festival cargado de valor simbólico o producto de las industrias culturales?

Monografía de grado.

Departamento de Turismo, FHyCS- UNaM.

Directora: Lic. Diana Farías

Aprobada el 18 de diciembre de 2014

Autora: Florencia Banacor Tuzinkievicz
Lic. en Turismo FHyCS - UNaM

Bajo el título de esta investigación se intentó dilucidar si la Fiesta Nacional de la Yerba Mate, principal festividad de la ciudad de Apóstoles, es representativa de la comunidad local, vinculada a la actividad yerbatera, o se ha transformado en un acontecimiento programado que puede contribuir a contrarrestar los ciclos de estacionalidad turística del destino Misiones, relegando el valor cultural que la propiciara. Debido a los cambios que ha sufrido dicho evento a lo largo de los años, surgen los motivos para llevar a cabo esta investigación:

La actividad turística se nutre de un conjunto de bienes que se caracterizan por promover el interés de la demanda. Muchos de éstos son de naturaleza intangible y se encuentran dotados del valor simbólico de ser reconocidos como parte ineluctable de la identidad de un pueblo. Dentro de estas expresiones culturales, las fiestas o celebraciones ocupan un lugar de preferencia puesto que, al interior de las mismas, convergen un conjunto de pautas procedentes del devenir cotidiano de la comunidad. Por cuanto se podría decir que, formulan la síntesis de “lo compartido”, de “lo reconocido como propio”, de “aquello que provee de certezas frente a lo desconocido” y, por sobre todo, “aquello que permite realizar un alto en la rutina para romper con el orden establecido y agobiante de las presiones que superan y no dan respuestas a las necesidades”. Los individuos que conforman una comunidad establecen códigos de referencia y de pertenencia alrededor de la identidad. Sin embargo, por la significatividad que encierran, el mercado las observa con el interés



de captarlas para ser incorporadas a los canales de comercialización turística que, en busca de fortalecer el nivel de estadía, las pretende incorporar como complemento de los recursos principales de los destinos institucionalizados. Cuando se desencadenan situaciones como la descrita, la base identitaria es puesta en tensión y con ello, la propia sociedad local puede llegar a fracturarse. Aquellos más conservadores ven en estos cambios la alteración de las normas consuetudinarias que los rigen; otros entienden que se trata, simplemente, de evolucionar como símbolo de progreso. (Banacor Tuzinkiewicz, 2014: 9)

Con esta investigación se buscó conocer, primeramente, si con las transformaciones que se fueron dando, el sentido con el que se originó la fiesta sigue siendo el mismo o si ha cambiado; como así también los agentes que intervinieron en dichas transformaciones y cómo influyeron en las mismas. Este trabajo se propuso analizar también si, por diversos factores, hoy en día el productor (principalmente el pequeño) se siente homenajeado e identificado con dicha fiesta o si simplemente pasó a ser un evento considerado como un producto turístico del lugar, desprovisto de contenido simbólico para la comunidad local. A partir de este planteo, se formuló la pregunta principal de la investigación: *¿A qué responden los cambios operados sobre la génesis de la Fiesta de la Yerba Mate?*

Las fiestas populares son acontecimientos cargados de valor simbólico que definen la historia, la cultura y, por lo tanto, la identidad de un lugar. Dichas fiestas son transmitidas por tradición, tienen permanencia y evolucionan en el tiempo, y la sociedad que la celebra la dota de significados; siempre se trata de valores, memoria e historia local. Es por este motivo que muchas festividades populares son consideradas importantes patrimonios culturales para las localidades en donde se llevan a cabo. En los últimos años, se ha podido identificar que las fiestas populares se convirtieron en un motor para la economía debido a que en muchas ocasiones estas actividades se realizan en un marco de espectáculos, exposiciones, ferias artesanales, entre otros. En Argentina, las fiestas

populares se han transformado en un atractivo turístico, con notable presencia en la mayoría de las localidades del país y contribuyendo en muchos casos a contrarrestar la estacionalidad de los destinos. Por lo general, las fechas se adaptan a cuestiones que las superan externamente, en lo que comúnmente se conoce como calendario turístico. Dentro de estas fiestas populares se encuentra la Fiesta Nacional de la Yerba Mate, caracterizada por ser una fiesta en la cual se quiere homenajear la producción de la yerba mate y reconocida tanto nacional como internacionalmente. Sin embargo, ya en otras provincias se llevan a cabo festivales similares que tienen como protagonista al mate.

Es justamente aquí donde radica el interés de la investigación, que avanza –entre otras cosas– sobre una aproximación teórica que permita intentar explicar si los cambios operados sobre la génesis de la misma obedecen a cuestiones sentidas por las formas intrínsecas que le dieron origen, o, en realidad, responden a estrategias del mercado, el cual ha advertido las posibilidades de absorber un segmento de la demanda. Así, las industrias invisibles del marketing comienzan a operar, alterando en muchos casos el sentido original. Esto no sería otra cosa que un proceso de resignificación simbólica (GarcíaCanclini, 1995) o de banalización cultural (Ballart, 1997), puesto que abandonaría el plano de la cultura popular para convertirse en un producto de masas.

Las transformaciones no se deben solamente al lugar físico donde se llevan a cabo los festivales y las exposiciones, sino también a los diferentes actores que intervienen y al interés que éstos presentan para con la fiesta. Fue muy importante para esta investigación lograr identificar además cuáles son las relaciones que se establecen entre los diferentes actores partícipes de este campo, como así también si se lleva adelante un abordaje sociológico que permita distinguir, dentro del campo de la Fiesta de la Yerba, quiénes son los actores principales que intervienen, sus intereses a lo largo de la historia y, a partir de eso, lograr identificar cómo se percibe el valor simbólico de dicho evento, y si se mantiene intacto o si por los cambios del mercado, más específicamente del turismo, se ha banalizado su sentido, siendo incapaz



de transmitir su verdadero significado. Finalmente, el propósito de la investigación es identificar lo anteriormente expuesto y, a través de esto, conocer el verdadero significado y el sentido de la Fiesta de la Yerba en la actualidad, luego de las transformaciones que ha sufrido.

Para responder a los interrogantes planteados anteriormente, se ha realizado un rescate histórico por el cual se identificaron los albores de la fiesta y sus primeros indicios, que datan aproximadamente del año 1944, hasta el año 2014. Como parte de la labor, se ha recabado información de folletos, revistas oficiales de la fiesta, entre otros. Sin embargo, la fuente y los datos más importantes han sido producto de las entrevistas a informantes claves, que permitieron dar a conocer las opiniones y los recuerdos más sentidos de aquellos que han participado y han dado el puntapié inicial para llevar adelante esta fiesta. También se ha entrevistado a personas que participaban en ese momento de la comisión organizadora, como a actores del Estado que colaboraban de manera directa con el armado de la fiesta. Respecto a su génesis, fue posible identificar que un grupo de personas que no poseía relación directa con la producción fue el que tuvo la idea de organizar dicho evento, pero con la iniciativa de festejar y reconocer al hombre que trabajaba duro para la elaboración de este producto, que durante muchos años fue el sustento económico de muchas familias apostoleñas.

La fiesta tuvo momentos en los cuales alcanzó su mayor apogeo, éstos se caracterizaron por las exposiciones agroindustriales, ferias con maquinarias relacionadas directamente a la producción y participación multitudinaria de la “familia yerbatera” en la mayoría de las actividades que se desarrollaban en torno a la fiesta. Luego, con el correr del tiempo y en el afán de modernizarla, muchas cosas fueron mutando y muchas personas decidieron alejarse de su organización y su participación. Los cambios radican principalmente en la fecha y el predio donde se realizaba la fiesta, lugar construido exclusivamente para el evento, denominado “EXPO YERBA”. Con el tiempo, las cuestiones políticas y la intervención de otras instituciones que fueron surgiendo como el Instituto

Nacional de la Yerba Mate (INYM) tomaron un protagonismo importante a la hora de llevar adelante la fiesta. Si bien el municipio siempre colaboró con su realización, en los últimos tiempos se volvió especialmente protagonista.

...la Fiesta Nacional de la Yerba Mate debe permanecer al margen de las cuestiones políticas, porque se trata de un ámbito reservado a una celebración popular que está en el corazón de la gente de Apóstoles, más allá de cualquier diferencia ideológica, de raza o religión, que es el principio en el que se basa la convivencia de nuestra diversidad. (Entrevista Ing. Barros, presidente de la comisión organizadora. Revista Oficial XXIX FNeIYM. Noviembre 2007: 4-5)

Numerosos son los puntos de vista que se han rescatado, muchos de ellos antagónicos. Sobre todo, de aquellas personas que participan actualmente de la fiesta y nada tienen que ver con aquellas primeras celebraciones.

Más allá de los cambios de fechas y de predio, muchos ex miembros de las comisiones organizadoras recalcan “que ya no es como antes”, “que se perdió el sentido originario” e incluso muchos de ellos ya “no son partícipes de dicha fiesta”. El relato melancólico de muchos actores da cuenta de una pérdida de identidad con aquello de lo que en algún momento se sintieron parte y los representaba como ciudadanos apostoleños.

La falta de representatividad con la misma, estén relacionados o no con la producción de yerba mate, muchos opinaban que, en los últimos años, con tantos cambios, la fiesta se ha vuelto una cuestión de “marketing” y se ha olvidado la verdadera esencia de la misma. (Banacor Tuzinkievicz; 2014:147)

A diferencia de éstos, los actores actuales intentan buscar la forma de “modernizar” y “renovar” la fiesta, de manera que, además de representar a los apostoleños, permita captar turistas y posicionarse como un evento programado dentro del calendario turístico de la provincia.



...se había convertido más en una fiesta donde se trataba de comercializar, sí, con muchos stands de bijouterie y todas esas cosas. O sea, se perdieron todas esas cosas que anteriormente era dirigido. Vos fijate que la FYM, no sé si te habrán dicho anteriormente, era destinada directamente a empresas que promocionaban, suponete, máquinas agrícolas, tractores, camiones, todos destinado a la yerba mate. Había empresas que traían productos e insumos, que nosotros le llamamos, para la yerba mate. Cuando la yerba mate dejó de tener valor, todas esas cosas se perdieron. Entonces se hizo un mercadeo de las otras cosas que le interesaban a la gente común. (Entrevista ex miembro de la comisión organizadora, 2013).

En materia de turismo específicamente, las ideas están planteadas y dependería de decisiones políticas de la municipalidad a través de la Dirección de Turismo para que se lleven a cabo. Todavía quedan cosas por hacer, pero sobre todo replantearse cuáles son los objetivos que se persiguen con la fiesta. Se pudo inferir que aún la fiesta de la Yerba no ha logrado posicionarse como un producto dentro del Destino Misiones, pero por sobre todo aún no se han definido cuáles son las metas o los propósitos que se tienen con la misma: si busca en verdad destacar y homenajear la producción, o si, basándose en eso, busca insertarse como un producto en el mercado que traiga beneficios pero sin incluir realmente a la población que está involucrada en la producción de yerba mate.

A modo de cierre, hay cuestiones que no pueden obviarse en esta investigación. La misma no surge como una necesidad propiciatoria, vinculada a los antiguos productores. Ningún dato revela que la fiesta responda a una necesidad de ruptura con el ciclo productivo en tanto se establece la profundización de las relaciones personales entre quienes se reconocen como “iguales” a partir de compartir problemáticas comunes en torno a la base de sustentación. Esto lleva a determinar que, al ser sus promotores ajenos a la realidad que se celebra, su naturaleza la aleja de la denominación de “fiesta popular”. Sus inicios se vinculan a agentes sociales ajenos al círculo de producción e incluso a un contexto absolutamente extraño a éste.

Sin embargo, durante los primeros años de evolución, y ya consagrado el municipio de Apóstoles como capital de la yerba mate, se produce un proceso de resignificación de abajo hacia arriba. A partir de este proceso, los sectores vinculados a los eslabones más vulnerables del sector yerbatero se apropian de la Fiesta de la Yerba Mate y la llenan de significado. Éstos dotan de sentido a lo que se transforma en un espacio de encuentro, en donde compartir las cuestiones e intereses comunes del productor; sobre todo del pequeño que percibe en su espacio y en su producto el sentido de pertenencia.

La banalización posterior es claramente visible en la etapa en que el producto yerba mate se ha visto resentido en sus valores de mercado, momento en que los sectores hegemónicos se vuelven a apropiarse de los canales que ponen en escena la fiesta, tomando decisiones respecto del público al que se la dirige, el contenido que se le imprime y la subvaloración del circuito productivo. En parte, se debe a que el sector de los productores resignó su continuidad. Esta actitud es propia de aquellos que comparten lazos de identidad y, por ende, de pertenencia; de quienes se enredaron en una fiesta que, temporariamente, les permitió exteriorizar lo compartido, pero a la que son capaces de abandonar cuando los motivos de celebración son de los “otros” y no del “nosotros”.

En lo que respecta al futuro turístico del municipio, la fiesta no resulta suficiente para promover su inserción, siendo totalmente relativos los beneficios que puede reportar tanto en lo económico como en los impactos que derivan de esto. A partir de lo expuesto, se estima que es posible que la reacción del mercado yerbatero, y con ello de la calidad de vida del pequeño productor, genere las condiciones para recuperar el liderazgo en la organización, dotándola de sentido nuevamente. Esto no es otra cosa que la “autonomía” de la cultura popular.



Referencias bibliográficas

Libros

BALLART, Josep (1997): *El Patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona, Editorial Ariel S.A.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México DF. Editorial Grialbo S.A.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2001): *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires, Editorial Paidós.

COLOMBRES, Adolfo (1987): *Sobre la Cultura y el Arte Popular*. Buenos Aires, Ediciones del Sol S.A.

Otras fuentes consultadas

PIZANO MALLARINO, Olga (2004): *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social*. Convenio Andrés Bello. Pp. 138.

REVISTA INFORMATIVA "Fiesta Nacional de la Yerba Mate". Ediciones Varias. 1972-2014. Patrimonio Argentino: Patrimonio Inmaterial, fiestas típicas, cultura popular, gastronomía, música y otros. Tomo 15. Suplementos Clarín. Abril 2014.

SANDOVAL SIMBA, Patricio (2009): *Fiesta y Cultura*. Quito, Jefatura de Investigación y proyectos/ IPANC.

Cómo citar este artículo:

Florencia Banacor Tuzinkievicz (2017). "La Fiesta Nacional de la Yerba Mate, ¿festival cargado de valor simbólico o producto de las industrias culturales?" Revista La Rivada 5 (9), 290-294. <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-9-diciembre-2017/homenaje/165-comunicaciones-homenaje-turismo>

