



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Diagnóstico de un conflicto: El Folklore como Producto turístico en Cosquín.

**Caso de estudio a partir del análisis de
actores sociales.**



Tesis de grado: Licenciatura en Turismo

U.N.L.P

Alumna: Erica Natalia Insaurralde

Nº de legajo: 74797/6

Correo electrónico: insaurraldenatalia87@gmail.com

Directora de tesis: Josefina Mallo

Fecha de entrega: 21 de noviembre de 2019

Índice

RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
METODOLOGÍA.....	6
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Turismo. Turismo cultural. Producto turístico. Atractivo turístico.....	7
1.2 Patrimonio cultural inmaterial y sus usos. Procesos de Activación patrimonial	10
1.3 Folklore. Tradición. Proyección folklórica. Folklore como Patrimonio cultural inmaterial.....	13
1.4 Performatividad y Artes performativas.....	16
1.5 Evento cultural masivo.....	17
1.6 Procesos de Mercantilización de las prácticas culturales.....	18
CAPÍTULO 2. FOLKLORE Y TURISMO EN COSQUÍN.....	20
2.1 Descripción del proceso histórico de Cosquín.....	20
2.2 Región Centro. Datos demográficos, geográficos y actividades productivas, descripción del Turismo en Cosquín.....	20
2.3 Festival de Cosquín: surgimiento, periodos, actualidad.....	22
2.4 ¿Festival de Cosquín como práctica cultural o Producto turístico?.....	37
CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ACTORES SOCIALES IMPLICADOS EN LA RELACIÓN FOLKLORE-TURISMO EN COSQUÍN.....	38
3.1 Actores sociales.....	38
3.2 Trabajo de campo: análisis de entrevistas y cuestionarios a actores sociales	40
CONCLUSIONES FINALES.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	58
ANEXOS: Imágenes, Entrevistas y cuestionarios.....	61

Resumen

El Festival Nacional de Folklore de Cosquín desde sus comienzos estuvo relacionado con el Turismo y el incremento de alojamientos, transporte, gastronomía y actividades para el turista. A partir del año 2016 con la aplicación del programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” comienza a desarrollarse un Producto turístico para romper con la estacionalidad del festival.

Propusimos investigar el desarrollo del Folklore como producto turístico, los procesos y perspectivas de la relación Folklore-Turismo en Cosquín durante el período 2017-2019 a través del estudio de sus actores sociales. Tuvimos en cuenta aquellos procesos histórico-sociales que caracterizan al Folklore como producto turístico en la actualidad. Analizamos la incorporación de los actores sociales al Producto turístico y su percepción acerca del mismo. Realizamos una descripción histórico-social del folklore en Cosquín, inicialmente con la creación del Festival Nacional de Folklore y posteriormente con el desarrollo de eventos durante todo el año, reconociendo que existen tensiones y conflictos entre los agentes que constituyen y construyen el nuevo Folklore. Recopilamos información bibliográfica en libros, documentos, marcos teóricos, trabajos y publicaciones periodísticas, internet y en otras fuentes de información. Realizamos una observación participante de los artistas en algunos de los eventos/peñas que se realizan en Cosquín, en donde el Folklore es mercantilizado y se pierden espacios culturales de espontaneidad que caracterizaron al Festival en sus comienzos.

El presente trabajo de investigación se organiza en tres capítulos. El primer capítulo está destinado a la aproximación teórica de los conceptos generales de Turismo, Turismo cultural, Producto turístico y Atractivo turístico. Definimos al Patrimonio cultural inmaterial, explicaremos sus usos y los procesos de Activación patrimonial. Por otro lado incluimos las perspectivas del Folklore desde el enfoque de las Artes performativas, entendiendo que el Festival Nacional de Folklore de Cosquín es un Evento cultural masivo. Por último analizamos los procesos de Mercantilización de las prácticas culturales. El segundo capítulo aborda el marco histórico-social del Festival de Cosquín, considerando apropiado destinar un apartado para caracterizar a la Región Centro, sus datos demográficos, geográficos y actividades productivas, así como también hacer una descripción del Turismo en Cosquín. Describimos los periodos de surgimiento y actualidad del Festival de Cosquín. Planteamos si el festival puede considerarse como práctica cultural o Producto turístico. El tercer capítulo está orientado al análisis de los actores sociales implicados en la relación Folklore-Turismo en Cosquín a partir de las entrevistas y cuestionarios relevados en el trabajo de campo. Finalmente se exponen las conclusiones de la investigación.

Palabras Clave

Turismo cultural – Patrimonio- actores sociales – Folklore – Artes performativas

Abstract

The National Folklore Festival of Cosquín since its inception was related to Tourism and the increase in accommodation, transportation, gastronomy and activities for tourists. From 2016 onwards, with the application of the municipal program “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” a tourist product begins to be developed to break the seasonality of the festival.

We proposed to investigate the development of Folklore as a tourist product, the processes and perspectives of the Folklore-Tourism relationship in Cosquín during the 2017-2019 period through the study of its social actors. We took into account those historical-social processes that characterize Folklore as a tourist product today. We analyze the incorporation of social actors into the tourism product and their perception of it. We made a historical-social description of folklore in Cosquín, initially with the creation of the Festival Nacional de Folklore and later with the development of events throughout the year, recognizing that there are tensions and conflicts between the agents that constitute and build the new Folklore. We collect bibliographic information in books, documents, theoretical frameworks, journalistic works and publications, internet and other sources of information. We made a participant observation of the artists in some of the events / clubs that take place in Cosquín, where Folklore is commercialized and cultural spaces of spontaneity that characterized the Festival in its beginnings are lost.

This research paper is organized in three chapters. The first chapter is intended for the theoretical approach of the general concepts of Tourism, Cultural Tourism, Tourism Product and Tourist Attraction. We define the Intangible Cultural Heritage, we will explain its uses and the processes of Patrimonial Activation. On the other hand we include the perspectives of Folklore from the perspective of Performative Arts, understanding that the National Folklore Festival of Cosquín is a massive cultural event. Finally, we analyze the processes of Mercantilization of cultural practices. The second chapter deals with the historical-social framework of the Cosquín Festival, considering it appropriate to allocate a section to characterize the Central Region, its demographic, geographic and productive activities, as well as make a description of Tourism in Cosquín. We describe the periods of emergence and actuality of the Cosquín Festival. We propose whether the festival can be considered as a cultural practice or tourist product. The third chapter is oriented to the analysis of the social actors involved in the Folklore-Tourism relationship in Cosquín based on the interviews and questionnaires surveyed in the field work. Finally, the research conclusions are presented.

Keywords

Cultural tourism - Heritage - social actors - Folklore - Performative arts

Introducción

El Festival Nacional de Folklore de Cosquín desde sus comienzos estuvo relacionado con el Turismo y el incremento de alojamientos, transporte, gastronomía y actividades para el turista. A partir del año 2016 con la aplicación del programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” comienza a desarrollarse un Producto turístico para romper con la estacionalidad del festival.

Se propone investigar el desarrollo del Folklore como Producto turístico, los procesos y perspectivas de la relación Folklore-Turismo en Cosquín durante el período 2017-2019 a través del estudio de sus actores sociales. Se tendrá en cuenta aquellos procesos histórico-sociales que caracterizan al Folklore como Producto turístico en la actualidad. Se analizará la incorporación de los actores sociales al Producto turístico y su percepción acerca del mismo.

A partir del 2008, como iniciativa de la Municipalidad de Cosquín, se empezó a buscar la forma de romper con la estacionalidad turística, dado que los turistas se concentraban en los meses de verano siendo el pico máximo durante los nueve días del Festival Nacional de Folklore. De esta manera surge el circuito del “Cosquín de Peñas” que comprende espacios simultáneos de música, danzas, artesanías y gastronomía durante los fines de semana de julio. El programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” se puso en marcha en el año 2016 y tiene como objetivo ofrecer actividades culturales relacionadas al Folklore durante todo el año. Estas actividades comprenden gastronomía, espectáculos folklóricos y congresos. Podemos mencionar el “Fogón Criollo”, un espacio de artistas y de capacitación a través de la Dirección de Desarrollo y Promoción Social. Durante el año se realiza la “Fiesta del Duende”, el “Encuentro de Poetas con la Gente”, la “Feria Nacional de Artesanías Raúl Augusto Cortazar”, el “Cosquín de Peñas”, el “Congreso del Hombre Argentino” y el “Encuentro de la Humanidad”, entre otros. El Festival Nacional de Folklore de Cosquín es conocido como uno de los festivales populares latinoamericanos de mayor relevancia, y desde 1984 se transmite en directo a todo el país por la televisión pública. Recibe un gran afluente de turismo nacional y, en menor medida, internacional. Participan delegaciones oficiales de todas las provincias argentinas, los ganadores del concurso previo al festival que se efectúa en cada provincia, denominado Pre-Cosquín, y artistas consagrados.

A partir de lo descripto, se plantea el problema ¿Puede considerarse el Folklore como un Producto turístico en sí mismo? ¿Cuál es el papel de los actores sociales en la nueva configuración del Folklore como Producto turístico?

Se partirá desde la hipótesis de que a partir de la Implementación del programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año”(2016-2019) se potencia al Folklore como Producto turístico definido por Leiva como “La integración de los atractivos turísticos, el equipamiento turístico e infraestructura, los bienes y servicios de apoyo, la gestión que desarrollan los actores involucrados en la actividad turística, la imagen del destino y el precio, configuran lo que se denomina producto turístico” (Leiva, 1997). En la nueva configuración Folklore-Turismo, el Producto turístico se conforma por personas que no pertenecen a la comunidad local de Cosquín. Por consiguiente, surge un conflicto entre los diferentes actores sociales en relación al proceso de incorporación de los mismos al Producto turístico.

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Conocer y estudiar el desarrollo del Folklore en Cosquín como Producto turístico y sus implicancias a partir del análisis de actores sociales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar y definir los conceptos de Turismo, Turismo cultural, Atractivo turístico, Producto turístico, Patrimonio cultural, Mercantilización, Folklore y Performatividad.

Identificar la historia del Folklore en Argentina, como práctica cultural y su vinculación con el Turismo.

Identificar los actores sociales implicados en la relación Folklore-Turismo en Cosquín y analizar las tensiones en la nueva configuración del Producto turístico.

Analizar las implicancias del Folklore como Producto turístico y su proceso de Mercantilización a partir del análisis de entrevistas/cuestionarios a diferentes actores sociales.

Metodología

Esta investigación es del tipo cualitativa descriptiva. Se realizará una descripción histórico-social del desarrollo del Folklore en Cosquín, inicialmente con la creación del Festival Nacional de Folklore y posteriormente con el desarrollo de eventos durante todo el año. Se recopilará información bibliográfica en libros, documentos, marcos teóricos, trabajos y publicaciones periodísticas, internet y en otras fuentes de información. Se realizará una observación participante de los artistas en algunos de los eventos/peñas que se realizan en Cosquín. Los datos recogidos serán sujetos a un análisis de significado respecto al valor y al sentido que la comunidad les da (Pardinas, 1989) para obtener información acerca del estado de situación actual del folklore como producto turístico.

La entrevista es una conversación generalmente oral y tiene como finalidad obtener alguna información (Pardinas, 1989). Se empleará la entrevista formal con autoridades del gobierno municipal y de instituciones para obtener información sobre la aplicación del programa y para recabar datos sobre los eventos. Se realizarán cuestionarios a los actores sociales para saber qué significados tiene el desarrollo de los eventos folklóricos durante el año. Las preguntas serán de tipo cerradas y abiertas para evitar el sesgo de datos y obtener aquellos significativos para el estudio. Los actores elegidos para la realización de los cuestionarios son artesanos de la plaza, bailarines, músicos, turistas y responsables de la peña "La Salamanca". A través del análisis de entrevistas y cuestionarios se identificará de qué manera funciona el proceso de Mercantilización del Folklore en Cosquín, teniendo en cuenta cuáles son los actores sociales involucrados en la relación Folklore-Turismo y cómo opera el proceso de Mercantilización.

CAPÍTULO 1. MARCO TEORICO

1.1 Turismo. Turismo cultural. Producto turístico. Atractivo turístico.

El concepto de Turismo ha ido variando a través de los años y diversos autores han propuesto distintas definiciones atendiendo a la necesidad de enmarcar conceptualmente esta actividad dentro de una definición general. Esta definición será de carácter descriptivo, que permita identificar sus características esenciales y distinguirla de otras actividades que, aunque muy relacionadas, definitivamente constituyen o forman parte de otras necesidades de la sociedad. La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (OMT, 1998). Según Troisi (Ripoll, 1998), el Turismo puede definirse como aquel conjunto de traslados temporales de las personas, originado por necesidades de reposo, cura, espirituales o intelectuales. Clifford (1995) en un estudio sobre las “culturas del viaje” establece una relación entre la acción de viajar con la experiencia de lo transitorio, otorgándole a la persona ingresar en un universo diferente del cotidiano a partir del acceso fugaz a distintos escenarios culturales.

Conti y Cravero Igarza afirman que el Turismo es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado. Las razones que motivan ese desplazamiento pueden ser de naturaleza diversa: descanso, educación, salud, práctica de deportes, negocios, visita a familiares, etc. Por lo general, tales motivaciones están vinculadas al hecho que en el lugar de destino existen ciertos atractivos, naturales o culturales, que la persona que se desplaza no encuentra en su lugar de residencia habitual. Estos atractivos dan origen, a su vez, a diversas modalidades de turismo: de sol y playa, ecoturismo, turismo cultural, de estudios, de salud, gastronómico. (Conti y Cravero Igarza, 2010).

En lo que respecta a la persona que realiza las actividades de Turismo, la OMT identifica como Turista al visitante nacional o internacional que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar o país visitado a diferencia de un excursionista o visitante del día que no pernocta en el lugar visitado.

En cuanto a las formas de Turismo con relación a un país dado, se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

- ✓ Turismo interno, el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país;
- ✓ Turismo receptor aquel que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado;
- ✓ Turismo emisor de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Estas tres formas básicas de Turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo entonces las siguientes categorías de turismo: Turismo interior que incluye el Turismo interno y el Turismo receptor; Turismo nacional que incluye el Turismo interno y el Turismo emisor; y Turismo Internacional el cual se compone del Turismo receptor y Turismo emisor. Pueden mencionarse los motivos de viaje: ocio, recreo y vacaciones, visitas a familiares y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamiento de salud, religión/peregrinaciones y otros motivos. Las motivaciones que llevan a

realizar viajes no son únicas, si no que dentro de un mismo viaje se realizan directa o indirectamente, varias actividades como el disfrute de la gastronomía local, el conocimiento general de la cultura receptora, las visitas a monumentos y museos, asistencia a actos culturales y folklóricos de trascendencia (eventos, ferias, fiestas, exposiciones, representaciones teatrales) y la adquisición de productos tradicionales. (OMT, 2013).

El Ministerio de Turismo de la Nación (2010) clasificó a los motivos como se describen a continuación:

- ✓ Esparcimiento, ocio, recreación: incluye, entre otras cosas, recorrido de lugares de interés natural o cultural, parques temáticos, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, práctica de deportes en forma no profesional, caza o pesca, actividades en contacto con la naturaleza, viajes en cruceros, lunas de miel, viajes de egresados, etc.
- ✓ Visita a familiares o amigos: se incluyen también aquí las visitas efectuadas para cuidar enfermos o asistir a exequias de familiares o amigos.
- ✓ Trabajo o motivos profesionales: incluye la asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; misiones oficiales; actividades deportivas profesionales; instalaciones de máquinas y equipos, inspecciones, compras y ventas por cuenta de la empresa a la cual representa; realización de investigaciones científicas o académicas, etc.
- ✓ Resto de los motivos: incluye tratamientos de salud, estudios y formación, participación en acontecimientos religiosos, compras, realización de trámites.

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2006) describe cuatro elementos básicos en el complejo de la actividad turística, los cuales se detallan a continuación:

- ✓ La demanda conformada por el conjunto de consumidores o potenciales consumidores de bienes y servicios turísticos.
- ✓ La oferta constituida por los productos, servicios y organizaciones encargadas de brindar la experiencia turística a los potenciales turistas. Se destaca que la oferta debe estar a disposición del turista en un destino determinado para su disfrute y consumo.
- ✓ El espacio geográfico entendido como el espacio físico en donde se produce el encuentro entre la oferta y la demanda. Allí se sitúa la población residente y es el lugar de destino de los turistas.
- ✓ Los operadores del mercado que son empresas y organismos que tienen como función principal facilitar la interrelación entre oferta y demanda. Los agentes públicos y privados se encargan de la ordenación y promoción del turismo, y actúan como intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico.

La cultura es definida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 1982) como la capacidad del hombre de reflexionar sobre sí mismo. Es la cultura la que hace a los seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella, discernimos los valores y efectuamos opciones, tomamos conciencia de nosotros mismos. El hombre se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. Tylor (1995) define la cultura como aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según

principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.

El Turismo cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos y contribuye a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada (ICOMOS, 1976). El turismo cultural puede generar nuevas oportunidades de empleo, atenuar la pobreza y frenar el éxodo rural entre los jóvenes (OMT, 2013). El turismo, además, ofrece un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a su supervivencia a largo plazo (OMT, 2013). Cuando nos referimos a Turismo cultural estamos indicando que se trata del Turismo que se practica en los núcleos urbanos que presentan un alto número de recursos culturales, que por su singularidad y valor son capaces de atraer a los turistas y provocar que éstos estén motivados en conocer el patrimonio cultural de la ciudad o urbe visitada. Entendemos por Turismo cultural a aquel que manifiesta un deseo de conocer y comprender los objetos, las obras, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local con la que se entra en contacto.

Acerenza explica que, desde el punto de vista conceptual, el producto turístico es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, y que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran, atractivos, facilidades y acceso (Acerenza, 1993). El folklore puede considerarse un producto turístico en sí mismo dado el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que lo comprenden y se ofrecen al turista. Puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran.

Analizando otros autores se ha investigado sobre la definición de atractivo turístico entendido como el componente fundamental para el funcionamiento del sistema turístico (Boullón, 1990). Los atractivos turísticos son todos los sitios que despiertan interés en la población, generando un desplazamiento voluntario de la misma hacia ellos. Son, básicamente, la materia prima del turismo. Boullón incluye dentro de la clasificación de los atractivos turísticos a la categoría folklore, el cual se divide en 1) Manifestaciones religiosas y creencias populares, 2) Ferias y mercados, 3) Música y danzas, 4) Artesanías y artes populares, 5) Comidas y bebidas típicas, 6) Grupos étnicos y 7) Arquitectura popular y espontánea.

Conti y Cravero Igarza afirman que los actores del sistema turístico (directos e indirectos), permiten que ese patrimonio (recurso) sea dotado de infraestructura y servicios públicos (accesos terrestres, aéreos, fluviales, comunicaciones, saneamiento básico, seguridad ciudadana, servicios de migración, etc.), que pueda tener a su vez una oferta de servicios privados (hospedaje, alimentación, transporte, guías, telefonía, servicios de limpieza, tiendas, artesanía, servicios lúdicos, etc.) y que exista un marco legal y de planificación que sustente el desarrollo de la actividad en el destino. Entonces, una vez que el producto se encuentre listo, habrá que lanzarlo al mercado y convertirlo en oferta. A partir de ese momento comienzan a realizarse las acciones de comercialización a través de un plan de marketing que permitirá conectar el producto con los segmentos de demanda deseados. Los autores citados explican que los recursos se convierten en productos/atractivos cuando se estructura a los mismos para el uso y disfrute de los turistas. Un producto/atractivo es aquel recurso en el que se

puede realizar una o varias actividades turísticas dado que está formulada una propuesta temporal, espacial y económica de accesibilidad al mismo (Conti y Cravero Igarza, 2010).

En la actualidad, para una correcta medición del espacio ocupado por el sector turístico en Argentina, el Ministerio de Turismo de la Nación ha aplicado un criterio de regionalización basado en la proximidad territorial que respeta los límites políticos provinciales favoreciendo a la planificación y el desarrollo del Turismo. En las provincias que componen las Regiones Turísticas, conviven ambientes, comarcas, pueblos, costumbres, artesanías, paisajes y condiciones medioambientales muy diversas, que se integran en circuitos, áreas y corredores, que ayudan al desarrollo del Turismo a nivel nacional (Expósito, 2013). De esta manera, a través del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 (PFETS), se han establecido las siguientes Regiones Turísticas de la República Argentina, tales como:

- ✓ Región Norte: incluye a las Provincias de Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán, La Rioja y Santiago del Estero.
- ✓ Región Litoral: abarca a las Provincias de Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones y Santa Fe.
- ✓ Región Buenos Aires: constituida por la Provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.B.A.).
- ✓ Región Centro: conformada exclusivamente por la Provincia de Córdoba.
- ✓ Región Cuyo: contiene las Provincias de San Juan, Mendoza y San Luis.
- ✓ Región Patagonia: alcanza a las Provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

1.2 Patrimonio cultural inmaterial y sus usos. Procesos de activación patrimonial.

La UNESCO ha dado una definición de Patrimonio contemplando elementos que otros autores no han incluido; el Patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El Patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos. El Patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

Prats (1998) afirma que el Patrimonio es una invención y una construcción social en donde, los procesos de invención se asocian con la capacidad de generar discursos sobre la realidad llevado a cabo por individuos concretos e intencionados. Cualquier elemento material o inmaterial procedente de la naturaleza, la historia o la genialidad, es objeto de patrimonialización. El Patrimonio cultural se refiere entonces a la reunión de

todos los bienes que, a juicio de los hombres de cada época y lugar, merecen ser considerados valiosos, y representa una universalidad, constituida por múltiples elementos, materiales e inmateriales, que ponen en evidencia la “personalidad” del territorio en el cual se realiza y, en consecuencia, su unicidad (Domínguez de Nakayama, 1994). El Patrimonio cultural es el resultado de la expresión, el testimonio de la cultura, es algo vivo, dinámico, en permanente proceso de cambio y como el hombre, tiende hacia la perfección (Domínguez de Nakayama, 1994). En este sentido, cada país agrupa a los bienes culturales de diverso modo, según cuáles sean sus componentes, sus objetivos, e inclusive su organización institucional.

Domínguez de Nakayama clasifica los bienes culturales que forman parte del patrimonio cultural de una nación en:

✓ Bienes estáticos: que son objetos con materialidad, terminados, durables, que difícilmente mudarán de forma o contenido. Son objetos de interés a los que se les da vida con la mente y con la afectividad. Éstos pueden ser los bienes muebles tales como monumentos, sitios, parques y yacimientos arqueológicos, obras contemporáneas, espacios verdes, parques; los bienes inmuebles como colecciones, bienes relacionados con la historia, productos de las excavaciones, antigüedades, material etnológico, bienes de interés artístico, manuscritos, libros, sellos, archivos, objetos. A su vez, dentro de esta clasificación se encuentran los Museos como institución cultural que forma parte del Patrimonio de un país.

✓ Bienes dinámicos: poseen la característica de estar siempre cambiando, recreándose. Están conformados por actividades, bienes intangibles, manifestaciones espontáneas de la cultura comunitaria, acontecimientos programados con finalidad turística o comercial, productos regionales, artesanías tradicionales.

Se entiende por Patrimonio cultural inmaterial a todos los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su Patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad. Este patrimonio es uno de los principales motivos de los viajes, ya que muchos turistas buscan el encuentro con nuevas culturas y la experiencia de disfrutar de la diversidad de las artes escénicas, la artesanía, los rituales, la gastronomía y las interpretaciones de la naturaleza y del universo. (OMT, 2012).

Boullón define al Patrimonio turístico como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema). Se divide en cuatro componentes: a) Atractivos turísticos, b) Planta turística, c) Infraestructura y d) Superestructura turística (Boullón, 1990). El autor Casanova Ferro explica que Patrimonio cultural es el conjunto de bienes muebles o inmuebles, ubicados dentro del territorio del país en cuestión, cualquiera sea su régimen jurídico o titularidad, que en sus aspectos tangibles e intangibles, materiales y simbólicos, y que por su significación intrínseca y/o convencionalmente atribuida, definen la identidad y la memoria colectiva de sus habitantes (Casanova Ferro, 2007). La música y la danza son parte del Patrimonio intangible explicitado por la UNESCO como “el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folklórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva.

Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat” (UNESCO, 1982).

El proceso de Activación patrimonial es aquel en el que se eligen determinados objetos entre un conjunto amplio de objetos pasibles de ser patrimonializados. La Activación patrimonial es un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de actores sociales (Almirón; Bertoncetto y Troncoso, 2012), y se configura como un espacio de conflicto, lucha, tensión y negociación entre los diferentes actores (Almirón; Bertoncetto y Troncoso, 2012). Ninguna activación patrimonial es neutral o al azar, los elementos elegidos como patrimonio son activados fundamentalmente por el poder político, los gobiernos locales, regionales y nacionales y, en menor medida, el poder económico. En algunas ocasiones la sociedad civil puede intervenir en la activación patrimonial, pero deberá contar con la autorización del poder político (Prats, 1998).

García Canclini en su libro **Políticas Culturales de América Latina** (1987), describe el movimiento de redefinición y reconcentración de los discursos referidos al Patrimonio cultural por parte del poder político y económico. A su vez el autor propone una redefinición del concepto de cultura, entendida como el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales; la cultura se produce y se transforma mediante operaciones simbólicas. El Patrimonio cultural no incluye únicamente las expresiones muertas de la cultura como lo son los sitios arqueológicos, objetos antiguos, etc., sino que incluye los bienes actuales, visibles e invisibles, como las artesanías, lenguas, música y danzas (García Canclini, 1987). El autor señala que el patrimonio de una sociedad no está compuesto únicamente por los bienes culturales producidos por las clases hegemónicas dominantes, sino que también está compuesto por los productos de la cultura popular comprendidos por música y danzas, preservación de bienes materiales y simbólicos elaborados por los grupos subalternos y otras formas de expresión (García Canclini, 1987). En otras palabras, podemos decir que el Patrimonio cultural sirve como recurso para reproducir las diferencias entre los grupos sociales y la hegemonía de quienes logran un acceso preferente a la producción y reproducción de los bienes. Los sectores dominantes son los que definen cuáles bienes son superiores y merecen ser conservados. Las culturas que quedan en un segundo plano son consideradas como culturas subalternas.

Podemos mencionar a distintos agentes que intervienen en el patrimonio cultural (García Canclini, 1999):

- ✓ Agentes privados: obran por las necesidades de acumulación económica y reproducción de la fuerza de trabajo. Realizan una explotación indiscriminada del ambiente natural y urbano; utilizan el patrimonio con visiones sectoriales y enfrentadas. En muchos casos fomentan la expansión voraz de la especulación inmobiliaria y el transporte privado, en detrimento de los bienes históricos y del interés mayoritario.
- ✓ Estado: valora y promueve el patrimonio como elemento integrador de la identidad nacional.
- ✓ Movimientos sociales: están a favor de la preservación del patrimonio cultural; generalmente sólo algunas capas medias y populares, especialmente por el agravamiento de la situación social, van profundizando su consciencia colectiva.

1.3 Folklore y tradición. Proyección folklórica. Folklore como patrimonio cultural inmaterial.

Coluccio explica que la palabra **Folklore** proviene de una palabra compuesta, de origen inglesa, **folk** (popular/pueblo) y **lore** (ciencia o saber), entendiéndolo que es el saber popular, aquel conjunto de tradiciones, creencias y costumbres de las clases populares. Este término fue propuesto por el arqueólogo inglés William John Thoms, que a su vez era redactor de la revista "El Ateneo" y consignó en una carta dirigida al director solicitándole la difusión de leyendas, sucesos, medicina natural, supersticiones, comidas, poesías, cantos del pueblo (Coluccio, 1985). Podemos decir que el Folklore está constituido por un grupo de individuos que realiza las mismas prácticas culturales surgidas de la experiencia de su propio grupo, a través de los hechos materiales y espirituales que los rodean y que han formado un patrimonio cultural propio.

Coluccio describe que para ser considerados como tales, los hechos o fenómenos folklóricos deben reunir ciertas características:

- ✓ Anonimato.
- ✓ Tradicionalidad.
- ✓ Haberse transmitido de forma oral.
- ✓ Funcionalidad.
- ✓ Vigencia colectiva en la comunidad folklórica.

Todo aquello que es folklórico es relativo en cuanto a:

- ✓ Espacio o geografía (localizaciones distintas).
- ✓ Tiempo (cambios a través de épocas y periodos históricos)
- ✓ Cultura (traspasos de un estrato social a otro)

En 1942 Augusto Raúl Cortazar propuso por primera vez su **Teoría del folklore**, en la que sostenía la idea del Folklore como un conjunto de hechos, inferiores y antiguos, sobrevivientes al surgimiento de otras expresiones y que no se limitaba al Folklore musical, abordaba también las prácticas y costumbres que lo acompañaban. Para definir al grupo social donde se produjo el Folklore, se sustentó en la noción de "sociedad folk" de Robert Redfield, quien la caracterizaba como una comunidad homogénea, pequeña, aislada, ligada a tradiciones ancestrales y tecnología simple, y autosuficiente. El fenómeno o hecho folklórico es popular, colectivo, tradicional, oral, anónimo, empírico, funcional y regional (Cortazar, 1975). En cuanto a la dinámica de las expresiones folklóricas Cortazar no concibe el traspaso de una generación a otra como un proceso rígido y estático, sino por medio de la transformación y reelaboración, lo que da lugar a la amalgama entre tradición e innovación.

Definimos la tradición como una construcción que da sentido y legitima las prácticas culturales (Hobsbawm y Ranger 1983). Los autores definen la "tradición inventada" como un grupo de prácticas, normalmente gobernadas por reglas aceptadas abiertamente o tácitamente y de naturaleza simbólica o ritual, que buscan inculcar determinados valores o normas de comportamiento por medio de su repetición, lo cual implica automáticamente continuidad con el pasado.

Vega define Proyección folklórica de la siguiente manera: "es la expresión de fenómenos folklóricos producida fuera de su ambiente natural y cultural, por obra de personas determinadas o determinables que se inspiran en la realidad folklórica, cuyo estilo, formas, tipos o carácter trasuntan y reelaboran en sus obras, destinadas al público general, preferentemente urbano, al cual se transmiten por medios técnicos,

mecánicos e institucionalizados (...)” (Vega, 1960). Podemos observar que una Proyección Folklórica no es Folklore, es una elaboración artística de un hecho percibido en la realidad del acontecer comunitario. Para que una Proyección folklórica pueda ser considerada como tal, también debe cumplir con ciertas pautas, como son:

- ✓ Documentación. Investigación profunda de la temática, hecho o fenómeno.
- ✓ Conocimiento, uso y manejo de ciertas técnicas de carácter artístico, que permitan mostrar la cultura representada.
- ✓ Capacidad creativa para lograr traducir el fenómeno a un lenguaje coherente, respetuoso, vinculado a su propia realidad y además artístico.

Chamosa (2012) caracteriza al movimiento folclórico como un fenómeno complejo y polifacético que reúne intelectuales, investigadores, artistas, educadores, funcionarios, empresarios, productores y simples ciudadanos de orígenes e intereses no solo diversos sino también contrapuestos. La migración interna que generó la década del '50 con el peronismo, promovió la circulación y el intercambio de estos géneros que empezaron a ocupar un lugar en el mercado discográfico. El nuevo poder adquisitivo de los sectores trabajadores, muchos de ellos migrantes de las provincias, contribuyó significativamente a este proceso. De esta manera se constituye cierto paradigma conocido como “clásico” de producción del Folklore argentino, sostenido por una determinada forma de construir la tradición (Díaz, 2004). El autor define al Folklore como el conjunto de supuestos, convicciones y acuerdos compartidos por los agentes sociales que integran el campo quienes aseguran su difusión y transmisión a las nuevas generaciones, por lo tanto como Patrimonio cultural debe ser preservado de cualquier interferencia que pusiera en juego su autenticidad. En este sentido, Díaz considera que un “conjunto de supuestos, convicciones y acuerdos” (Díaz, 2009) definieron al paradigma clásico del Folklore, siendo el Folklore musical “un conjunto finito de géneros musicales, con reglas precisas de estructura rítmica, de uso de las voces, de timbres instrumentales, arreglos etc.” (Díaz, 2009). El autor analiza al Folklore y lo considera un “campo particular de producción discursiva”. El surgimiento de “modos de producción, circulación y consumo propios de la cultura” da lugar a una contradicción entre la concepción de un folklore anónimo, primitivo, subalterno y arcaico, y el Folklore como “fenómeno de música popular”. Afirma que el llamado Folklore argentino se ha desarrollado a partir de la década del veinte, como parte de la cultura de masas; entendiendo la tradición sobre la base de la selección de un conjunto de elementos del pasado, valorativamente acentuados, y el ocultamiento y/o decidido rechazo de otros.

Díaz explica que en la Argentina a mediados del siglo XX se consolida un campo de producción cultural en un contexto de desarrollo de los medios de comunicación y cultura de masas, y que, esta situación instaló en el imaginario social el controvertido nombre de “Folklore”. El sistema de producción musical popular para la industria nacional se diferencia de los espacios socioculturales originarios de los géneros musicales que lo integran. El Folklore es una enunciación generada por condiciones sociales de producción determinadas; como parte de la cultura de masas, las canciones folklóricas fueron perdiendo su carácter comunitario y anónimo y sus relaciones con la tradición se volvieron complejas y contradictorias; y, fundamentalmente, trascendieron los contextos sociales de origen al ingresar en mercados masivos (Díaz, 2009). Se genera entonces un nuevo “Folklore”, que comprende complejidades que lo trascienden como manifestación puramente folklórica, entendiendo como tal las manifestaciones anónimas y comunitarias. Coexisten allí tensiones y conflictos entre los agentes que lo constituyen y lo construyen, entre ellos

compañías discográficas, empresas, representantes, artistas, medios de comunicación etc.

Chamosa describe el “el boom del Folklore” en los años '60, un fenómeno de difusión masiva de la música popular de raíz folklórica que obedeció a múltiples causas, tales como la masiva migración, desde los años treinta, hacia Buenos Aires de trabajadores provenientes del llamado “interior” del país; la expansión de los medios de comunicación y el mejoramiento de las condiciones de vida de una extensa clase media asalariada. El autor menciona el surgimiento de los numerosos festivales de Folklore en la Argentina, el movimiento de artistas del Nuevo Cancionero que surge en Mendoza de la mano de Oscar Mattus, y sus integrantes, Armando Tejada Gómez y Mercedes Sosa. Con una motivación ideológica, este movimiento buscó romper con el tradicionalismo propio del Folklore, introduciendo nuevos recursos estético-musicales. A su vez, se priorizó en la poética letras con compromiso social. La mayor parte de estos músicos y poetas fueron exiliados durante la última dictadura, y otros tuvieron que limitar sus presentaciones a espacios reducidos e informales (Patiño Mayer, 2016)

La UNESCO concluyó que el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza, el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. A su vez, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización y su comprensión en las distintas comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. El Folklore puede considerarse como Patrimonio cultural inmaterial.

La UNESCO afirma que la importancia del Patrimonio cultural inmaterial no reside en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación, y que el valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado.

Las características del Patrimonio cultural inmaterial definidas por la UNESCO son:

- ✓ **Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo:** el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- ✓ **Integrador:** podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros grupos sociales. Se ha transmitido de generación en generación, ha evolucionado en respuesta a su entorno y contribuye a generar un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. Contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una comunidad.
- ✓ **Representativo:** el patrimonio cultural inmaterial nace en las comunidades. Las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten de generación en generación dentro de la misma comunidad o a otras comunidades.

- ✓ **Basado en la comunidad:** el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tales comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten.

1.4 Performatividad y Artes performativas.

La autora Palleiro describe la Performatividad a partir de la obra de John L. Austin **Cómo hacer cosas con palabras (1982)**, quien se refiere a las “expresiones realizativas” como las acciones que hacemos en el momento de comunicar. Cuando producimos un enunciado se cumplen tres actos simultáneos: 1) acto locutorio que es decir algo a través de sonidos y palabras con un determinado sentido y referencia, 2) acto ilocutorio, en el momento de decir, ya sea afirmar o prometer, y 3) acto perlocutorio, que se refiere a los efectos del decir, tales como convencer, perjudicar, ayudar. En esta dimensión se sitúan las Artes performativas cuya ejecución cambia el estado de cosas del contexto en el que se despliegan.

La Performatividad está definida por la relación con la acción o acontecimiento que da cuenta de patrones culturales que en un contexto social determinado se sancionan y/o subvierten; según Fischer-Lichte (2013), es un proceso que permite acceder a diferentes campos culturales de estudios para develar las normas que imperan y conservan sus patrones culturales, así como además, sus modos de subvertirlos y transgredirlos a partir del conocimiento cabal de sus restricciones.

Para Augustowsky (2012) Performance artística constituye una realización, una ejecución o desempeño. El Performance Art, también denominado Arte “performativo”, o arte en vivo, es aquel en el que la obra está constituida por las acciones de un individuo o un grupo, en un lugar determinado y durante un tiempo concreto. Así, la Performance o “acción artística” es una situación que involucra cuatro elementos básicos: tiempo, espacio, el cuerpo del/los artistas y una relación entre éstos y el público. Los elementos básicos confirman que el acontecimiento sustituye o desplaza al objeto u artefacto artístico, centrando su atención en la acción artística, en un espacio y tiempo que involucra activamente a espectadores/as y artistas. Por lo tanto podemos decir que se le otorga al cuerpo del sujeto artista (performer) un rol transformador a los modos de relacionarse con sus espectadores. Bauman define la Performance como un modo comunicativo estéticamente marcado, desplegado ante una audiencia para su evaluación (Bauman, 1975). Este autor afirma que las Performances pueden contener un mensaje folklórico que expresa la identidad diferencial de un grupo, y que los performers en sus actuaciones, seleccionan y combinan los elementos que puedan despertar el interés del público.

En lugar de una obra de arte, que es independiente de artistas y receptores, se crea y genera un acontecimiento en el que todos los presentes se involucran. Lo que implica que los espectadores no tienen frente a sí un objeto independiente de ellos que pudieran percibir e interpretar una y otra vez de modo distinto. Es así que tiene lugar una situación en el “aquí y ahora” (*hic et nun*), en la que los presentes comparten un mismo espacio y tiempo, convirtiéndose en co-sujetos (Palleiro, 2014).

Teniendo en cuenta los estudios de la Performance como actos rituales, se explica que son actos que evidencian procesos culturales de construcción simbólica tras la repetición constante de conductas en la vida cotidiana, en donde prima la ausencia de

originalidad o espontaneidad. Para McLaren (1995) el acto ritual asociado es un hecho político, dado que su producto cultural se traduce en poder y dominación de carácter situado en la clase social de un grupo determinado. Schechner (2000) describe que el rito es una conducta integrada en una serie de acciones conjuntas. Ejemplos de ritos son las ceremonias, juegos, danza de pueblos aborígenes, salas de teatro, son actos de representatividad, como las fiestas, carnavales, teatro, mascaradas, danzas, desfiles, conciertos, etc. (Mendoza, 2010).

Un aspecto de la Performatividad se relaciona con el culto a ídolos populares, que no son sólo personas sino también símbolos, éstos definidos como una clase de signos a los que un grupo les otorga valores o significaciones más allá de lo que ellos realmente son (Palleiro 2014). La autora explica que los ídolos adquieren el carácter de modelos de excelencia en aspectos valorizados por el grupo social, que se vinculan con respuestas a ciertas necesidades, y además transmiten mensajes sociales. Los medios de comunicación de masas contribuyen a la formación de ídolos a partir de la exaltación de ciertas características personales, o de la exhibición de sus actuaciones. Palleiro propone el concepto de fakelización como procesos constituidos por la manipulación de ciertos rasgos folklóricos, instrumentados con fines comerciales.

1.5 Evento cultural masivo

Un evento cultural masivo se define como el conjunto de actividades y manifestaciones populares multitudinarias que se realizan en un territorio o en un contexto urbano determinado, se insertan generalmente en espacios públicos por la necesidad de requerir superficies que puedan alojar una gran cantidad de asistentes y la demanda de equipamiento de servicio e infraestructura necesarios para que el acontecimiento se desarrolle de la manera más adecuada posible. Los eventos culturales públicos son aquellos acontecimientos convocantes o reuniones públicas organizados por entidades estatales y/o privadas, o grupo de personas para llevar a cabo un determinado fin en un período de tiempo acotado y que se producen de manera cíclica (Garro, 2007). Según Garro los eventos culturales masivos son actos públicos, multitudinarios, habitualmente conocidos por el alcance de su creciente difusión nacional o internacional. Se llevan a cabo en lugares de grandes dimensiones, de carácter público, semipúblico o colectivo que pueden ocupar: calles, avenidas, plazas, parques, equipamientos abiertos o cerrados, y otros sitios particulares. La autora afirma que la falta de atención y cuidado por las instituciones organizadoras de los eventos masivos y su lugar de emplazamiento se manifiestan también en el tiempo, en la depreciación del significado cultural de los mismos, y en la progresiva pérdida de legitimidad del fin benéfico que lo identifica. Los eventos culturales son una de las formas de expresión de un grupo social que comparte los mismos valores, creencias, modos de vida o tradiciones. Cabe mencionar que pueden ser tácticas que tienen las ciudades para atraer visitantes, inversores, residentes, estudiantes y curiosos, que con los habitantes son los asistentes que participan activamente y tienen conocimientos acerca del tema.

Los “lugares de eventos o event place” definidos como aquellos lugares particulares delimitados por las actividades propias del evento, implican una integración del espacio público y la celebración, la historia de la ciudad y su significado; son lugares comunicativos, hitos que definen la imagen urbana y el carácter distintivo de una ciudad (Sabate, Frenchman y Schuster, 2004). Los autores describen que se pueden consumir varios eventos similares en diferentes pueblos de un área regional con un despliegue en

el tiempo de manera secuencial. Indican que cuando se está aproximando a los centros urbanos y las rutas que los atraviesan en el momento del evento, son objetos de atención por la gran cantidad de vehículos, cantidad de personas reunidas, mobiliario de anuncios particulares de la celebración. Estos factores anuncian la aproximación a un evento convocante y la probabilidad de que el turista que transita con algún tipo de vehículo visite y hospede en el centro urbano. Además, si existe poca distancia entre los centros urbanos menores involucrados en un sistema regional de eventos culturales, el mismo turista puede optar por concurrir a varios eventos. Estas celebraciones urbanas son un momento de integración del espacio público y la celebración porque se apropian del lugar donde se insertan, por la cantidad de gente que convocan, el tipo de actividad que generan, los requerimientos especiales de estructura, infraestructura, ambientales y sociales, y el tipo de diseño de mobiliario urbano. Su creciente difusión nacional o internacional atrae a visitantes e inversores, puede ser un factor que estimule la economía de pequeñas localidades en estado crítico (Sabate, Frenchman y Schuster, 2004). Los autores afirman que tanto el evento como el área donde se inserta, o la misma ciudad donde se localiza, tienen un importante valor histórico-cultural del cual la sociedad necesita mantener vivo para su construcción cotidiana, pensando en el legado que recibió y debe transmitir a las próximas generaciones. Por esta razón es fundamental que revalorice, se apropie y lo considere como parte de su patrimonio cultural tangible e intangible.

Chatzinakos (2014), en su estudio, analiza casos europeos de festival comunitario y eventos, sus estrategias de organización y las diferencias existentes entre la comercialización de estas celebraciones y la comunidad local. Afirma que los festivales/eventos son prácticas culturales importantes que forman parte de la cultura urbana local y aumentan el valor de sus comunidades formando espacios creativos urbanos para múltiples expresiones y reflexiones. Los festivales se pueden reconocer como reuniones recreativas de personas que han permanecido en la historia de las sociedades. El autor define a la comunidad como el grupo de personas organizadas con una identidad y valores compartidos que participan en la construcción de estas festividades, otorgando una respuesta solidaria y de pertenencia cultural frente a la crisis económica y social reciente o de permanencia en el tiempo, que supone la producción de normas para consolidar el bienestar común.

1.6 Procesos de mercantilización de las prácticas culturales

Augé (1980) define lo público como instante de convivencia y reencuentros de identificación cotidiana que busca contrarrestar el anonimato, representan los espacios de libertad buscados. Si bien las políticas culturales abarcan un vasto conjunto de instancias, agentes, instituciones y organizaciones, muchos autores coinciden en destacar que, en América Latina, el rol del Estado como gestor cultural ha sido fundamental (García Canclini, 1987; Ochoa Gautier, 2002; Bayardo, 2008). También existe un amplio consenso en que estas políticas operan como un campo organizativo que se puede articular para lograr fines de consolidación o transformación simbólica, social y política específicos (Ochoa Gautier, 2002), utilizando a la cultura como un recurso o medio para intervenir activamente en el espacio público (García Canclini, 1987; Ochoa Gautier, 2002). El Folklore en sus dimensiones estéticas o artísticas, en tanto a la gestión y difusión de ciertas manifestaciones culturales podemos decir que forman un campo de disputas simbólicas y políticas.

Existe al menos un modo de experiencia turística, el denominado de interés, que es compatible con el proceso de Mercantilización de la cultura, en la cual el valor simbólico original es reemplazado por el valor comercial de los productos culturales. La industria turística mercantiliza la cultura con la finalidad de ofrecer experiencias de valor para el turista, lo cual pudiera verse como paradójico, no obstante, resulta totalmente pertinente cuando se trata de producir una experiencia turística de interés (Calleja-González 2016). Podemos decir que el proceso de Mercantilización le da a los fenómenos un valor explícito y alienante de cambio (Halewood- Hannam 2001), el cual disminuye su valoración basada en las características intrínsecas y esenciales del fenómeno. Por lo tanto la Mercantilización es el proceso por medio del cual las cosas y actividades son evaluadas principalmente en términos de su valor de cambio (exchange value), en un contexto comercial (trade), así convirtiéndose en mercancías y servicios (Cohen, 1988), independientemente de sus atributos o capacidades para ser utilizados.

El autor Prats (2006) explicita que la Mercantilización del Patrimonio está vinculada a la existencia misma del Turismo; esto refiere a dos procesos de Activación patrimonial. La Activación patrimonial clásica se produce dentro del contexto social para la población local y es anterior al proceso de Mercantilización; y la Activación patrimonial mercantilizada trasciende el núcleo de lo local para su introducción en el mercado turístico. De esta manera se construyen estereotipos destinados al consumo y se ponen en cuestionamiento los elementos identitarios, ya que el patrimonio se plantea en términos económicos transformado en un recurso turístico. El significado de ese patrimonio, muchas veces, responde a una concepción estereotipada que los turistas tienen respecto del mismo.

El Patrimonio mercantilizado tiene como consecuencia problemas identitarios que se estructuran a partir de:

- ✓ una planificación deficiente que genere un desequilibrio entre el número de turistas esperado y el real
- ✓ exceso de turistas en el destino que conllevan impactos negativos del turismo
- ✓ una banalización del patrimonio.

Córdoba y Ordoñez (2009) en su investigación **Turismo, desarrollo y disneyzación: ¿una cuestión de recursos o de ingenio?** plantean que el Turismo se da mediante un proceso progresivo de artificialización de la cultura, en el marco de la globalización. Fenómenos culturales proclives a esta artificialización son el ocio, el consumo y el espectáculo, y se combinan en las actividades turísticas. Alan Bryman (2002) define la disneyzación como el proceso mediante el cual los principios que rigen los parques temáticos están dominando los sectores de la sociedad americana y del resto del mundo. La cultura Disney promociona, vende y satisface ilusiones, materializándolas, a través de la tematización de las formas y contenidos. La artificialización de los componentes relacionales en el Turismo tiene una especial inclinación hacia las falsificaciones, incluso cuando las nuevas formas de turismo se presentan como alternativas a los modelos masificados y estereotipados (Córdoba y Ordoñez, 2009). La comercialización del Patrimonio con fines turísticos y la privatización de éste, son factores que tienden a enajenar el significado mismo del Patrimonio y en consecuencia a artificializarlo, convirtiéndolo en una representación teatral de lo que realmente es.

CAPÍTULO 2. Folklore y turismo en Cosquín

2.1 Descripción del proceso histórico de Cosquín

En el siglo XVI la zona estaba habitada por Comechingones. El territorio era conocido como Quizquizacate, palabra que refería a la unión de los ríos Yuspe y San Francisco que dan origen al Río Cosquín. Existen vestigios de las culturas Ongamira y Ayampitín del año 6000 a.c en petroglifos y jeroglíficos en el Balneario San Buenaventura. Hacia el siglo XVI Lorenzo Suarez de Figueroa hace un relevamiento de la zona dado que era el encargado del reparto de tierras y encomendados para España. Las divisiones se hacían en estancias, mercedes, solares y postas, y Cosquín fue nombrado Puesto. Entre 1573 y 1625 estas tierras estuvieron administradas consecutivamente por Jerónimo Luis de Cabrera, Pablo de Guzmán y Luis de Tejeda y Guzmán, quien fundó una estancia y una capilla. Hacia 1877 se delimitó la Villa de Cosquín fijando las manzanas y plazas. En 1883 se creó la institución municipal. En 1939 la villa se transforma en ciudad a partir del Decreto nº3829 del gobierno provincial. En el año 1899 se inauguró el ferrocarril de trocha angosta, actualmente conocido como Tren de las Sierras, que conectaba Córdoba capital con Cruz del Eje hasta la suspensión del servicio en 1977. Este tren se utilizó para el traslado de personas y carga entre las pequeñas localidades del Valle de Punilla. En 1960 fue su época de mayor popularidad dado que este ramal llevaba gran cantidad de habitantes del Valle de Punilla, así como a turistas provenientes de las ciudades de Córdoba, Buenos Aires y Rosario por módicos precios, incluyendo servicios de comida a bordo, en formaciones tipo coche motor.

Hacia 1900, Cosquín era considerado como zona terapéutica, debido a su microclima. Allí se fundaron las pensiones para los enfermos de tuberculosis. La mayoría de las personas que vivían en estos sanatorios eran de familia adinerada, sin embargo, otras personas que no poseían familiares, se trasladaban con todos sus bienes, quedando a su muerte, todo a disposición del estado. La amenaza de la tuberculosis retrocede, cuando en 1950, Alexander Fleming descubre la penicilina. En este momento se inicia la decadencia de los Hospitales de Altura, Hospital Colonia Santa María de Punilla, Hospital Domingo Funes y de Llanura llegando el fin de la terapia de "descanso en zonas secas y asoleadas". Cosquín entra en una etapa de disminución de su economía dado que el factor más importante de movimiento económico de la ciudad, eran los enfermos de tuberculosis.

2.2 Región Centro. Datos demográficos, geográficos y actividades productivas, descripción del turismo en Cosquín.

En la Región Centro, a través de la Agencia Córdoba Turismo, se ha elaborado un Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba, cuyo objetivo general es generar actuaciones estratégicas conducentes al desarrollo sustentable de la actividad turística en Córdoba, mediante la participación comprometida de todos los sectores del turismo de la provincia para el logro de una mejor calidad de vida para los habitantes, la protección del patrimonio provincial, el desarrollo cualitativo de la oferta, el incremento y la redistribución de sus ingresos, basada en criterios de equidad y la consolidación de la imagen turística de la provincia (PETSC, 2005).

La Región Centro muestra una importante presencia de la naturaleza en todos sus espacios tales como arroyos, cascadas y balnearios que se combinan con bosques serranos, cumbres rocosas y “aire puro” que se hizo famoso por sus propiedades curativas en el siglo XIX. Las sierras de la Región Centro pertenecen al macizo de las Sierras Pampeanas. El cerro Champaquí, posee 2.884 msnm y es el más alto de la región. En la superficie de la Región Centro se pueden encontrar dos áreas morfológicas bien diferenciadas, el sector serrano por el oeste y las llanuras hacia el este. Los tres principales cordones montañosos son Sierras Chicas, Sierras Grandes y Sierras Occidentales. Con las lluvias de verano, el caudal de los ríos serranos crece súbitamente. Muchos diques construidos formaron grandes lagos artificiales. La Región Centro se halla comprendida dentro de la franja de clima templado, con una temperatura máxima promedio de 30°C y una mínima de 10°C, y posee una buena diferenciación de las cuatro estaciones. Las lluvias son estacionales de verano con unos 800 mm anuales. La Región Centro constituye una de las regiones con más fiestas populares y festivales de Argentina, destacándose el Festival Nacional e Internacional de la Doma y el Folklore en la Ciudad de Jesús María, el Festival Nacional del Folklore en la Ciudad de Cosquín, la Fiesta Provincial del Cabrito y la Artesanía en Quilino, el Cosquín Rock en Santa María de Punilla, el Festival Nacional de Peñas en Villa María, la Fiesta Nacional de la Cerveza “Oktoberfest” en Villa General Belgrano junto con la Fiesta de la Masa Vienesa y la Fiesta del Chocolate Alpino.

La Región Centro posee una población de 7.739.4073 habitantes y una superficie total de 377.109 km². Cabe destacar que la participación de la región en el Producto Bruto Interno (PBI) es la segunda más importante del país: 393.084 millones de pesos, alrededor de 50.000 pesos por habitante, más de un 18% del total nacional. (Villarino y Bercovich, 2014)

Tradicionalmente la Región Centro estuvo ligada al producto sierras, sol y ríos. Sin embargo, progresivamente, a través de la alta potencialidad de los recursos naturales y culturales, los productos turísticos se han diversificado, destacándose el Turismo cultural como turismo de fiestas y festivales (PETSC, 2005).

Cosquín es una ciudad ubicada en la provincia de Córdoba, Argentina. Se sitúa en el Valle de Punilla y queda a 46 km de la capital provincial. Posee una superficie total de 26,63 km², su altitud media es de 719 m s.n.m. Cosquín es la cabecera del Departamento de Punilla, en lo que se denomina Sierras Chicas. En cuanto a la significación del topónimo Camín Cosquín, podemos mencionar la que relaciona este nombre al de Cuzco (Cosquín - Cuzco chico) aunque no está comprobado que hubo una vinculación directa entre los comechingones y el Tawantinsuyu.

Puede mencionarse como atractivo turístico al Río Cosquín y al Cerro Pan de Azúcar. Se accede a la ciudad a través de la Ruta Nacional RN 38, desde la ciudad de Bialet Massé. En el año 1900 se inauguró el ferrocarril de trocha angosta, actualmente conocido como Tren de las Sierras, que conectaba Córdoba capital con Cruz del Eje hasta la suspensión del servicio en 1977.

Cosquín posee 25.985 habitantes (INDEC, 2014). Su aglomerado urbano se forma con las localidades de Villa Bustos, Santa María de Punilla, Villa Caeiro, Molinari y Bialet Massé. Dicho conglomerado cuenta con un total de 47.785 habitantes (INDEC, 2014). En la actualidad, los barrios que mayor expansión demográfica poseen son los ubicados al norte y noreste, tales como Molinari, El Condado y Villa Pan de Azúcar.

El agua potable es provista por la Cooperativa de Agua, y extraída en su mayor parte del Río Cosquín y del Río Yuspe. La energía eléctrica es brindada por la empresa EPEC. El suministro de gas natural en la localidad es escaso. Cosquín cuenta con telefonía e internet provisto por Telecom y de servicio de televisión de paga. Los principales centros de comunicación son el Canal 2 Cosquín y Teledoce Cosquín. Además se reciben algunas señales de la Televisión Digital Terrestre TDA desde los transmisores ubicados en cercanías de Villa Carlos Paz.

En cuanto a la infraestructura vial, podemos mencionar la Ruta Nacional RN38, una autovía de circunvalación que corre por el este del casco urbano. Las empresas Ersa, Lumasa, Cooperativa La Calera, Transierras y Sarmiento brindan servicio en la ciudad. La estación de autobuses está ubicada en el centro, frente a la estación de ferrocarril.

La estación de ferrocarril es aquella donde finaliza el recorrido el Tren de las Sierras, que proviene de la ciudad de Córdoba. Presta tres servicios ida y vuelta cada día hábil entre cabeceras.

2.3 Festival de Cosquín: surgimiento, periodos, actualidad.

A principios de siglo XX la Ciudad de Cosquín era un lugar de retiro para personas enfermas de tuberculosis y otras afecciones respiratorias, quienes iban a allí debido a su clima serrano. Hacia 1947 la mortalidad por tuberculosis había caído hasta aproximadamente la mitad de la tasa en su período más álgido, en este cambio intervinieron factores de carácter biológico, el proceso de curación con penicilina, y también intervinieron factores de carácter social y político como la constitución de un sistema sanitario de carácter nacional (Carbonetti, 2012). A fines de los años 50 la Ciudad de Cosquín perdió su principal fuente de ingresos y necesitó de nuevos recursos para subsistir y a su vez conformar una nueva imagen, concebida desde el imaginario social como la ciudad de la enfermedad. Por este motivo surgió a principio de los años sesenta la iniciativa de realizar un festival folklórico que cambiara la imagen de Cosquín (Patiño Mayer, 2016).

En un informe del Diario La Nación¹ se destaca que:

“Hace unos setenta años Cosquín era la localidad a la que iban enfermos de tuberculosis y de otras dolencias respiratorias para recuperarse. El clima serrano del valle de Punilla fue amable con ellos hasta que llegó al mundo la penicilina. Lo llamativo es que, años después, se creó el Festival Nacional del Folklore y el vértigo que desde entonces se vive durante las “nueve lunas” festivaleras, y en los días previos, poco tiene que ver con ese clima serrano pacífico y sereno. Todo es adrenalina pura.”

Cabe destacar que el conjunto de cambios sociales en Argentina, especialmente visibles a partir de la primera posguerra, amplió la disponibilidad de tiempo de ocio para distintos grupos de habitantes y fue convirtiendo a las vacaciones en una actividad al alcance de comerciantes, empleados y pequeños propietarios (Ospital, 2005). La modernización se traducía en la posibilidad de hacer turismo por el país, visitando las playas de Mar del Plata, las sierras de Córdoba o las montañas mendocinas. Es

1 Apicella, M. “Cosquín renace en folklore”. Diario La Nación 10/01/2016. Recuperado en www.lanacion.com.ar

interesante destacar que los nuevos turistas se dirigieron a los lugares donde tradicionalmente descansaban los miembros de la elite. Aunque ocupando alojamientos más modestos o barrios alejados de los sitios de moda, poderosos y ciudadanos comunes viajaban hacia los mismos destinos (Ospital, 2005).

“En 1949, el presidente Juan D. Perón dictó el Decreto 3371/1949 de Protección de la Música Nacional, disponiendo que las confiterías y lugares públicos debían ejecutar un cincuenta por ciento al menos de música nativa, norma consolidada en 1953 con la Ley N° 14.226, más conocida como Ley del Número Vivo, que ordenaba incluir artistas en vivo en las funciones cinematográficas. Las medidas promovieron una explosión de artistas y grupos folklóricos.” (Dupey,2016)

El Festival Nacional de Folklore de Cosquín, realizado de manera ininterrumpida desde 1961, es conocido como uno de los festivales populares latinoamericanos de mayor relevancia, y desde 1984 se transmite en directo a todo el país por la televisión pública. Se lleva a cabo cada año durante las últimas nueve noches de enero, principal mes de veraneo para los argentinos, por lo cual suele recibir un gran afluente de Turismo nacional y, en menor medida, internacional. Participan delegaciones oficiales de todas las provincias argentinas, los ganadores de los concursos previos que se efectúan en cada provincia, el denominado Pre-Cosquín, y artistas consagrados. El festival dura nueve noches debido a su origen religioso, la Novena por la Virgen del Rosario que es la patrona de la ciudad de Cosquín. La tradición oral hace referencia a las “Nueve Lunas de Cosquín” o “Nueve Lunas Coscoínas”.

El Festival de Cosquín se pensó originalmente para promover el turismo e incentivar la economía local. Surgió del interés de los vecinos, quienes formaron una “Comisión Municipal de Turismo y Fomento”. El primer festival se realizó ad-honorem y derivó de la 1a. y 2a. Semana de Cosquín (1958-1959), en la que se realizaban los festejos del día de la Virgen del Rosario. El 26 de Agosto de 1960 se creó la Comisión Municipal de Folklore que contaba con el apoyo municipal y fue la encargada de crear un espectáculo de Folklore Nacional, incluyendo el canto, la música, y la danza tradicional. El Primer Festival Nacional de Folklore, realizado entre el 21 y 29 de enero de 1961 presentó a las delegaciones oficiales de la casi totalidad de las provincias Argentinas y los artistas de mayor prestigio².

El primer festival se realizó sobre la RN 38, calle San Martín, frente a la plaza Próspero Molina y la iglesia, en la que se construyó un escenario³. En el segundo año del festival se creó el Ateneo Folklórico de Cosquín que consistía en una agrupación de folklorólogos y folkloristas que ofrecía charlas y conferencias en disciplinas tales como antropología, arqueología, artesanía, y cultura aborígen, entre otras⁴. En 1962 la Comisión de Folklore propuso trasladar el escenario a la Plaza Próspero Molina y a

2 Sitio oficial de la Comisión Municipal de Folklore de Cosquín. Disponible en www.aquicosquin.org. Fuente consultada en junio de 2019.

3 Sitio oficial del ente provincial de Turismo de Córdoba. Disponible en www.cordobaturismo.gov.ar. Fuente consultada en junio de 2019.

4 Sitio oficial de la Fundación Konex. Disponible en www.fundacionkonex.org. Fuente consultada en junio de 2019.

partir de esa fecha fue transmitido durante las nueve noches por la radioemisora Belgrano de la ciudad de Buenos Aires y la red de emisoras del interior del país. La popularidad del festival fomentó la creación de un programa cultural cuyo eje fundamental sería el Ateneo Folklórico, del cual derivarían los diversos Seminarios y Conferencias, realizados paralelamente al festival de cada año y la organización de la Feria Nacional de Artesanías y Arte Popular⁵.

En el año 1963 el Presidente de la Nación decretó con fuerza de ley bajo el número 1547 la “Institución de la semana nacional del folklore a través del Festival Nacional de Folklore de Cosquín”.

La Organización de Estados Americanos en una nota enviada a la Comisión Municipal de Folklore destaca que comprende la amplia trascendencia de este evento cultural y desea manifestarles que se halla vitalmente interesada en estimular y fortalecer actividades como ésta, en todos los estados miembro, y que por los antecedentes y la importancia alcanzada por el Festival Nacional de Folklore de Cosquín, lo patrocinaría. En esta época inicial se destacaron Ariel Ramírez, Atahualpa Yupanqui, Los Chalchaleros, Los Fronterizos, Jorge Cafrune, Mercedes Sosa, Alfredo Zitarrosa y Horacio Guarany. Posteriormente delegaciones europeas comenzaron a viajar a participar del festival, provenientes de Japón, Polonia e Italia⁶. En 1975 en la ciudad de Kawamata, Japón, se organizó por vez primera un encuentro denominado “Cosquín en Japón” en el que participaron aficionados japoneses haciendo música y danzas nativas argentinas. Dicho evento se sigue realizando en la actualidad⁷.

La dictadura militar que tomó el poder en 1976 afectó fuertemente la producción de la música folklórica argentina, dañada por la censura, las listas negras y las persecuciones a las que fueron sometidos los artistas, muchos de los cuales debieron exiliarse, debido a lo cual gran cantidad de discos fueron grabados y difundidos fuera de Argentina y que en su mayoría nunca llegaron a ser escuchados por el público argentino. Las acciones represivas y listas negras contra artistas e intelectuales a ser secuestrados o censurados, fueron conocidas como Operativo Claridad (Patiño Mayer, 2016). La autora también afirma que el Folklore es un espacio de resistencia cultural a la dictadura y que, la historiografía musical ha priorizado a aquellos músicos que padecieron la represión y la censura, muchas veces exiliados; y que la dictadura colaboró con la promoción de ciertas carreras artísticas y con el funcionamiento de algunos aspectos del festival.

Asimismo argumenta que la Guerra de las Malvinas, iniciada el 2 de abril de 1982, tuvo un impacto notable y paradójico sobre la música argentina debido a que los medios de

5 Sitio oficial del Diario de Carlos Paz. Disponible en www.eldiariodecarlospaz.com.ar . Edición impresa del 02/02/19. Director General: Pedro Solans.

6 Sitio oficial de la Comisión Municipal de Folklore de Cosquín. Disponible en www.aquicosquin.org. Fuente consultada en junio de 2019.

7 Sitio oficial de la Comisión Municipal de Folklore de Cosquín. Disponible en www.aquicosquin.org. Fuente consultada en junio de 2019.

comunicación, autorizados por el régimen militar gobernante, comenzaron a difundir música popular argentina en grandes cantidades, con el fin de promover el nacionalismo en la población. A su vez, la autora menciona que este fenómeno influyó sobre el rock nacional y el tango, permitió que volvieran a difundirse muchos de los artistas prohibidos, algunos de ellos desconocidos por las generaciones más jóvenes, y que resurgiera el interés por el Folklore. En ese contexto se produjo el regreso del exilio de Mercedes Sosa a la Argentina y la realización de un recital en el Luna Park. En este recital, histórico en varios sentidos, Mercedes Sosa rompió con varios prejuicios que eran habituales en la música popular argentina hasta ese momento, incluyendo en su repertorio canciones de rock argentino.

El famoso grito “¡Aquí Cosquín, capital nacional del folklore!” con que se inicia cada edición del festival fue creado por Ricardo Shmider, un locutor cordobés, y luego popularizado por Julio Maharbiz, por años presentador del festival, quien le dió su impronta. El festival cuenta con un himno llamado “Cosquín empieza a cantar” compuesto por Zulema Alcayaga y Waldo Belloso. En el año 1984 el canal estatal de televisión decidió transmitir en directo para todo el país las dos primeras horas de cada una de las “nueve lunas” del Festival de Cosquín. Se destaca la importancia de esta medida para la difusión de la música folklórica como consecuencia directa del pensamiento cultural que deriva del retorno de la democracia. En 1995 la Fundación Konex le otorgó una Mención Especial por su invaluable aporte a la Música Popular Argentina.

A partir del relevamiento del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)⁸ del 2013, en el Mapa Cultural⁹ se pueden distinguir 3.044 eventos culturales tales como fiestas, ferias de artesanías y de libros en Argentina (disponible en <http://sinca.cultura.gov.ar>). Debido a su carácter masivo, estas expresiones están vinculadas al desarrollo de las industrias culturales. Esta diversidad y heterogeneidad musical también se expresa en la gran cantidad de fiestas, festivales y celebraciones populares que tienen lugar en la región, las cuales son muy difundidas, concurridas y reflejan principalmente el aspecto artístico musical. (Villarino y Bercovich, 2014)

En las últimas décadas se ha podido observar una confluencia de la música popular argentina, tanto de las corrientes provenientes del Folclore, como del tango y el rock nacional, con figuras como la ya mencionada Soledad, y otros tantos como Luciano Pereyra, Los Nocheros, Jorge Rojas, Abel Pintos, Facundo Toro, el Chaqueño Palavecino, Raly Barrionuevo, Los Tekis, Los Alonsitos, Amboé, etc. Algunos de ellos integran una corriente que ha dado en llamarse folklore joven. (Patiño Mayer, 2016) El Festival de Folklore de Cosquín da cuenta de otra realidad de la música folklórica ligada

8 El Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) es un organismo dependiente de la Secretaría de Cultura y Creatividad del Ministerio de Cultura de la Nación, que produce, sistematiza y difunde información referida a la actividad cultural. Es una herramienta de gestión y un instrumento de información pública.

9 El mapa Cultural es un programa del SInCA que muestra la información georreferenciada referida a infraestructura, agente y actividades culturales, y datos socio-demográficos en todo el país. La información mapeada proviene de entidades públicas y privadas. El mapa muestra cómo se distribuye el entramado cultural, dónde se concentra y cuáles son sus problemas de acceso. (www.sinca.gov.ar)

a los grandes grupos empresariales y discográficos, los medios de comunicación y el surgimiento de los festivales folklóricos a nivel nacional como espacios de difusión y legitimación de estos artistas. (Patiño Mayer, 2016).

Espacio físico del festival

La plaza Próspero Molina se impone como espacio social original en una ciudad urbanizada. Es la expresión de un conjunto de relaciones sociales que se materializan en formas económicas, de poder e ideológicas, variables según las necesidades y los medios de ese momento, y según configuraciones difíciles de tener en cuenta por su propensión a evolucionar entre el mito y la realidad (Garro 2004). La plaza en que se realiza el festival lleva el nombre de Próspero Molina (1827-1889), hombre que perteneció a una familia histórica de Cosquín y fue quien donó el terreno al pueblo.

El escenario se llama Atahualpa Yupanqui en homenaje al cantautor folclorista argentino. En 2001 se construyó un nuevo escenario, con una boca de 50 metros de largo, 6 de alto y 830 m² de superficie. El escenario está dotado con un plato que puede girar 180° para hacer más rápido la sucesión de los artistas.



Imagen 1. Plaza Próspero Molina. Fuente: fotografía de autoría propia. Julio de 2019.

Actividades folklóricas en Cosquín

A partir de la observación participante de algunos eventos durante el periodo 2018-2019, la información disponible en el sitio web de la Municipalidad de Cosquín www.cosquin.gov.ar y la experiencia personal de 14 años de asistencia al Festival Nacional de Folklore de Cosquín, peñas, espectáculos callejeros y eventos en los balnearios, se describe a continuación las diferentes actividades que caracterizan la relación folklore-turismo.

✓ Cosquín de peñas. Se desarrolla durante todo el mes de julio, y coincide con las vacaciones de invierno del calendario escolar. Cuenta con una programación de atractivos musicales, danzas y gastronomía. En el año 2019 se utilizó el slogan “El folklore se hace hoguera en las almas” para la promoción y difusión de los eventos. Brinda espacios simultáneos con feria de artesanías y manualidades y clases de danza.



Imagen 2. Fuente: Folleto entregado en mano por la Comisión Municipal de Folklore. Julio de 2019.

✓ Pre Cosquín. Es un Certamen de nuevos valores con sedes dispuestas en cada provincia que realizan un selectivo. En las siete noches de certamen se elige a quienes actuarán en el festival en cada rubro, ya sea como solista vocal masculino/femenino, vocalista de tango, pareja de danzas tradicional y estilizada y como la canción inédita que será la que Cosquín aportará al nuevo cancionero popular.



Imagen 3. Anuncio del Pre Cosquín 2019. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

- ✓ Peña mensual. Es un espacio de encuentro familiar con gastronomía regional, música y danzas folklóricas. Ofrece trabajo a la comunidad local y contribuye con el desarrollo de los pequeños productores. Se realiza en el Centro de Congresos y Convenciones, calle Tucumán 1031.



Imagen 4. Fuente: Folleto entregado en mano por la Comisión Municipal de Folklore. Julio de 2019.

- ✓ Fiesta del Duende. Se realiza en el mes de octubre. Se caracteriza por música en las calles, peñas folklóricas y desfiles temáticos. Algunas actividades son gratuitas y otras tienen costo. Podemos mencionar las “Serenatas a domicilio” que se pueden solicitar en la Oficina de Turismo, el “Desfile del duende festivalero” y la popular peña del Fogón Criollo con sus clases de “Master Chaca” y “Master saya”, taller del duende y actividades recreativas.



Imagen 5. Cronograma de actividades de La fiesta del Duende 2017. Fuente: www.cosquin.gov.ar.



Imagen 6. Fuente: Folleto entregado en mano por la Comisión Municipal de Folklore. Julio de 2019.

- ✓ Primavera del Folklore. Es un evento organizado por Las Buenas Noticias Producciones, convoca a bailarines de danzas folklóricas de todo el país, academias de danzas, ballets y bailarines independientes. Se realiza en noviembre en la Plaza Próspero Molina. Este evento tiene un gran impacto a nivel social, cultural y turístico en la ciudad de Cosquín.



Imagen 7. Publicidad de la Primavera del Folklore 2019. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

- ✓ Feria Nacional de Artesanías y Arte Popular “Augusto Raúl Cortazar”. En la feria participan más de 300 artesanos de todo el país con una importante presencia también de artesanos Latinoamericanos. Los artesanos tienen un lugar asignado y pagan cánones a la municipalidad por el usufructo del mismo. En el marco del

Certamen Pre-Cosquín, la misma abre sus puertas para la gran cantidad de bailarines, cantantes, músicos y público en general. Se ofrece al público Talleres Culturales como un espacio de revalorización cultural. Se ubica en Plaza San Martín donde los artesanos muestran y comercializan sus artesanías e instrumentos. Los turistas la llaman Plaza de los artesanos.



Imagen 8. Publicidad de la Feria Nacional de Artesanías y Arte Popular 2018. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

✓ Encuentro Nacional De Poetas con la Gente. Es un encuentro de poetas que proclama la poesía como lazo de amistad, solidaridad, compromiso y entrega, con sus cantores populares integrados para una cultura Popular y Latinoamericana.



Imagen 9. Publicidad del Encuentro Nacional de Poetas con la Gente 2019. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

✓ Peñas. Son una parte esencial del circuito folklórico de Cosquín, con música, danzas, comidas típicas y artistas de todo el país. Podemos mencionar algunas peñas del año 2019 tales como Peña Oficial, Fogón Criollo, La Casona, La Salamanca, La Arepa, La Real, La Yuspeña, La Fiesta del Violinero, El Patio de la Pirincha, La Marrupeña, La Peña del “Mono” Leguizamón, Los Ranqueles, La Peña del Chaco. Hace unos 10 años funcionaban otras peñas de mucha popularidad como La peña de Los Copla, La Callejera y La Fisura, todas destinadas a un público joven. El Fogón Criollo durante los fines de semana de Julio se traslada a la calle sobre Avenida San Martín, donde se arma un escenario y un patio gastronómico.



Imagen 10. Personas bailando en Avenida San Martín. Fuente: fotografía de autoría propia. Julio de 2019.

✓ Peña semanal. En el año 2016 con la celebración del 77° aniversario de la ciudad se inauguró el Salón Cura Monguillot. Este lugar antiguamente dedicado a juegos de azar fue recuperado para ofrecer un lugar de encuentro con gastronomía regional, música y danza. Esta peña se llama Fogón Criollo y el acceso a la misma es libre y gratuito. El espacio ofrece mateada y micrófono abierto para los visitantes. Es una fuente importante de trabajo y capacitación a través de la Dirección de Desarrollo y promoción social.



Imagen 11. Fuente: Folleto entregado en mano por la Comisión Municipal de Folklore. Julio de 2019.



Imagen 12. Escenario del Fogón Criollo. Fuente: fotografía de autoría propia. Julio de 2019.

✓ Visita al Paseo de las esculturas y artesanos. Es un paseo temático abierto todos los fines de semana del año. En el patio se encuentran las esculturas de Mercedes Sosa, Jorge Cafrune, Atahualpa Yupanqui, Hernán Figueroa Reyes, y Horacio Guarany. Los turistas se sacan fotos como recuerdo. Se ubican en la entrada del Salón Cura Monguillot y que forma parte del llamado Paseo temático Próspero Molina, que incluye la apertura de la plaza todos los días del año para poder visitarla y el fogón criollo en el mencionad salón, abierto los fines de semana durante el año y en el festival todos los días. El lugar tiene una feria de artesanos.

✓ Circuito “Folklore y Río”



Imagen 13. Mapa zonal promovido por la Comisión Municipal de Folklore. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

El mapa zonal divide la ciudad en áreas de descanso, balnearios y escenarios de espectáculos callejeros. Estos espacios tienen acceso libre y gratuito y cuentan con servicios básicos como buffet y baños públicos.

- ✓ Visita al Centro Municipal de Congresos y convenciones. Es un espacio para la realización de espectáculos y eventos culturales de todo tipo tales como Encuentros, Exposiciones, Congresos, Convenciones, recitales, peñas y bailes. Posee una sala principal con capacidad para 1200 personas, escenario, sala auditorio para 250 personas, 6 oficinas, 3 boxes para comisiones, una sala de exposición, confitería, sonido e iluminación, sanitarios y herramientas tecnológicas que posibilitan el desarrollo de los eventos. Las reparticiones que tienen oficinas allí son: Registro Civil, Cementerio, Dirección de Cultura e Identidad, Oficina de Personal, Oficina de Compras y Suministros, Tribunal de Faltas, Concejo Deliberante, Comisión Municipal de Folklore, Oficina de Programa Presente, Escuela Municipal de Folklore. En horario de atención es lunes a viernes de 7:30 a 14 hs sobre la calle Tucumán 1031.

✓ Circuito de Artistas callejeros. Están ubicados en sitios característicos de la localidad como balnearios y plazas, en donde cantan y bailan artistas de todo el territorio nacional y público en general. Podemos mencionar:

Plaza San Martín- Escenario Alfredo Ábalos
Ex Azud Nivelador - Escenario Santiago Ayala
La Toma - Escenario Hernán Figueroa Reyes
Onofre Marimón - Escenario Jorge Cafrune
Camping AOITA - Escenario Marcelo Berbel
Bialet Massé - Escenario Lucho Lucero
La Remembranza - Escenario Tamara Castro
Móvil - Escenario Mercedes Sosa
Uranga - Escenario Chango Rodríguez
Tucumán - Escenario Postales de Provincia



Imagen 14. Difusión de actividades de artistas callejeros. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

✓ Calendario de eventos anuales en el marco del programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año”

CALENDARIO ANUAL DE ACTIVIDADES 2018/19

EN COSQUIN EL FOLKLORE DE FIESTA TODO EL AÑO

El punto de encuentro de las culturas del mundo, te espera todo el año, con actividades que reúnen la música, la poesía y la danza. Desde la temporada estival, pasando por todas las estaciones, la llama del folklore está viva en Cosquín.



ENERO

3 al 16 / PRE COSQUIN 2018
20 al 28 / FESTIVAL NACIONAL DE FOLKLORE COSQUIN 2018.
13 al 28 / FERIA NAC. DE ARTESANÍAS "RAÚL AUGUSTO CORTAZAR".
22 al 28 / XVII ENCUENTRO DE POETAS CON LA GENTE.

JUNIO

10 / CHOCOLATE ESCUELA.
16 y 17 / ENCUENTRO DE BASTONERAS.
23 / LA PEÑA DE COSQUIN.
29 / GALA DE LA BANDA MUNICIPAL.

OCTUBRE

7 / FIESTA PATRONAL
6 Y 7 / ENCUENTRO CAMIN
12, 13 Y 14 / FIESTA DEL DUENDE.

FEBRERO

10 / LA PEÑA DE COSQUIN

JULIO

8 / GALA BALLET CAMIN.
6, 7, 8 - 11, 14, 15 - 20, 21, 22 / COSQUIN DE PEÑAS.
20, 21, 22 / ENCUENTRO DE DIFUSORES.
13 AL 15/ 20 AL 22 / EXPO DELICIAS DE INVIERNO.
28 / LA YUSPEÑA.

NOVIEMBRE

9 al 11/ 16 al 18 / OBRAS DE TEATRO.
17 / LA PEÑA DE COSQUIN
17 AL 19 / XI ENCUENTRO DE LA HUMANIDAD.
18 / LA CASA DEL TROVADOR.
30 / MUESTRA DE LA BANDA MUNICIPAL.

MARZO

17 / LA PEÑA DE COSQUIN
29, 30, 31, 1 DE ABRIL / EXPO DELICIAS DE PASCUAS.

AGOSTO

17 Y 18 / XXXII CONGRESO DEL HOMBRE ARGENTINO.
18 / PEÑA LA GAUCHADA.
25 / LA PEÑA DE COSQUIN.
26 / ANIVERSARIO DE LA CIUDAD DE COSQUIN.

SEPTIEMBRE

8 / FUNCIÓN DEL BALLET CAMIN
14, 15 y 16 / EL PATIO DEL CHAMAME.
15 / LA PEÑA DE COSQUIN.

INFORMACIÓN - OFICINA DE TURISMO
PLAZA PROSPERO MOLINA - AV. SAN MARTÍN 585
Locales 1 y 2. TEL.: (03541) 454644
turismocosquin@gmail.com

www.aquicosquin.org
 AquíCosquinOrg aquiicosquinok Aquí Cosquín aquiicosquinok



Imagen 15. Calendario anual de actividades 2018/2019. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

- ✓ Muestras y talleres culturales. El Eje integrador es la comprensión de los saberes que hacen a la Identidad Latinoamericana. Estos Talleres se dividen en talleres de distintas técnicas artesanales, talleres de danzas argentinas, talleres de danzas latinoamericanas, talleres de música y talleres de instrumentos.

TALLERES CULTURALES

CENTRO COMERCIAL COSQUIN (Pte. Perón 921)

DANZAS FOLKLÓRICAS DE PANAMÁ - LUNES 22 AL VIERNES 26 - 12 a 13.30 hs.
Prof. Jorge Rozetto

DANZA CONTEMPORÁNEA APLICADA AL FOLK. ARG. - LUNES 22 Y MARTES 23 - 10 a 12 hs.
Prof. Rubén Rodríguez

COMPOSICIÓN COREOGRÁFICA - MIÉRCOLES 24 Y JUEVES 25 - 10 a 12 hs.
Prof. Rubén Rodríguez

DANZAS SUREÑAS - LUNES 22 AL MIÉRCOLES 24 - 17 a 19 hs.
Gloria Villanueva

TEATRO DEL PUEBLO EL ALMA ENCANTADA (Pedro Ortiz 779)

DANZAS MISIONERAS - MIÉRCOLES 17 AL VIERNES 19 - 10 a 11.30 hs.
Esther Romero

INICIACIÓN A LAS DANZAS FOLKLÓRICAS - LUNES 22 AL VIERNES 26 - 18.00 a 19.00 hs.
Prof. Alejandro Chaca Romero

ZAMBA TALLER INTENSIVO AVANZADO - LUNES 22 AL VIERNES 26 - 19.00 a 20.00 hs.
Prof. Alejandro Chaca Romero

TALLER DANZA MÚSICA Y COSTUMBRES JUJEÑAS - LUNES 22 AL MIÉRCOLES 24 - 10 a 12 hs.
Elias Abalos

CLUB DE ABUELOS (Amadeo Sabatini 1035)

LA PINTURA COMO ALQUIMIA - LUNES 22 AL 26 ENERO - 10 a 13 hs.
Nicolas Yovino

INTENSIVO ORFEBRERÍA - 15, 17, 19, 23 Y 25 - 17 a 20 hs.
Rodolfo Ferrari

INTENSIVO ESMALTADO A FUEGO - 16, 18, 22, 24 Y 26 - 17 a 20 hs.
Rodolfo Ferrari

UEPC (Pte. Perón 428)

PROY. DANZAS-RITOS Y COSTUMBRES DEL NORTE - 22 AL 26 - 17 a 18.30 hs.
Nidia Salvatierra

DANZA AFRO PERU Y BOLIVIA CON PERC. EN VIVO - 22 AL 26 - 10 a 12 hs.
Elias Otero

INTERPRETATIVO DE ZAMBA - 15, 17 Y 19 - 18 a 20 hs.
Marcelo Cornejo

ZAPATEO ARGENTINO - MARTES 23 Y JUEVES 25 - 18.30 a 20 hs.
Marcelo Cornejo

CENTRO CULTURAL ENRIQUE BRIZIO (Tucumán esq. Gerónimo)

RITMOS FOLKLÓRICOS PARA INSTRUMENTISTAS - 16 Y 23 / 19 Y 26 - 10 a 12 hs.
Prof. Andrés Bertoglio - Leonardo Martínez

TALLER DE CONSTRUCCIÓN (CON MATERIALES RECICLADOS) - 22 AL 26 - 18 a 20 hs.
Prof. Jonás Perea Muñoz

PLAZA SAN MARTÍN (Feria Cortazar)

TALLER DE VITROFUSIÓN - JUEVES 18 Y JUEVES 25 - 11 a 12.30 hs.
Christian Muevas

TALLER DE RIMIN, LABOREO FORZADO (PEINICILLO) - 16 AL 19 / 23 AL 26 - 10.30 a 12 hs.
Andrea Arcas

TALLER DE HILADOS Y PELEROS - 16 AL 19 / 23 AL 26 - 19.30 a 21.30 hs.
Pavla Ballesteros

TALLER DE Tejar de Fajas - 16 AL 20 / 23 AL 27 - 11 a 13 hs.
Claudia Benitez y Miguel Diaz

TALLER DE CONST. DE HORNO DE LADRILLO (REDUCTORA) - 18, 19, 25 Y 26 - 18 a 20 hs.
Pedro Crispó

TALLER DE PUNTO YICA - 17 AL 19 / 24 AL 26 - 18 a 21 hs.
Maria del Carmen Toribio (Comunidad Wichí)

ESCUELA FISCAL (Av. San Martín esq. Sarmiento)

BORDADO ELEVADO DE TENEJAPA CHIAPAS MÉXICO - LUNES 22 Y MARTES 23 - 10 a 14 hs.
Patricia Chih

TRIDIMENSION SOMBREROS MORRALES ESTUCHES - JUEVES 25 - 17 a 20 hs.
Prof. Maria Gomez

CORRIDO, CHOTIS, CHAMAME, GALOPA, BALERON - MARTES 23 AL JUEVES 25 - 10 a 11.30 hs.
Sofía Torres

TEJAS DE CINTURA (CENTRO DE MEXICO) - SÁBADO 20 Y DOMINGO 21 - 10 a 14 hs.
Yautic Quirós Suarez

TALLER DE TANGO - MARTES 16 JUEVES 18 MARTES 23 JUEVES 25 - 10 a 12 hs.
Gabriel Britos

PROYECTO DE FOLCLORE PARA ADULTOS - 15, 17, 19, 22, 24 Y 26 - 10 a 11.30 hs.
Prof. Ulises Daniel Cobos

AFRICA ESTA EN AMERICA - SÁBADO 13 - 10 a 12 y 18 a 20 hs.
Narco Esquivel (más invitado)

DANZA CREATIVA - LUNES 22, MARTES 23 Y VIERNES 26 - 18.30 a 20 hs.
Prof. Amancay Mantel Amari

TEJAS DE CINTURA (OAXACA) - LUNES 22 AL MIÉRCOLES 24 - 10 a 14 hs.
Yautic Quirós Suarez

TALLER DE DANZA CAPORAL - 16, 18, 22, 24 Y 26 - 18 a 19.30 hs.
Horacio Navas y Romina Paniri

INICIACIÓN FIELTRO O LANA AMASADA - MIÉRCOLES 24 - 17 a 20 hs.
Prof. Maria Gomez

TALLER DE CHACARERA - MIÉRCOLES 24 Y VIERNES 26 - 10 a 13 hs.
Gonzalo Nazza

CUERDA SECA - LUNES 15 AL JUEVES 18 - 10 a 13 hs.
Sivia Mignatore y Monica Jara

INICIACIÓN AL CANTO - LUNES 22 AL VIERNES 26 - 17 a 19 hs.
Verónica Guzmán

MICROCINE (Centro de Congresos y Convenciones - Sarmiento 589)

AQUÍ HABLAMOS QUECHUA - LUNES 22 AL VIERNES 26 - 10 a 12 hs.
Julio Rodríguez Ledesma

LA SALAMANCA (Tucumán esq. Catamarca)

FOLKLORE MEXICANO CONTEMPORÁNEO Y COMPOSICIÓN - 23, 24 Y 25 - 16 a 18 hs.
Jesus Gorgone

COSQUIN CULTURAL 2018

Imagen 16. Difusión de los talleres del programa Cosquín Cultural 2018. Fuente: www.cosquin.gov.ar.

Festival de Cosquín y el Festival de la Doma y el Folklore de Jesús María. Similitudes y diferencias.

Los centros urbanos de Cosquín y Jesús María se conocen a nivel nacional e internacional por su evento. La cantidad de personas asistentes al evento, supera ampliamente la cantidad de habitantes.

El espectáculo central del Festival de la Doma de Jesús María que se lleva a cabo anualmente en la ciudad de Jesús María durante la segunda semana del mes de enero, es el campeonato de jineteada que convoca a participantes de todas las provincias y de países limítrofes para la elección del más adiestrado en estas disciplinas en el anfiteatro llamado "José Hernandez". El evento consiste en espectáculos de música, comidas y costumbres tradicionales de trabajo del campo, del gaucho y pueblos originarios. A su vez se exponen materiales y herramientas para actividades agrícola-ganaderas. Se realiza previamente la convocatoria de jinetes para la participación del campeonato en el cual se hacen presentes las delegaciones de todas las provincias y las de Brasil, Chile y Uruguay¹⁰. Los visitantes nacionales pernoctan durante la semana festiva para presenciar el espectáculo folklórico y concurrir a las demás actividades que representan el Folklore. La publicidad del festival es difundida través de los medios de comunicación de televisión y radio nacional, provincial y local, y los medios informáticos por internet. Un mes antes del festival, se realizan las preselecciones de músicos regionales, alquileres de puestos de artesanos y otras reparticiones públicas locales organizadas por el municipio. La Municipalidad de Jesús María es cabecera departamental y regional del Norte de la provincia de Córdoba, participa del compromiso de cooperación a través del Ente Intercomunal para promoción del Norte Cordobés (EINCOR), y en conjunto con las cooperativas de las escuelas de las localidades de Colonia Caroya y Sinsacate quienes se encargan de la organización de la Comisión del evento, la promoción turística y venta de los productos artesanales. En el momento del evento, estos municipios vecinos y el de Ascochinga receptan a los turistas que no ha podido alojarse en la ciudad de Jesús María. La localización de Jesús María es privilegiada por el paisaje pedemontano y por el aprovechamiento del agua para consumo, para riego y el turismo. En 1966 en la localidad de Jesús María, comienza el Festival Nacional de la Doma y el Folklore. Esta primera edición contó con 45.000 espectadores. La organización del evento dentro del anfiteatro actualmente es administrada por la comisión del festival integrada por 20 cooperadoras de las escuelas primarias y secundarias. El resto de los espacios públicos y actividades son dispuestos por la municipalidad que opera, reglamenta, ordena y distribuye trabajos tanto como para diversas áreas estatales como para las agrupaciones comunitarias e instituciones en el período festivo, y durante el año esta localidad continúa siendo centro administrativo departamental y de actividades rurales de la región¹¹. La seguridad está a cargo de la gendarmería y el tránsito de las rutas nacionales por la policía federal. La difusión a través de los medios televisivos y por internet de este evento, transmite el conocimiento cultural de Folklore y tradiciones argentinas que traspasa los límites nacionales. Por este motivo, los municipios próximos a Jesús María participan en la disposición previa en cuanto a ofrecer servicios de alojamiento, itinerarios turísticos, de transporte, otros eventos, música y gastronomía (Garro, 2009).

¹⁰ Sitio oficial del Festival de Jesús María. Disponible en www.festival.org.ar.

¹¹ Sitio oficial del Festival de Jesús María. Disponible en www.festival.org.ar.

Cosquín Rock

Este festival de rock se realiza en Córdoba en el mes de febrero desde el 2001, actualmente en la localidad de Santa María de Punilla, y tiene una duración de 3 días. Es el festival de rock más importante de la Argentina en el que participan artistas de rock argentinos y de otros países. Se calcula un número total de 120.000 personas durante el desarrollo del mismo. El festival se inició en el año 2001 con el nombre "Cosquín Rock" y se realizó hasta el año 2004 en la Plaza Próspero Molina de Cosquín. En el año 2005 por discrepancias económicas entre la municipalidad y los organizadores del evento, se traslada a Comuna de San Roque hasta el año 2011. Debido a un problema judicial, se elige una nueva sede para el Cosquín Rock, en Santa María de Punilla y se mantiene el nombre porque es marca registrada por el productor, creador y organizador del evento José Palazzo. A partir del año 2017 se llevó a cabo la primera edición del festival en el exterior, Cosquín Rock México en la ciudad de Guadalajara.

Cosquín Rock Argentina es un festival muy importante para el turismo y la economía local dado la numerosa asistencia de personas al evento, los grupos de rock, su organización y logística, personal contratado, sistema de seguridad y primeros auxilios, etc.

2.4 ¿Festival de Cosquín como práctica cultural o producto turístico?

La Activación patrimonial es un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de actores sociales (Almirón; Bertoncello y Troncoso, 2012), y se configura como un espacio de conflicto, lucha, tensión y negociación entre los diferentes actores (Almirón; Bertoncello y Troncoso, 2012): estado, empresas privadas, comunidad local, periodistas, organizadores, artistas, empresas discográficas, representantes políticos y turistas. Consideramos a la identidad como una construcción histórica que tiene que ver con una relación entre las fuerzas simbólicas, una serie de valores y símbolos que constituyen la identidad del Festival de Cosquín ponen en juego espacios de poder en todas sus dimensiones: estética, política, social y económica. Las luchas de representación se evidencian continuamente en el marco del festival; periodistas, organizadores, artistas, empresas discográficas, representantes políticos encuentran permanentes confrontaciones de intereses que se ven reflejadas en la caracterización del Folklore en general y el Festival Nacional de Folklore de Cosquín en particular (Patiño Mayer, 2016). El festival instala constantemente rituales que Cosquín, con su marco legitimador, convierte en tradiciones y aparece constantemente una puja entre los tradicionalistas del Folklore y los exponentes más comerciales (Patiño Mayer, 2016). Esta puja se hace manifiesta en los medios de comunicación, donde los periodistas toman el rol de jueces, en la mayoría de los casos, haciéndose voceros y defendiendo a la llamada tradición. (Patiño Mayer, 2016).

El Folklore y sus expresiones como la música y la danza, desde la década de los sesenta actúan como poderosos símbolos culturales e identitarios. Estas prácticas culturales son constitutivas de aquellas realidades socioculturales de las que participan, y permiten reforzar o legitimar la identidad de grupos sociales.

CAPÍTULO 3. Descripción y análisis de los actores sociales implicados en la relación Folklore-Turismo en Cosquín.

3.1 Actores sociales

A partir de los textos de Touraine (1984) y de Crozier y Friedberg (1977) podemos definir a un actor social como un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores, poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en una sociedad, defendiendo los intereses de los miembros que lo componen. Puede ser entendido como un grupo de intervención que percibe a sus miembros como productores de su historia para la transformación de su situación. El actor se ubica como sujeto colectivo, entre el individuo y el estado, es generador de estrategias de acción llamadas acciones sociales. Toda relación social involucra una relación de poder, que es también una relación de intercambio y de negociación de carácter recíproco. Para definir a cada actor social se tiene en cuenta: la función que cumple, su poder, su representatividad, los recursos que dispone, los objetivos que persigue, las acciones que desarrolla, los resultados que obtiene y sus relaciones con otros actores.

✓ Peñas- responsables de la peña

Se considera peñas a aquellos eventos musicales en los que participan diversos cantantes, poetas, cuerpos de baile y orquestas folklóricas, que presentan sus obras ante un público; en estos lugares se ofrece gastronomía típica. En algunas ocasiones personas del público son invitadas a participar de manera espontánea con algún número artístico, a modo de improvisación o guitarreada. Las peñas son organizadas frecuentemente por organizaciones sociales, políticas, gremiales y estudiantiles para reunir fondos o para solidarizar con alguna persona o causa.

Dado que no existe ninguna otra tipificación de “peña folklórica”, tomaremos la definición de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dentro del Código de Planeamiento Urbano (2005). El rubro “peña folklórica” se define como un espacio mixto, socio-cultural y comercial, donde se desarrollan actividades artísticas y/o lúdicas como canto, narración oral, pintura, telar, plástica, aprendizaje y práctica de danzas típicas argentinas expresadas por propios artistas o concurrentes, teatro criollo, títeres, donde se elaboran y/o expenden comidas y bebidas típicas regionales del país.

Las peñas llamadas folklóricas constituyen espacios y tiempos en los que espontáneamente actores sociales transmiten, socializan y convalidan formas expresivas folklóricas, provienen de fuentes letradas u orales, y se apoyan musicalmente en interpretaciones de artistas en vivo y/o musicalizaciones en base a grabaciones discográficas (Dupey, 2016). De acuerdo a cómo la gente se representa la circulación del Folklore en diálogo con otras expresiones culturales, en otros soportes y formatos mediáticos, se puede plantear una revisión de la categorización de las peñas como Proyecciones y considerarlas como instancias de comunicación y circulación del folklore. Explica Dupey que las peñas folklóricas bailables se han formado por fuera de

los ámbitos de las instituciones oficiales, han involucrado a distintas generaciones, y han atravesado diversos procesos histórico políticos en las que se han socializado y negociado identificaciones sociales tomando como referencia al Folklore. En la actualidad, las peñas presentan una gran diversidad por sus modalidades organizativas, composición social, institucional, estilos del lenguaje artístico desplegado en la música y en la danza (Dupey, 2016). Las peñas se desarrollan en clubes, centros de jubilados, salones, sedes sindicales, polideportivos, parroquias, sociedades de colectividades, casas de provincia, etc; algunas están ligadas a los grupos más conservadores o tradicionalistas y otras abiertas a grupos de mayor creatividad y artistas que tratan de difundir sus creaciones en el género, como así también, jóvenes y trabajadores de los sectores populares.

✓ Comisión Municipal de Folklore de Cosquín

Es un ente municipal, creado en el año 1960 como “Comisión Municipal de Turismo y Fomento”, luego denominada Comisión Municipal de Folklore, constituida por vecinos de la ciudad de Cosquín. Los miembros de la Comisión electos en Asamblea Popular cuentan con el apoyo municipal. La Comisión Municipal de Folklore de Cosquín es la encargada del Festival Mayor de Folklore de la Plaza Próspero Molina en enero. A su vez gestionan el programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que propone eventos y actividades relacionadas al Folklore desde el año 2016. El Presidente actual de la Comisión es Gabriel José Musso, la Secretaria Administrativa Erica López, el Secretario de Programación Luis Darío Barrera, la Secretaria de Prensa Mariel Arriaga, el Coordinador del Pre Cosquín Sergio Javier Oliva y el Coordinador de Espectáculos Callejeros Emiliano Lucero. Posee otras dependencias tales como: la Secretaría de Cultura, Exposiciones, Ferias y Artesanías a cargo de Diego Olmos, la Secretaría de Recursos Publicitarios, Concesiones y Fogones administrada por Jorge Eduardo Marelli y la Secretaría de Relaciones Públicas e Internacionales con su responsable Gabriel Gustavo Mizutamari.

✓ Dirección de Turismo de Cosquín

Es el organismo municipal en materia de planificación turística, programación, gestión, supervisión y fiscalización. Su directora es Marina Soler. En el sitio web de la Municipalidad de Cosquín www.cosquin.org.ar se detallan algunos circuitos turísticos, sitios de interés, visitas guiadas y otras actividades turísticas. Posee una página web propia www.cosquinturismo.gob.ar en la que se describe cómo llegar, alojamiento, actividades para hacer, gastronomía, calendario de eventos y otros servicios.

✓ Comunidad local

Es el grupo de personas que tienen su lugar de residencia en Cosquín. Estas personas se relacionan a partir de sus experiencias, valores, intereses. Pueden estar o no involucrados en las diferentes actividades culturales que propone la Municipalidad.

✓ Artesanos de la plaza

Son emprendedores que impulsan sus propios proyectos y defienden sus intereses de grupo tales como el bienestar común, mejoras en las condiciones de trabajo, mejoras en las condiciones de contratación y uso del espacio público, gestión de recursos comunes. Se ubican en dos lugares principales: la Plaza San Martín que en los 9 días del festival se convierte en la Plaza de los Artesanos y el Paseo de las Esculturas que es un lugar fijo durante todo el año para localizar los puestos de artesanías. Dependen de la Municipalidad para poder acceder a los espacios públicos de artesanías.

✓ Bailarines

Personas que se dedican al baile folklórico, algunos aprendieron a bailar en sus lugares de residencia por tradición familiar y otros aprendieron a través de capacitaciones con profesores. Muchos de los bailarines se dedican a bailar profesionalmente y reciben una remuneración por su trabajo en relación a la danza y armado de coreografías y puestas en escena. Otra oportunidad laboral es a partir del dictado de clases y talleres de danza folklórica en distintas instituciones formales y no formales. Las formas de bailar folklore pueden variar desde los estilos más conservadores hacia los más contemporáneos.

✓ Músicos

Personas que se dedican a la música folklórica: cantautores, cantantes, compositores, arregladores, dedicados a la ejecución de instrumentos, pueden ser solistas o pertenecen a grupos folklóricos. Muchos de los músicos se dedican profesionalmente y reciben una remuneración por su trabajo en relación shows, presentaciones, peñas, etc. Las formas de música folklórica pueden variar desde los estilos más conservadores hacia los más contemporáneos, siendo éstos últimos influidos por el rock y el pop. Existen músicos independientes y otros que pertenecen a un sello discográfico o productora que se encarga del proceso de contratación, difusión y remuneración. El Festival de Cosquín se caracteriza por ofrecer una amplia gama de artistas que representan a las provincias a través de las delegaciones.

✓ Turistas

Personas nacionales e internacionales que visitan Cosquín en alguno de los eventos/ actividades folklóricas durante el año.

3.2 Trabajo de campo: análisis de entrevistas y cuestionarios a actores sociales.

El programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” se puso en marcha en el año 2016 y tiene como objetivo ofrecer actividades culturales relacionadas al Folklore durante todo el año. Respecto a este programa se han realizado entrevistas a la Dirección de Turismo Municipal, la Comisión Municipal de Folklore y a los responsables de la Peña la Salamanca.

Dirección de Turismo Municipal de Cosquín

En la Dirección de Turismo, se entrevistó a De Sío que es la encargada de la Oficina de Turismo. Ella manifestó que el programa municipal *“lo maneja la comisión. Nosotros*

sólo ayudamos a la promoción, pero nace desde la comisión, todo lo que es el Fogón Criollo. La coordinadora Soler contribuye a la organización del programa”.

Respecto de la evolución del turismo a partir de la implementación del programa en el año 2016 manifestó que ha sido muy buena porque se realizan eventos todo el año para poder ofrecer a los turistas. Considera que el programa tuvo impactos en la actividad cultural y considera que hay más turistas a partir de la implementación del programa. Nos contó que el Fogón Criollo funciona todos los fines de semana durante el año, y permite que mucha gente desde Córdoba Capital viaje hacia Cosquín los fines de semana. Agregó como dato importante que el tren tiene un valor de \$18 desde Córdoba capital hasta Cosquín en comparación con el colectivo que está \$215.

De Sío nos dijo que la Dirección de Turismo realiza la promoción para dar a conocer el programa es a través de redes sociales, folletería, y radio. La Dirección de Turismo cuenta con una base de datos, se realizan encuestas durante el verano sobre la satisfacción de los turistas y es la base para elaborar una base de datos de turistas en la temporada. La encargada afirma que :

“Cuando hacemos las entrevistas una de las formas es saber cómo conocieron algún evento, y nos dicen por radio, por televisión también, redes sociales o familiares y amigos.”

De Sío relató las propuestas de turismo cultural que se encuentran funcionando:

“En enero el Festival de Folklore, el circuito de peñas y el circuito de artistas callejeros. También se puede hacer un recorrido a pie por la ciudad, se le entrega un mapa al visitante y se le marca los puntos turísticos más importantes. Se le da un número de contacto con una persona que hace el ascenso al Cerro Pan de Azúcar. La Plaza Próspero Molina está abierta para que la puedan visitar. Enfrente está el Fogón Criollo y el Paseo de las Esculturas. Los colectivos de turismo estacionan ahí”.



Imagen 17. Mapa en soporte papel entregado en mano a los turistas. Fuente: Oficina de Turismo Municipal.

A continuación, manifestó que el Festival Nacional de Folklore es el Producto turístico más importante que posee Cosquín y agregó que *“Es el pilar de la economía de acá de la ciudad”*, dado que *“Al venir mucha gente, generan gastos y eso contribuye. En el verano ponen más personas a trabajar.”* En cuanto a qué significados tiene el Festival de Folklore para la comunidad local, nos dijo que para ellos es muy importante y que la mayoría de las personas trabajan para el turismo o sus actividades están relacionadas con el movimiento de turismo. En relación a los turistas, explica que es el principal motivo de visita y que los que los turistas que asisten en invierno, también preguntan si hacen algo de Folklore o hay peñas en esos días.

La encargada opina que la relación entre la comunidad local y los turistas es buena. Acerca del desarrollo de actividades turísticas asiente que la comunidad local *“Colaboran en las propuestas de la municipalidad que son de fomento del turismo, muchas veces participan en talleres de capacitación, los talleres culturales.”*

Preguntamos sobre los problemas derivados del turismo durante el Festival de Folklore y ella nos contestó:

“Tenemos problemas con el tema de alojamiento, porque las plazas son alrededor de 3000 e imagínate que en la plaza nomás entran 9000 personas. Algunos servicios como el agua escasean. Tenemos problemas hídricos. Hay poca presión durante todo el día, por ejemplo el centro en donde están todos los restaurantes son los que más problemas tienen. En enero hay problemas de seguridad, algunos robos.”

De Sío nos relata que la comunidad local participa en la toma de decisiones en materia de turismo, que tienen el programa presente que está destinado a la comunidad. Éstos son programas gratuitos que brinda la municipalidad. Agrega que:

“Por ejemplo en enero tenemos los talleres culturales, algunos son gratuitos y otros se abonan y pueden participar tanto turistas como gente de la comunidad.”

En cuanto a la cantidad de población que trabaja en actividades relacionadas con el festival, nos proporcionó la siguiente información:

“En turismo somos 4 informantes, la secretaria, la directora y en la plaza 5 o 6 trabajadores más. Somos todos de Cosquín o de la zona. También hay gente trabajando en el Fogón Criollo. Para enero refuerza con más gente. Se agregan más informantes en la oficina, se arma un stand de turismo en la plaza San Martín con 4 personas y un puesto en la terminal de ómnibus con una persona”

Una vez finalizada la entrevista nos han quedado algunas preguntas que no pudieron ser contestadas por De Sío quien nos ofrece una tarjeta con los datos de contacto de la Directora de Turismo. Posteriormente se le envía un mail a la Directora de Turismo, Soler, presentándonos, contándole que habíamos tenido una entrevista con De Sío y preguntándole sobre algunos temas importantes. El mail no fue respondido. Se ha llamado al teléfono de la Dirección de Turismo de Cosquín para poder establecer un contacto con la Directora de esa dependencia, pero no se ha logrado.

Comisión Municipal de Folklore de Cosquín

Entrevistamos a la secretaria López quien nos contó que la comisión tiene origen en los años 60, a partir de la “Comisión Municipal de Turismo y Fomento” conformada por vecinos de la ciudad para la realización del primer festival integrando el canto, la danza y la música de Folklore nacional; y que antes no pertenecía a la Municipalidad, era independiente.

Respecto a las propuestas culturales de la comisión que se encuentran funcionando afirma que:

“en el calendario anual está detallado este mes (julio-agosto), que es el aniversario de Cosquín, cumple 80 años y está todo el cronograma de lo que se hace este mes”.

Por otra parte preguntamos a la secretaria de la Comisión Municipal de Folklore cómo ha sido la evolución del programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” y ella nos informó que todo el año se refiere a que tienen eventos puntuales, como por ejemplo la peña mensual, todos los fines de semana el Fogón Criollo, la Yuspeña y otras actividades que tienen que ver con el Folklore. Afirma que la mayoría de los eventos son al aire libre, y nos cuenta cómo el Fogón Criollo se hace en la calle durante las vacaciones. Agrega que *“los eventos son libres y gratuitos, tratan en lo posible de no cobrar. Lo que es Comisión trabaja no sólo con los festivales, y las actividades durante el año, trabaja con el Pre Cosquín, con el Cosquín. Todas esas actividades dependen de Comisión. En Octubre, para nosotros es muy importante porque está la Fiesta del duende”.*

López nos informó los beneficios que el programa brinda a los artistas, quienes son convocados a través de una base de datos donde los interesados se postulan a través de un mail, esa es la manera de ingresar a la base de datos de la Comisión. Luego los

artistas son convocados y los ayudan a costear los viáticos, no les pagan un caché. Explica que *“a los artistas de la peña oficial sí, porque se cobra una entrada, entonces podés pagarle al artista. La peña oficial se realiza una vez por mes, ahí se cobra una entrada y se puede gestionar un caché. Con lo que recauda la peña ayudamos a otras instituciones, por eso se cobra una entrada y les damos un porcentaje a las instituciones para que ellos puedan mantenerse, hacer arreglos, se les da para que ellos vendan la entrada y se quedan con un porcentaje.”*

La secretaria de la Comisión afirma que los actores sociales dedicados al Folklore se benefician con el programa y éstos son la comunidad local, los artistas ya sea de música o de danza y los que se dedican a las artes manuales. Le preguntamos qué tipo de promoción se realiza para dar a conocer el trabajo de la Comisión y explicó que utilizan redes sociales y conferencias de prensa.

López describe que:

“se hace difusión de todos los eventos que hay. Tenemos facebook, tenemos página web que es www.aguicosquin.org, está la página de Turismo, tenemos muchas páginas e internamente hacemos difusión, en los mismos miembros, folletería, propalación en algunos eventos puntuales como por ejemplo para la Yuspeña se hizo una propalación en Villa Carlos Paz, en La Cumbre; en radios se hace la difusión, se utiliza la radio, a la radio se les otorga un beneficio, les damos entradas para que sean sorteadas, hacemos un canje.”

La Comisión Municipal de Folklore posee una base de datos; los artistas ingresan a la misma y son convocados para todos los eventos anuales. López comenta que debido a la gran demanda, los artistas pueden ser convocados para un Fogón, para una peña o para otros eventos durante el año. Además afirma que se anotan varios ballets folklóricos de Paraguay, Chile y Uruguay.



Imagen 18. Dirección de correo electrónico para acceder a la base de datos, dirección y contactos de la Comisión Municipal de Folklore. Fuente: tarjeta personal entregada en mano por la Comisión Municipal de Folklore.

En la entrevista hicimos referencia al significado que tiene el Festival de Folklore para la comunidad local; López nos relata que tienen mucho contacto con la comunidad local, contacto directo porque precisamente es para ellos todo lo que se hace desde la

Comisión. Detalla que tratan de cubrir todas las expectativas de la comunidad y que por eso se hacen todas las actividades. La Municipalidad tiene muchos programas, uno de ellos es el programa Presente que según López *“está constantemente trabajando con la comunidad., es un programa de integración que se dan cursos gratuitos, hay talleres, hay un montón de cosas que también tienen que ver con el folklore y otras que no, hay oficios; se dan en diferentes puntos de Cosquín como puede ser en una salita que se utiliza como espacio, para llegar a los barrios, Cosquín va a los barrios.”*

Retomando el tema de Espectáculos callejeros la secretaria nos cuenta que *“depende de la comisión y tiene uno de los escenarios que es móvil, va por los barrios, porque no todo el que vive en Cosquín puede llegarse hasta el centro, entonces la idea de la comisión es que nosotros podamos brindarle espectáculos a ellos. El escenario móvil se llama Mercedes Sosa, y en la página de facebook de callejeros tenés un montón de información, fotos, información, diferentes escenarios en balnearios, etc.”*

Un tema que es sujeto de controversia es el apoyo del gobierno provincial y nacional al Festival Nacional de Folklore. López nos confirma que sólo tienen apoyo municipal, lo gestionan todo desde el Municipio. Declara que *“el festival no cuenta con ningún tipo de subvención oficial, se cubren los costos con la venta de abonos y entradas del espectáculo, con publicidad de las empresas. Con todo eso se paga las contrataciones artísticas, el montaje de sonido, iluminación, personal, puesta en escena y otras tareas.”* Lo que López no menciona es el proceso de televisación del festival, si existe un contrato o acuerdo entre la Comisión y las empresas de televisión y cuáles son las condiciones del mismo. Se le pregunta cuál es el porcentaje del presupuesto municipal que se destina a la Comisión Municipal de Folklore y ella contesta que no dispone de esa cifra en el momento de la entrevista; sugiere que llamemos por teléfono otro día o enviemos un mail pidiendo esa información.

Peña La Salamanca

Realizamos un Cuestionario a la responsable de la Peña “La Salamanca”, Salamanca, el 30 de julio de 2019 en Cosquín, provincia de Córdoba.

Salamanca nos cuenta que el objetivo de la peña es brindar un espacio de expresión de la cultura, de convivencia con el otro. Respecto del año en que comenzó la peña a desarrollar sus actividades y su funcionamiento, relata que *“en este lugar, nosotros veníamos sólo para la temporada del festival, lo que duraban las nueve lunas, desde el 2008. En el 2012 por veranos empezamos a venir a trabajar todo el mes, porque laborábamos a la par de la competencia del pre Cosquín. Nos empezamos a dar cuenta que había flujo de gente de bailarines, trabajábamos del 3 al 15 y la última semana de enero, en el medio solíamos cerrar porque no hay nadie. Desde ese entonces hasta ahora venimos de esa manera”.*

La responsable de la peña comenta que desde octubre del año pasado (2018) quisieron apostar al funcionamiento de la peña durante todo el año, por eso tomaron la decisión de que se fuera a vivir a Cosquín. La familia Salamanca reside en La Plata y es dueña

de la conocida Peña La Salamanca que por muchos años funcionó en calle 60 esquina 10, y actualmente está en calle 5 entre 61 y 62. Ella reconoce que trabajar en la peña *“es difícil, Cosquín no es enero todo el año. Hay eventos, la municipalidad usa el slogan “El folklore de Fiesta todo el año”, pero el turismo es esporádico.”* Le preguntamos si en la peña frecuentan turistas o solo asiste la comunidad local y nos da su opinión, ella percibe un rechazo de los lugareños hacia el turista, porque éstos no pueden salir a la calle, no pueden andar caminando tranquilos. Relata que algunos lugareños van a la peña pero que, por lo general, son todos turistas. Además agrega que: *“Con esto de que empezamos todo el año y que hay clases de folklore acá, se fue conociendo un poco más el lugar y se fue sumando más gente. Sobre todo los de danzas folklóricas que vienen al taller.”*

En la peña, los espectáculos que brindan no son exclusivamente para turistas, más bien son dirigidos a todo el público. La responsable de la peña sostiene que *“el artista no hace el repertorio dirigido a un turista, ni se arma una peña para turistas. En enero acá confluye el país en un solo lugar. Se le da el espacio a artistas nuevos, pero durante el festival es más complicado.”* No brindan espectáculos tipo “cena show”, la comida es a la carta y cada persona uno elige qué cenar. Desde la organización de la peña no plantean requisitos a los artistas en cuanto a su repertorio, se les brinda un tiempo máximo para la presentación.

Salamanca sostiene que en otras peñas se hacen espectáculos “for export”, es decir, aquellos armados para turismo y afirma que en la peña La Salamanca no se hacen. Señala que en su peña:

“Apuntamos a un folklore auténtico, con voces de todo el país, ya sea un folklore de tipo tradicional o más moderno. Pero lo que ofrecemos es una casa de cultura para la gente de folklore, que le gusta el folklore.”

No poseen una base de datos para estimar la cantidad de turistas que van a la peña por año ni su procedencia. En la época del festival estiman la cantidad por el corte de las entradas. Por noche se calcula entre 400 y 500 personas, considerando que existe un reflujo de personas entre bandas horarias a saber:

“Tenés el que viene tipo 22 hs, come y se va tipo 24 hs. A esa hora viene otra camada de gente hasta las 4 am, y luego otra hasta que termina.”, describe.

La tarifa de la peña es una entrada con un monto fijo entre \$100 y \$200. La peña brinda un servicio de gastronomía a la carta en la que se destaca la cocina tradicional que incluye postres autóctonos, con productos regionales. En el período del pre Cosquín es mayor la venta de bebida en comparación con la venta de comida, y en el período del festival de manera inversa. El rango de edades también tiene sus diferencias entre el público del Pre Cosquín y del Festival. La peña no incluye atención al cliente en otros idiomas.

Preguntamos cómo seleccionan los artistas que van a tocar/bailar en la peña, y Salamanca nos cuenta:

“mi padre se encarga de la parte artística, durante el pre Cosquín se elige la cantidad de grupos y los artistas estables que siempre son una o dos bandas como La Instrumental, el Cuervo Pajón, el Dúo Heredero que están armados con un repertorio pura y exclusivamente para enero. Se trabaja todos los días durante el festival hasta las 8 de la mañana.”

Para ella la gastronomía en la peña tiene un significado muy importante, dado que realizan gastronomía autóctona, con productos del norte y otros locales. Los seguidores de la peña la conocen por esa diferenciación.

En cuanto al Festival Nacional de Folklore, relata cómo influye en el funcionamiento de la peña destacando que:

“Todos son competencia. Hay peñas que son un torbellino, vienen al día anterior o el mismo día montan la peña, hacen la peña, terminó el festival y el domingo a la madrugada se van, y no quedó nadie.”

Generalmente no reciben contingentes de turistas que vienen con agencias de viaje y los hoteles de la ciudad recomiendan la peña boca a boca.

Respecto del programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016 argumenta que lo conoce, pero no tienen relación con el municipio. Considera que tuvo impactos en la actividad cultural y que vinieron más turistas a partir de la implementación del programa. Agrega que *“no se produce con la misma intensidad que en enero. Ellos tienen una peña que se llama el Fogón Criollo que lo trabajan sábado a la noche y domingo al mediodía, y esa peña es municipal con entrada libre y gratuita, y de alguna manera es una competencia. Una vez al mes se hace una peña pero esa peña es paga \$200, \$250 y la hacen en el Centro de Convenciones, donde funciona la peña oficial.”*

Salamanca menciona que la Comisión Municipal de Folklore no los promueve, únicamente lo hace durante el festival que se hace en invierno, el Cosquín de peñas. En ese momento, la peña tiene contacto con la Comisión para poder estar dentro del circuito peñero, y existen requisitos que deben cumplir. La Dirección Municipal de Turismo no ofrece folletos de promoción para los turistas que van a la peña.

Cuestionarios a diferentes actores sociales

Realizamos cuestionarios a diferentes actores sociales tales como artesanos, bailarines, músicos y turistas.

Apreciaciones de los actores sociales sobre el Festival de Folklore:

- ✓ es una experiencia inolvidable
- ✓ es gratificante desde lo musical y desde lo espiritual
- ✓ hermandad
- ✓ es enriquecedor
- ✓ se renueva cada año
- ✓ existe un bagaje de ilusiones y de experiencias nuevas
- ✓ se renuevan las propuestas
- ✓ diversidad
- ✓ es un paseo maravilloso para todo el mundo

✓ es un lugar de convocatoria

En el siguiente cuadro se detallan las respuestas más relevantes:

ACTORES SOCIALES	ARTESANOS	MÚSICOS	BAILARINES
¿Cómo promocionan su actividad?	Redes sociales, facebook, instagram, boca a boca, folletería.	Los músicos independientes utilizan redes sociales, actuaciones en peñas, charlas con medios de comunicación provincial y nacional, conferencia de prensa del festival y folletería. Las empresas productoras se encargan de la difusión de sus artistas y las condiciones.	Redes sociales, radio local, shows y presentaciones en peñas y eventos, talleres de danzas gratuitos o “a la gorra”.
¿Cómo es su relación con el programa municipal?	Lo conocen, lo consideran importante por la cantidad de eventos de la propuesta.	Lo conocen. El programa municipal acompaña a los artistas, organiza los artistas callejeros, dirige los certámenes y el sistema de los auspiciantes.	Algunos no lo conocen. Los que conocen el programa destacan que se les da un espacio de participación a todos los bailarines del país, durante todo el año, en los distintos eventos.
¿Cómo es su relación con la Comisión Municipal folklora?	No tienen relación con la CMF. La CMF es un ente que nuclea a los artesanos. Para la utilización del espacio de la Plaza y Paseo de las Esculturas, los artesanos solicitan un permiso y pagan	Es buena. La CMF crea espacios tipo conferencia de prensa donde los artistas muestran sus trabajos, cuentan sus trayectorias y la gente puede asistir gratuitamente. Se	La CMF promueve la danza a través de talleres gratuitos para la comunidad local y turistas. Existe una escasa promoción a través de folletos, carteles gigantes del evento.

	una tasa municipal. La CMF es el organismo de fiscalización.	encarga de la difusión del artista. Los músicos consideran que es escasa la difusión de los artistas a nivel nacional.	La CMF facilita la apertura de la plaza Próspero Molina durante el día para los talleres de danza gratuitos. Se realizan capacitaciones para bailarines y un relevamiento de los grupos folklóricos a partir de la base de datos.
¿Cómo es su relación con la Dirección de Turismo Municipal?	No tienen relación directa con la DT. La D.T se encarga de llevar folletería a los puestos de la plaza de Artesanos.	-----	-----
¿Cómo es su relación los turistas? ¿Considera que hay más turistas a partir de la implementación del programa?	Es buena. Los eventos tienen mucha convocatoria de turistas. Se construyen relaciones positivas.	Es buena. Hay más turistas y se produce un intercambio cultural.	Es buena en las peñas, plaza y balnearios. Hay más turistas, la plaza se abre para dar talleres de danza. Se utiliza el escenario y la plaza en general como espacio para la danza, un espacio referente del folklore durante el año.
¿Qué significados tiene para ud. su actividad en el marco del festival?	La venta de artesanías es una fuente de trabajo.	El idioma de la música es universal, es el contacto directo de tu interior hacia la gente y el vehículo con el cual uno puede expresarse. La música es una fuente laboral, pero la mayoría de los shows son ad honorem.	-----

Cuadro 1. Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas y cuestionarios realizados.

Cuestionarios a artesanos

Los **artesanos** nos contaron que se dedican a la luthería de aerófonos andinos, orfebrería, soguería en hilo y macramé. Consideran que los turistas se acercan a ver/comprar sus productos por su calidad y las características del proceso de producción. De acuerdo a sus lugares de residencia, Herrera relató que actualmente vive en Berisso (Provincia de Buenos Aires), pero vivió en Purmamarca (Provincia de Jujuy) y un tiempo en Mar del Plata (Provincia de Buenos Aires), viaja a Cosquín sólo para los eventos; Ramírez vive en Casa Grande (Provincia de Córdoba), cerca de Cosquín desde hace 20 años.

Actividades de los artesanos en el marco del festival y eventos durante el año:

- ✓ participación en el pre Cosquín
- ✓ participación en el Paseo de las Esculturas con puestos de tipo emprendedor, artesano y reventa

Cuestionarios a bailarines

Los **bailarines** encuestados son Orellana, que vive en José C. Paz (Provincia de Buenos Aires), Enríquez que reside en Adrogué (Provincia de Buenos Aires); Segovia y Guzmán, ambos viven en Cosquín.

Apreciaciones de los bailarines sobre el Festival de Folklore:

- ✓ el escenario mayor es el objetivo de todo profesional de la danza
- ✓ se siente mucha emoción y mucha alegría
- ✓ es una experiencia importante
- ✓ es un símbolo
- ✓ es un desafío
- ✓ es emotivo

Enríquez explicó la importancia del Ballet Brandsen y el Ballet Nacional y su participación en los mismos a partir del año 1983 con el retorno a la democracia. Detalló el sistema de apertura del festival como Ballet Oficial, el comienzo de la televisación de las 9 noches y el inicio de las peñas folklóricas como complemento de la plaza principal. Por otra parte, Guzmán expresa que la Escuela Municipal de Folklore de Cosquín tuvo un papel muy importante en todo lo referente al folklore en la ciudad, así mismo el Ballet Camín que también ha sido el referente local que fue varios años responsable de la apertura del festival. Los bailarines se dedican a dar talleres de danza a turistas nacionales, turistas internacionales y comunidad local. Las participaciones en las peñas y eventos durante el año son ad honorem.

Mencionaron algunos impactos en la actividad cultural tales como:

- ✓ se generó un espacio para los bailarines que antes no existía.
- ✓ consolidación de propuestas para grupos folklóricos de la zona.
- ✓ Apertura del Fogón Criollo como espacio para mostrar nuevos valores de la danza

Segovia afirma que *“Cosquín tuvo un antes y un después, la plaza estuvo cerrada muchos años. El festival estaba privatizado, y lo que se trató de hacer es volver a las raíces, el festival está hecho para el pueblo de Cosquín, entonces ¿dónde tiene que quedar la máxima ganancia? en el pueblo de Cosquín.”*

Cuestionarios a músicos

Los **músicos** encuestados son Céspedes que reside en Berisso (Provincia de Buenos Aires) y Marchessotti que vive en La Plata (Provincia de Buenos Aires). Los impactos en la actividad cultural a partir de la implementación del programa fueron varios: diversidad de eventos que convocan grupos y solistas folklóricos de todo el país, diversidad de géneros folklóricos.

Marchessotti hace referencia a que existe una disputa entre los seguidores de la música popular y los seguidores de la música comercial. Afirma hay una comercialización en cuanto a la difusión del artista, las empresas discográficas llevan adelante la promoción y difusión de música de 5 a 10 artistas reconocidos, dejando de lado a otros, y que por ese motivo todos los festivales tienen a esos mismos artistas llamados “consagrados”, que son televisados como parte de la contratación. Esta situación hace que todos los festivales importantes del país repitan los mismos artistas y el mismo formato de show.

Actividades de los músicos en el marco del festival y eventos durante el año:

- ✓ participación en el pre Cosquín
- ✓ participación en el Festival mayor
- ✓ Peñas
- ✓ Charlas
- ✓ Conferencias de prensa
- ✓ Escenarios en los balnearios

Apreciaciones acerca de qué significa cantar en el escenario mayor:

- ✓ Es algo grandioso
- ✓ Cantar en ese lugar te da relevancia, te sirve para el curriculum.

- ✓ es lo más importante en la vida de un artista folklórico
- ✓ Es un mito
- ✓ Siempre es diferente. Todos los años es diferente.
- ✓ El “Atahualpa Yupanqui” es un escenario emblemático para cualquier folklorista.

Cuestionarios a turistas

Realizamos cuestionarios a algunos **turistas** respecto a su lugar de procedencia, qué significado tiene el Festival Mayor, las actividades que hace durante su estadía, la asistencia a otros eventos de folklore durante el año, la importancia de la plaza de artesanos y el significado de las peñas de Cosquín.

En los siguientes gráficos se detallan las respuestas:



Gráfico 1. Fuente: elaboración propia.



Gráfico 2. Fuente: elaboración propia.

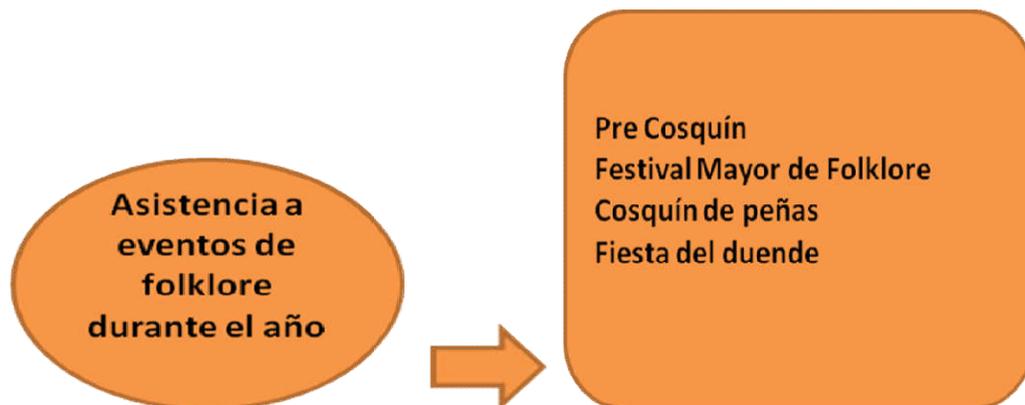


Gráfico 3. Fuente: elaboración propia.

Apreciaciones sobre el significado de participar en el Festival de Folklore de Cosquín:

- ✓ se comparte la experiencia
- ✓ lugar donde se manifiesta el folklore en todas sus ramas
- ✓ lugar donde la danza tiene protagonismo
- ✓ es una linda experiencia
- ✓ es un mega festival

- ✓ todas las noches hay grandes artistas
- ✓ la movida de las peñas es muy interesante.
- ✓ se vive el folklore
- ✓ es emocionante

Respecto a la importancia de la plaza de artesanos nos contaron que conocen el Paseo de los Artesanos/Paseo de las Esculturas que se está al lado de la iglesia en el patio contiguo al Fogón Criollo. Les preguntamos por qué les parece importante la Plaza de los Artesanos sobre Plaza San Martín, y explicaron que allí los artesanos pueden vender sus productos que se caracterizan principalmente por confección de ropa, prendas y accesorios de cuero, tejidos, soguería, bijouterie, bordados, artesanías en madera. Se destaca la calidad de los productos y el precio accesible de los mismos. Existen muchos artesanos en la zona, y la plaza es su lugar exclusivo. Los turistas se acercan, miran los productos y los pueden comprar, además se realizan charlas y muestras. La Plaza de los Artesanos puede considerarse como “un espacio en el que se expresa el arte”¹² en el que “se valoriza el trabajo artesanal” y se resignifica¹³ como “un emblema de la ciudad.”

Apreciaciones sobre el significado de las peñas de Cosquín:

- ✓ un lugar donde se disfruta el folklore, la danza y la música.
- ✓ funcionan cómo un sistema paralelo a la plaza, pero son distintas.
- ✓ los músicos de más prestigio no van a las peñas
- ✓ son una parte importante del movimiento de Cosquín.
- ✓ Hablan mucho de las peñas, son famosas.
- ✓ son un emblema.
- ✓ son parte del festival.
- ✓ es la esencia de Cosquín, se llenan. Son noches únicas.
- ✓ podes ir sólo o en familia.
- ✓ te divertís, te emocionás, cantás y bailás.

12 Datos obtenidos de los cuestionarios realizados a los turistas en Cosquín.

13 Manzini C. en el texto *La resignificación en el arte contemporáneo* explica que Resignificar es otorgar a algo un sentido nuevo y distinto al original, ya sea en objetos cotidianos, espacios naturales y urbanos y obras de arte.

Otras fuentes de información

En el Diario La Nación del 29 de junio de 1998 bajo el título “Cosquín es el festival del conflicto” encontramos los siguientes párrafos que describen el clima de confrontación de los actores sociales:

“Detrás de la polémica, hay muchos más intereses de los que se dejan asomar. Con la privatización de la organización de las ediciones 1998 y 1999 muchos que de los que estaban antes quedaron afuera. El primero, entre éstos, Julio Mahárbiz, que durante 30 años manejó Cosquín.”(..)“Los últimos festivales dejaron números en rojo.”

“Bursztyn¹⁴ anunció que están planeando un Cosquín "inédito" de "un millón de personas", haciendo un "festival gratis". ¿Cómo? Con una suerte de "pasaporte turístico" emulando experiencias europeas al que se accedería con el pago "voluntario" de 2 pesos, que daría libre acceso a la Plaza del Folklore, descuentos en comercios y ventajas similares en peñas. Además, está el "esponsorio". Y aparte el negocio de las transmisiones televisivas y radiales.”

14 Gabriel Bursztyn, miembro de la productora de espectáculos “Córdoba Show”

Conclusiones finales

El Festival Nacional de Folklore de Cosquín desde sus comienzos estuvo relacionado con el turismo y el incremento de alojamientos, transporte, gastronomía y actividades para el turista. Nos planteamos siguiente problema ¿Puede considerarse el Folklore como un Producto turístico en sí mismo? ¿Cuál es el papel de los actores sociales en la nueva configuración del Folklore como Producto turístico?

De esta manera nos propusimos investigar el desarrollo del Folklore como Producto turístico, los procesos y perspectivas de la relación Folklore-Turismo en Cosquín durante el período 2017-2019 a través del estudio de sus actores sociales.

Partimos del objetivo general: conocer y estudiar el desarrollo del Folklore en Cosquín como Producto turístico y sus implicancias a partir del análisis de actores sociales, identificando su papel en la relación Folklore-Turismo en Cosquín. Tuvimos en cuenta aquellos procesos histórico-sociales que caracterizaron el desarrollo del Folklore como Producto turístico en la actualidad. Al comienzo de la investigación definimos al Producto turístico como la integración de los atractivos turísticos, el equipamiento turístico e infraestructura, los bienes y servicios de apoyo, la gestión que desarrollan los actores involucrados en la actividad turística, la imagen del destino y el precio (Leiva, 1997), y el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista (Acerenza, 1993). Dicho esto, observamos que el Folklore en Cosquín puede considerarse un Producto turístico en sí mismo dado que posee todos los elementos que detallan las definiciones. Pero en esta situación en particular el Producto turístico está conformado por **personas** que no pertenecen a la comunidad local, son artesanos, músicos, bailarines, profesionales que se dedican a los diferentes estudios del Folklore de todas las provincias de Argentina, inclusive de otras partes del mundo. Estas personas son una parte necesaria del Producto Turístico y no son incorporadas en el proceso de toma de decisiones. No encontramos definiciones que se apliquen a esta realidad de un Producto turístico conformado por personas. Lo mencionado anteriormente puede trasladarse al Festival Nacional de la Doma y el Folklore en Jesús María, evento administrado por la comisión del festival compuesta por cooperadoras de escuelas primarias y secundarias. En Jesús María los espacios públicos y actividades son dispuestos por la municipalidad, y ésta organiza la difusión a través de los medios televisivos. ¿Y Qué podemos decir acerca del Producto Turístico en el Festival de la Doma y el Folklore? El producto turístico está conformado por personas: bailarines, músicos, jinetes que en su mayoría no pertenecen a la comunidad local y son parte necesaria para el desarrollo del mismo.

Entonces, ¿qué es el Folklore en la actualidad?, es la expresión de fenómenos folklóricos producida fuera de su ambiente natural y cultural, por obra de personas que se inspiran en la realidad folklórica quienes reelaboran en sus obras, destinadas al público general, preferentemente urbano, al cual se transmiten por medios técnicos, mecánicos e institucionalizados (Vega, 1960). En la redefinición del nuevo Folklore existen complejidades que lo trascienden, coexisten allí tensiones y conflictos entre los agentes que lo constituyen y lo construyen, entre ellos compañías discográficas, empresas, representantes, artistas y medios de comunicación; relaciones que quedaron evidenciadas en el trabajo de campo. Se plantea, entonces, la existencia de conflictos entre los diferentes actores sociales: cuáles empresas participan del festival y cuáles

no, cómo lo hacen, cómo es el sistema de auspiciantes del Festival Mayor de Folklore, cuáles son las donaciones que recibe la Municipalidad de Cosquín, de qué manera la Comisión de Folklore Municipal administra el festival y los eventos anuales, cómo es el proceso de selección de los artistas y por qué la remuneración sólo es otorgada a los artistas de renombre relegando a otros artistas con actuaciones ad honorem.

La relación Folklore-Turismo se analiza desde la perspectiva de las Artes performativas (Palleiro, 2014) ya que da cuenta de patrones culturales en un contexto social determinado. En los distintos eventos que se realizan en Cosquín a partir del programa municipal “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” (2016-2019) se produce una acción artística que involucra cuatro elementos básicos: tiempo, espacio, el cuerpo de los artistas y una relación entre éstos y el público. La ejecución de la performance cambia el estado de cosas del contexto en el que se despliega, a su vez evidencia procesos culturales de construcción simbólica tras la repetición constante de conductas en la vida cotidiana, en donde prima la ausencia de originalidad o espontaneidad. Podemos hablar entonces de una fakelización de Cosquín, como proceso constituido por la manipulación de ciertos rasgos folklóricos con fines comerciales, un proceso de mercantilización de la cultura, en la cual el valor simbólico original es reemplazado por el valor comercial de los productos culturales. En los eventos y actividades anuales de Cosquín, el Folklore es mercantilizado, se pierden aquellos espacios de espontaneidad que caracterizaron al festival de enero durante muchos años. Los actores sociales encuestados dieron cuenta de ello: los espectáculos callejeros son administrados por la Comisión Municipal de Folklore de Cosquín, también llevan a cabo el proceso de selección de artistas, la dotación de infraestructura para el armado de los escenarios móviles y la difusión; los balnearios forman parte del circuito Folklore y Río, y no permiten las guitarreadas espontáneas, allí se monta un espectáculo sobre un escenario en el que participan artistas elegidos por la Comisión Municipal de Folklore.

El Folklore como Patrimonio inmaterial de Cosquín responde a una construcción social conformada por la capacidad de algunos actores sociales para generar discursos sobre la realidad. La Activación patrimonial del Folklore de Cosquín es un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de dichos actores. Las entrevistas y encuestas a los mismos arrojaron datos acerca de lo que para ellos significa el festival, la Plaza de los artesanos y las peñas folklóricas. La comunidad local de Cosquín, en parte, es consecuencia de migraciones internas, a partir de la crisis económica de 2001 en Argentina. Estos sectores de la población no están incorporados en el programa municipal, únicamente se les brinda talleres culturales que abarcan algunos aspectos del folklore.

En función de lo mencionado en párrafos anteriores, es posible afirmar la hipótesis de que a partir de la implementación del programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” (2016-2019) se potencia al folklore se como producto turístico; y que algunos actores sociales, en la nueva configuración del Folklore como Producto turístico se encuentran desplazados, no están incorporados a las propuestas municipales, y los que están no reciben remuneración por su trabajo. Los artesanos, músicos, bailarines y profesionales que se dedican a los diferentes estudios del Folklore, son parte necesaria del Producto turístico: personas que no forman parte de la comunidad local y que participan ad honorem para los eventos y actividades de manera esporádica.

BIBLIOGRAFIA

Acerenza, M. (1993). *Promoción Turística: un enfoque metodológico*. México: Ed. Trillas.

Almirón, A.; Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2012). *Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina*. Recuperado de www.scielo.org.ar .

Apicella, M. "Cosquín renace en folklore". Diario La Nación 10/01/2016. Recuperado en www.lanacion.com.ar

Augé, M. (1980). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Ed. Gedisa. .

Augustowsky, G. (2012). *El arte en la enseñanza*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Austin, J. (1990). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Ed. Paidós Studio.

Bauman, R. (1975). *Verbal Arts as performances*. Waveland: Waveland Press Inc.

Bayardo, R. (2008) *Políticas culturales: derroteros y perspectivas contemporáneas*. Disponible en la Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, vol. 7, núm. 1.

Boullón, R. (1990). *Planificación el espacio turístico*. México: Ed. Trillas.

Calleja Sordo, C. y González Damián, A. (2016). *Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México*. Disponible en Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR.

Carbonetti, A. (2012). *Historia epidemiológica de la tuberculosis en la Argentina. 1914-1947*. Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, UNC- CONICET. Centro de Estudios Avanzados, UNC.

Casanova Ferro, G. (2007). *Derecho y Turismo*. Argentina: Ediciones Turísticas.

Chamosa, O. (2012). *Breve Historia del Folclore Argentino (1920-1970). Identidad, política y nación*. Buenos Aires: Ed. Edhasa.

Chatzinakos, G. (2014). *Community Festivals and Events in the post-industrial European city: The impact of Liminal Practices on Community-Building*. Thesis MA European Urban Cultures, POLIS. Vrije Universiteit Brussel, Tilburg University, Manchester Metropolitan University, Estonian Academy of Arts.

Citro, S.; Torres Agüero, S. (2014). *Multiculturalidad e imaginarios identitarios en la música y la danza*. Equipo de Antropología del Cuerpo y la Performance, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

Clifford, J. (1995). *Las culturas del viaje*. Disponible en Revista de Occidente nº170-171. Cultura y comunicación: prácticas y estilos.

Cohen, E. (1988). *Authenticity and commoditization in tourism*. *Annals of Tourism Research*

Coluccio, F. (1985). *Folklore para la escuela*.

Conti, A. y Cravero Igarza, S. (2010). *Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible*. Notas en turismo y economía. U.N.L.P, Facultad de Ciencias Económicas. La Plata.

Cortazar, A. (1975). *Esquema del folklore*. Disponible en cuaderno de la Academia del Folklore de Salta. Salta: Ediciones Portal de Salta.

Cortés, L., Polanco, M., Retamal, M., Guerra, K. y Farfán, S. (2018). *Lo performativo en la performace art*. Disponible en Revista Colombiana de las Artes Escénicas.

Crozier, M. y Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système*. París: Ed. Seuil.

Díaz, C. (2009). *Variaciones sobre el ser nacional. Una aproximación sociodiscursiva al folklore argentino*. Ediciones Recovecos.

Expósito, E. (2013). *Geografía Turística Argentina. Un recorrido por el país y su patrimonio natural y cultural*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Fischer-Lichte, E. (2013). *Estética de lo performativo*. Madrid: Abada Editores.

García Canclini, N. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. Grijalbo:

Garro, J. (2007). *Estrategias de intervención urbanística en centros que reciben eventos culturales masivos*. Tesis de la Maestría en desarrollo urbano. F.A.U.D – U.N.C. Córdoba.

Halewood, C. y Hannam, K. (2001). *Viking heritage tourism. Authenticity and commodification*. Disponible en Annals of Tourism Research.

Hobsbawm E. y Ranger, T. (1983). *La Invención de la Tradición*. Barcelona: Editorial Crítica.

ICOMOS (1976) *Carta Del Turismo Cultural*. Bruselas: Ed. ICOMOS.

Leiva, V. (1997). *Turismo y Gestión Municipal*. Santiago de Chile.

McLaren, P. (1995). *La escuela como performance ritual. Hacia una economía política de los símbolos y gestos educativos*. México: Ed. Siglo XXI.

Mendoza, M. (2010). *Performance y drama social: la representación de la Batalla del 5 de mayo en una localidad mexicana*. En revista Convergencia

MINTUR (2011). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*. Actualización 2012-2020. Ministerio de Turismo de la Nación.

Ochoa Gautier, A. (2002) *Políticas culturales, academia y sociedad. Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Disponible en cuaderno de Estado y Asuntos Políticos del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales del Centro de Estudios en Ciudadanía, Estado y Asuntos Políticos FACES, Universidad Central de Venezuela. Caracas.

OMT (1998). *Manual de Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.

OMT (2012). *Estudio sobre el turismo y el patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.

OMT (2013). *Turismo y Patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.

Ospital, M. (2005). *Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920 – 1940*. Universidad Nacional de La Plata - Universidad Nacional de Quilmes – CONICET

Patiño Mayer, L. (2016). *Historia del festival nacional de Folklore de Cosquín 1973-1977 para una historia cultural de la última dictadura militar argentina*. Tesis presentada para la obtención del título de Maestría en metodología de la Investigación Científica. UNLA.

Prats, L (2006). *La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias*. Disponible en el Boletín del Instituto andaluz del Patrimonio Histórico.

Ripoll, G. (1991). *Turismo Popular, inversiones rentables*. México: Ed. Trillas.

Sabate, J.; Frenchman, D. y Schuster, J. (2004). *Llocs amb esdeveniments. Event Places..* Barcelona: Universidad Politècnica de Catalunya. International Laboratory on Cultural Landscapes. Massachusetts: Instituto de tecnología de Massachusetts.

Schechner, R. (2000). *Peformance: teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Libros de Rojas UBA.

Touraine, A. (1984). *Le retour de l'acteur, essai de sociologie*. París: Ed. Fayard.

Tylor, E. (1995) *Primitive Culture*. Editorial Lightning Source Inc.

UNESCO (1982).

Vega, C. (1960). *La ciencia del folklore*. Buenos Aires: Editorial Nova

Villarino y Bercovich, (2014). *Atlas Cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

ANEXOS

Imágenes

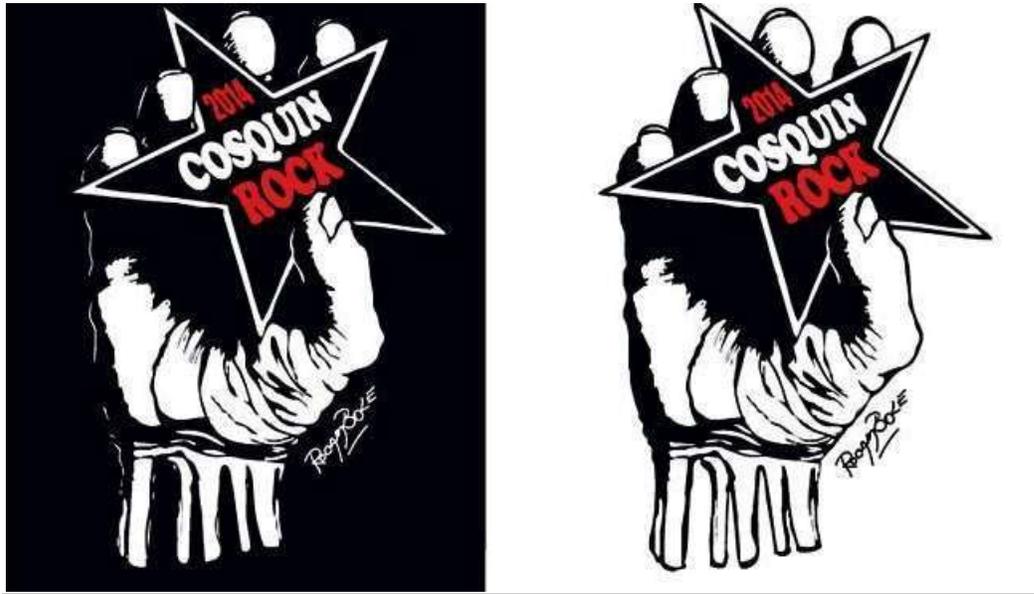


Imagen 19. Logo de Cosquín Rock 2014 realizado por el artista plástico Rocambole. Fuente: Diario los Andes, 12 de noviembre de 2013.



Imagen 20. Logo del Festival de Folklore de Cosquín 2019. Fuente: folleto entregado en mano por la Comisión Municipal de Folklore.

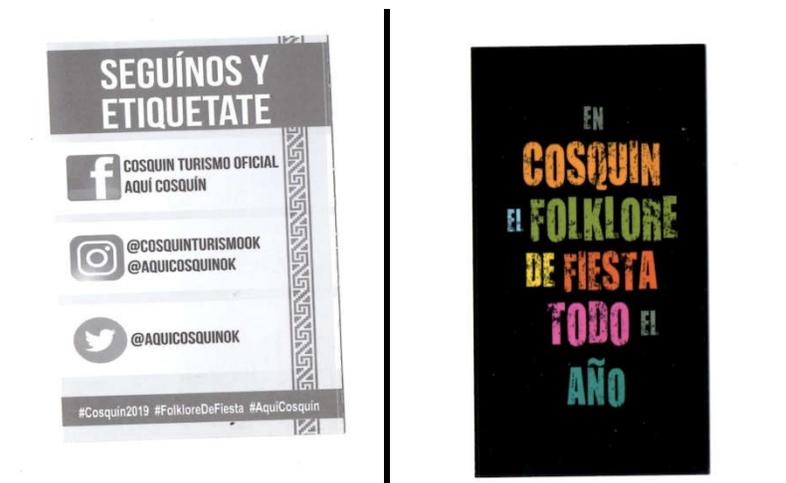


Imagen 21 y 22. Datos de contacto con la organización del programa municipal “En Cosquín, el Folklore de fiesta todo el año”. Fuente: tarjeta personal entregada en mano por la Comisión Municipal de Folklore.



Imagen 23. Datos de contacto con la Directora de Turismo Municipal”. Fuente: tarjeta personal entregada en mano por la encargada de la Oficina de Turismo de Cosquín.

Entrevistas

Dirección de Turismo Municipal de Cosquín

Entrevista a De Sío, encargada de la Oficina de Turismo sobre la Plaza Próspero Molina.

Realizada el 29 de julio de 2019 en Cosquín, Provincia de Córdoba.

¿Cómo ha sido la evolución del turismo en Cosquín desde el año 2016?

Muy buena porque hay eventos todo el año para poder ofrecer.

¿Cuáles son las propuestas de turismo cultural que se encuentran funcionando?

En enero el Festival de Folklore, el circuito de peñas y el circuito de artistas callejeros. También se puede hacer un recorrido a pie por la ciudad, se le entrega un mapa al visitante y se le marca los puntos turísticos más importantes. Se le da un número de contacto con una persona que hace el ascenso al Cerro Pan de Azúcar. La Plaza Próspero Molina está abierta para que la puedan visitar. Enfrente está el Fogón Criollo y el Paseo de las Esculturas. Los colectivos de turismo estacionan ahí.

Teniendo en cuenta el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016 ¿Cuáles son sus objetivos?

Eso lo maneja la comisión. Nosotros sólo ayudamos a la promoción, pero nace desde la comisión, todo lo que es el Fogón Criollo. La coordinadora Marina Soler contribuye a la organización del programa.

¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural? ¿Considera que vinieron más turistas a partir de la implementación del programa?

Claro, sí. Por ejemplo el Fogón Criollo que funciona todos los fines de semana durante el año, permite que mucha gente que vienen en tren, por lo general es gente de Córdoba, o turistas que llegan a Córdoba, se toman el tren y llegan acá a Cosquín los fines de semana. El tren vale \$18 desde Córdoba capital hasta acá y sino el colectivo está \$215 aproximadamente. Es una diferencia importante.

¿Qué tipo de promoción se realiza para dar a conocer el programa?

Tenemos redes sociales, a través de folletería, mediante radios también. Cuando hacemos las entrevistas una de las formas es saber cómo conocieron algún evento, y nos dicen por radio, por televisión también, redes sociales o familiares y amigos.

¿Cuenta la dirección de turismo con una base de datos? ¿Cuál es?

Por lo general hacemos en el verano encuestas, más que nada para ver la satisfacción de los turistas y de ahí elaboramos una base de datos de la gente que viene, pero principalmente en temporada, que es todo el verano.

¿Podría afirmar que el Festival Nacional de Folklore es el producto turístico más importante que posee Cosquín?

Sí. Es el pilar de la economía de acá de la ciudad.

¿Por qué? Al venir mucha gente, generan gastos y eso contribuye. En el verano ponen más personas a trabajar.

¿Qué significados tiene el festival de folklore para la comunidad local?

Es muy importante. La mayoría de las personas trabajan para el turismo o sus actividades están relacionadas con el movimiento de turismo.

¿Y para los turistas? Es el principal motivo de visita. Por ejemplo los que vienen ahora que es invierno, también preguntan si hacen algo de folklore o hay peñas.

¿Cuál es su opinión acerca de la relación de la comunidad local con los turistas y el desarrollo de actividades turísticas?

Es buena. Colaboran en las propuestas de la municipalidad que son de fomento del turismo, muchas veces participan en talleres de capacitación, los talleres culturales.

¿Cuáles son los problemas derivados del turismo durante el festival de folklore?

Tenemos problemas con el tema de alojamiento, porque las plazas son alrededor de 3000 e imagínate que en la plaza nomás entran 9000 personas. Algunos servicios como el agua escasean. Tenemos problemas hídricos. Hay poca presión durante todo el día, por ejemplo el centro en donde están todos los restaurantes son los que más problemas tienen. En enero hay problemas de seguridad, algunos robos.

¿La comunidad local participa en la toma de decisiones en materia de turismo?

Sí, tenemos el programa presente que está destinado a la comunidad. Son programas gratuitos que brinda la municipalidad y también por ejemplo en enero tenemos los talleres culturales, algunos son gratuitos y otros se abonan y pueden participar tanto turistas como gente de la comunidad.

¿Qué cantidad de población trabaja en actividades relacionadas con el festival?

En turismo somos 4 informantes, la secretaria, la directora y en la plaza 5 o 6 trabajadores más. Somos todos de Cosquín o de la zona. También hay gente trabajando en el Fogón Criollo. Para enero refuerza con más gente. Se agregan más informantes en la oficina, se arma un stand de turismo en la plaza San Martín con 4 personas y un puesto en la terminal de ómnibus con una persona.

Comisión Municipal de Folklore de Cosquín.

Entrevista a López, secretaria de la comisión.

Realizada el 29 de julio de 2019 en Cosquín, Provincia de Córdoba.

¿Desde qué fecha existe la comisión?

La comisión tiene origen en los años 60, a partir de la “Comisión Municipal de Turismo y Fomento” conformada por vecinos de la ciudad para la realización del primer festival integrando el canto, la danza y la música de folklore nacional.

¿Qué lugar ocupaba la comisión en la gestión municipal?

Antes no pertenecía a la municipalidad, era independiente.

¿Cuáles son las propuestas culturales de la comisión que se encuentran funcionando?

En el calendario anual está detallado este mes, que es el aniversario de Cosquín, cumple 80 años y está todo el cronograma de lo que se hace este mes.

¿Cómo ha sido la evolución del programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año”?

Todo el año se refiere a que tenemos eventos puntuales, por ejemplo la peña mensual, todos los fines de semana el Fogón Criollo, la Yuspeña, muchas actividades que tienen que ver con el folklore. La mayoría de los eventos son al aire libre, el Fogón Criollo se hace en la calle durante las vacaciones. Los eventos son libres y gratuitos, tratan en lo posible de no cobrar. Lo que es Comisión trabaja no sólo con los festivales, y las actividades durante el año, trabaja con el Pre Cosquín, con el Cosquín. Todas esas actividades dependen de Comisión. En Octubre, para nosotros es muy importante porque está la “Fiesta del duende”.

¿Cuáles son para ud. los beneficios que el programa brinda a los artistas?

En algunos casos sí, en otros casos no. Son convocados a través de una base de datos donde los interesados se postulan a través de un mail. Esa es la manera de ingresar a nuestra base de datos. Los artistas son convocados. Tratamos de ayudarlos en lo que es viáticos, en lo que podemos, no es que se les paga un caché. Pero los de la peña oficial sí, porque se cobra una entrada, entonces podés pagarle al artista. La peña oficial se realiza una vez por mes, ahí se cobra una entrada y se puede gestionar un caché. Con lo que recauda la peña ayudamos a otras instituciones, por eso se cobra una entrada y les damos un porcentaje a las instituciones para que ellos puedan mantenerse, hacer arreglos, se les da para que ellos vendan la entrada y se quedan con un porcentaje.

¿Qué actores sociales dedicados al folklore se benefician con el programa?

La comunidad local, los artistas ya sea de música o de danza y los que se dedican a las artes manuales.

¿Cuáles no? Creo que llega a todos el beneficio.

¿Qué tipo de promoción se realiza para dar a conocer el trabajo de la Comisión?

Redes sociales, aparte se hacen conferencias de prensa, se hace difusión de todos los eventos que hay. Tenemos facebook, tenemos página web que es

www.aquicosquin.org, está la página de Turismo, tenemos muchas páginas e internamente hacemos difusión, en los mismos miembros, folletería, propalación en algunos eventos puntuales como por ejemplo para la Yuspeña se hizo una propalación en Villa Carlos Paz, en La Cumbre; en radios se hace la difusión, se utiliza la radio, a la radio se les otorga un beneficio, les damos entradas para que sean sorteadas, hacemos un canje.

¿Cuenta la Comisión municipal de folklore con una base de datos? ¿Cuál es?

Los artistas ingresan en una sola base de datos y son convocados para todos los eventos anuales, o sea pueden ser convocados porque es tanta la demanda que hay que se los convoca para un Fogón, para una peña. Tengo anotados ballet de Paraguay, de Chile, de Uruguay. Mucha gente afuera se inscribe, todos quieren participar.

¿Para Ud. qué significados tiene el festival de folklore para la comunidad local?

Tenemos mucho contacto con la comunidad local, contacto directo porque precisamente es para ellos todo lo que se hace. Tratamos de cubrir todas las expectativas de la comunidad. Por eso se hacen todas las actividades, más allá de comisión, la municipalidad tiene muchos programas, tiene el programa Presente que está constantemente trabajando con la comunidad., es un programa de integración que se dan cursos gratuitos, hay talleres, hay un montón de cosas que también tienen que ver con el folklore y otras que no, hay oficios; se dan en diferentes puntos de Cosquín como puede ser en una salita que se utiliza como espacio, para llegar a los barrios, Cosquín va a los barrios. Espectáculos callejeros depende de la comisión y tiene uno de los escenarios que es móvil, va por los barrios, porque no todo el que vive en Cosquín puede llegarse hasta el centro, entonces la idea de la comisión es que nosotros podamos brindarle espectáculos a ellos. El escenario móvil se llama Mercedes Sosa, y en la página de facebook de callejeros tenés un montón de información, fotos, información, diferentes escenarios en balnearios, etc.

¿El festival nacional de Folklore tiene apoyo desde el gobierno provincial y nacional? Nada. Sólo municipal. Lo gestionamos todo nosotros.

¿De qué manera? El festival no cuenta con ningún tipo de subvención oficial, se cubren los costos con la venta de abonos y entradas del espectáculo, con publicidad de las empresas. Con todo eso se paga las contrataciones artísticas, el montaje de sonido, iluminación, personal, puesta en escena y otras tareas.

Cuestionarios

**Cuestionario realizado a Salamanca, responsable de la Peña “La Salamanca”.
Realizado el 30 de julio de 2019 en Cosquín, provincia de Córdoba.**

¿Cuáles son los objetivos de la peña? Brindar un espacio de expresión de la cultura, de convivencia con el otro.

¿En qué año comenzó la peña a desarrollar sus actividades y cómo era su funcionamiento?

En este lugar, nosotros veníamos sólo para la temporada del festival, lo que duraban las nueve lunas, desde el 2008. En el 2012 por veranos empezamos a venir a trabajar todo el mes, porque laburábamos a la par de la competencia del pre Cosquín. Nos empezamos a dar cuenta que había flujo de gente de bailarines, trabajábamos del 3 al 15 y la última semana de enero, en el medio solíamos cerrar porque no hay nadie. Desde ese entonces hasta ahora venimos de esa manera. Desde octubre del año pasado quisimos apostar un poco más y me vine a vivir de La Plata para acá para

seguir trabajando durante el año. Pero es difícil, Cosquín no es enero todo el año. Hay eventos, la municipalidad usa el slogan "El folklore de Fiesta todo el año", pero el turismo es esporádico.

¿En esos años frecuentaban turistas o solo asistía la comunidad local?

Los lugareños rechazan un poco al turista porque no pueden salir a la calle, no pueden andar caminando tranquilos. Algunos lugareños vienen a la peña, pero por lo general son todos turistas. Con esto de que empezamos todo el año y que hay clases de folklore acá, se fue conociendo un poco más el lugar y se fue sumando más gente. Sobre todo los de danzas folklóricas que vienen al taller.

Los espectáculos que brindan ¿son exclusivamente para turistas?

El artista no hace el repertorio dirigido a un turista, ni se arma una peña para turistas. En enero acá confluye el país en un solo lugar. Se les da el espacio a artistas nuevos, pero durante el festival es más complicado.

¿Se brindan espectáculos tipo "cena show"?

No, la comida es a la carta. Cada uno elige que cenar. Y a los artistas nunca se les dice qué tienen que tocar. Se maneja un tiempo para que todos puedan hacer su show.

¿Qué opina de los espectáculos "for export", es decir aquellos armados para turismo?

En otras peñas se hacen, acá no. Apuntamos a un folklore auténtico, con voces de todo el país, ya sea un folklore de tipo tradicional o más moderno. Pero lo que ofrecemos es una casa de cultura para la gente de folklore, que le gusta el folklore.

¿Tienen una base de datos para estimar la cantidad de turistas que van a la peña por año y su procedencia?

No tenemos, nunca tuvimos. Por lo general, en la época del festival estimamos por el corte de las entradas que por noche siempre vienen entre 400 y 500 personas. Es más, hay un reflujo todo el tiempo de gente. Tenés el que viene tipo 22 hs, come y se va tipo 24 hs. A esa hora viene otra camada de gente hasta las 4 am, y luego otra hasta que termina.

¿Cómo son las tarifas de la peña? Hay un monto fijo entre \$100 y \$200

¿Qué servicios brindan? Gastronomía a la carta, hay de todo. Todo cocina tradicional. Este año también empezaron a hacer postres autóctonos, con productos regionales. Para el pre Cosquín vendemos mucha bebida pero poca comida, y para el festival al revés. Está dirigido de dos maneras ya que el público no es el mismo, por el rango de edades.

¿Incluyen atención al cliente en otros idiomas? no

¿Cómo seleccionan los artistas que van a tocar/bailar en la peña?

Por ejemplo mi padre se encarga de la parte artística, durante el pre Cosquín se elige la cantidad de grupos y los artistas estables que siempre son una o dos bandas como La Instrumental, , el Cuervo Pajón, el Dúo Heredero que están armados con un repertorio pura y exclusivamente para enero. Se trabaja todos los días durante el festival hasta las 8 de la mañana.

¿Qué significados tiene para ud. la gastronomía en la peña?

Es muy importante, hacemos gastronomía autóctona, con productos del norte y otros locales. Se vende mucha comida y la gente nos conoce también por eso.

En cuanto al Festival Nacional de Folklore ¿Cómo influye en el funcionamiento de la peña?

Todos son competencia. Hay peñas que son un torbellino, vienen al día anterior o el mismo día montan la peña, hacen la peña, terminó el festival y el domingo a la madrugada se van, y no quedó nadie.

¿Reciben contingentes de turistas que vienen con agencias de viaje?

Nunca. A veces los hoteles te recomiendan boca a boca para que venga la gente.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016?!

Lo conocemos pero no tenemos relación con el municipio.

¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural? ¿Considera que vinieron más turistas a partir de la implementación del programa?

Sí, no se produce con la misma intensidad que en enero. Ellos tienen una peña que se llama el Fogón Criollo que lo trabajan sábado a la noche y domingo al mediodía, y esa peña es municipal con entrada libre y gratuita, y de alguna manera es una competencia. Una vez al mes se hace una peña pero esa peña es paga \$200, \$250 y la hacen en el Centro de Convenciones, donde funciona la peña oficial.

¿De qué manera la Comisión municipal de folklore los promociona?

No. Durante el festival que se hace en invierno, el Cosquín de peñas, ahí sí tenemos contacto con la Comisión, para poder estar dentro del circuito peñero, y hay condiciones que cumplir.

¿Qué relación tienen con la Dirección municipal de turismo?

No. No nos acercan folletos ni nada.

Artisanos de la plaza

Cuestionario a Herrera, Artesano de la Plaza.

Realizado el 24 de julio de 2019 en Berisso, Provincia de Buenos Aires.

Específicamente ¿A qué se dedica?

Soy César Herrera soy lutier de construcción de aerófonos andinos y músico, hago queñas, flautas transversas, ¿sikus también? Sí, sikus, instrumentos como shakuhachi, flauta visi, en caña y en madera.

¿Siempre vivió en Berisso o en otros lados?

Viví en Berisso, en Purmamarca y en Mar del Plata.

¿Cuándo empezó a desarrollar sus actividades Cosquín?

En 2003 fui como músico. Participé en el pre Cosquín 2003 que fue del 3 al 15 de enero con el grupo Wayra Tuta, habíamos ganado en Santa Teresita. Fuimos a Cosquín y fue una experiencia inolvidable, muy gratificante desde lo musical y desde lo espiritual, en cuanto a la hermandad que se produce con todos los músicos y los participantes de las distintas áreas, ya sea de baile y de música. Muy enriquecedor. Y eso se renueva cada año.

¿En qué consiste su actividad durante el festival?

Yo estuve yendo estos últimos años como lutier y he visto esa esperanza y ese clima se renueva todos los años. Debe ser porque todos los años la gente va con la misma expectativa y además lleva ese bagage de ilusiones y de experiencias nuevas. Creo que por eso, es como que se repite... se repite y a la vez se da de otra manera, cada año hay nueva gente, nuevos artistas con otras propuestas... incluso se renuevan las propuestas y eso es superador.

¿Cómo promociona su trabajo?

La cuestión de las redes sociales es muy importante. Tengo una página en face y una en instagram, es la única manera que utilizo. Por ejemplo, yo digo que voy a estar en tal lado, en tal fecha, pero aparte de eso, bueno, yo pertenezco al Consejo de Pueblos Originarios de la región y Plaza Malvinas es nuestro centro. En esa plaza yo expongo los fines de semana, el domingo. Desde ahí se produce el contacto con la gente, que es lo que en realidad más me interesa a mí. El contacto con la gente, poder explicar cómo

se hace el instrumento, la afinación, todos los por qué, contestar todo,... a veces desde las redes sociales eso no se da... pero además siento la cercanía, uno tiene un montón de gente conocida en las redes, pero me sucede que yo siento la cercanía de la gente, me pone feliz los logros que tienen, lo que van alcanzando, lo que van haciendo porque es una nueva forma de comunicación y de contacto. Tengo como 4 o 5 actividades durante el año, que serían llevar mis instrumentos a la Fiesta de la Abuela Carabajal que se produce en agosto, y viajo a La Banda. En septiembre voy al Festival de Flautas del mundo, eso es muy movilizante, vienen chicos de todos lados, se hace en Mendoza, y lo organiza Pablo Salsedo, que es uno de los fundadores del grupo Marcama y es profesor de la Universidad de Cuyo. En octubre la Asociación Argentina de luthiers organiza un evento anual; y en enero Cosquín. ¿Los instrumentos, los lleva y los vende? Sí, yo llevo los instrumentos y digamos que es mi medio de vida. Estuve pensando que mis amigos luthiers están trabajando con Mercado pago o con una especie de tarjeta porque los costos están más arriba ahora, las quenás de madera están 2000 pesos, 2500, las quenás de caña están de 1200 a 1500, entonces ese efectivo hay gente que no lo tiene. Yo estaba cobrando menos y resulta que mis compañeros de la asociación me dijeron “no César, esto es un regalo, si vos las cobrás 500, 700 es muy económico, pierde el valor de instrumento”. Estoy pensando en subirle los precios para valorizar el instrumento.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016?

Escuche hace poco, porque contactos míos de folklore estaban hablando sobre esa posibilidad. Por ejemplo Fiore Ayllon es una cantante que tenía un grupo que está con Leo Colman, un gran guitarrista, ellos me comentaron que habían estado en Cosquín. Antes de julio estuvieron. Hay una movida folklórica muy importante. Llegó acá eso, llegó. Hoy hay músicos de la región que fueron. Es muy interesante.

¿Considera que a partir de la implementación del programa se acercaron más turistas a la plaza?

Creo que hay mucho más oferta, los habitantes de Cosquín están mucho más abiertos a toda la movida, por un lado, hay más ofertas en cuanto a lo inmobiliario, pero hay mucho más oferta en cuanto a los eventos que se producen alrededor de la Plaza Próspero Molina. Por ejemplo hay ferias internas, hay ferias para los artesanos, y hay más posibilidades, no solamente es la plaza grande, todos los escenarios generan un movimiento que es incluso al margen del evento principal, funciona paralelamente y tiene muchísima convocatoria. Digamos que para los músicos, la movida de Cosquín es más allá de la plaza. Yo me acuerdo que hace un tiempo, en el año 2006 se hacía en los balnearios también... eso se está haciendo y hay muchos escenarios, ellos le llaman los espectáculos callejeros, están los balnearios, las calles y la plaza. Hay una movida muy grande, impresionante.

Para Ud. ¿La comisión de folklore promociona el trabajo de los artesanos de la plaza? No tuve relación con la comisión.

¿De qué manera lo hace? Es un ente que nuclea y que realmente se preocupa de que todo funcione. Yo estuve en la plaza de los artesanos pero estuve más en los balnearios. Eso no lo organizaba la comisión, sino gente particular. El tema es que cuando vas como artesano tenés dos posibilidades o te circunscribís al ámbito municipal, te pueden dar o no el permiso mediante el pago de una tasa municipal. Muchas veces eso no sucede y tenés que arreglarte como pueda, vas buscando la forma de tener un espacio.

¿Qué relación tienen con la Dirección municipal de turismo?

se acercan a los artesanos, porque son los que llevan adelante la plaza de los artesanos

¿Observó si dejan folletería? Sí, eso se reparte en los puestos. Es importante la folletería, no solamente sirve como guía sino como algo informativo que es necesario. El papel tiene que seguir porque es multiplicador. No solamente lo lee el que lo tiene, sino que después gira eso. **Circula de otra manera.** Viste la inmediatez que tiene la red pero cómo pasa a ser viejo en un segundo, desaparece.

¿Cuándo está en el puesto, cómo es la relación con los turistas?

El público que yo tengo es muy especial, por lo general son músicos o gente que se acerca por el aspecto musical. Se construye una relación nueva y linda, porque estamos desde ese lugar de la música, desde el interés por el instrumento, y muchas veces de la historia, poder relatar desde donde viene la quena, cómo fue evolucionando, la historia de la quena, y contar cómo se produce el instrumento, que parece tan simple pero además tiene sus complejidades en cuanto a la afinación, en cuanto a tocarlo, en cuanto a poder sacarle sonido.

¿Los turistas son nacionales o de otras partes del mundo?

Venían turistas de todo el mundo, era impresionante. De golpe estás hablando con un alemán, un japonés porque el idioma de la música es universal, es maravilloso, no nos entendíamos nada, pero cuando estábamos tocando estaba todo bien. En Cosquín hay gente de todo el país, esa diversidad es buena, hay una diversidad maravillosa.

¿Qué significado tiene las artesanías que Ud. crea?

Creo que de todos los instrumentos, el instrumento de viento es el que te expresa mejor, es el vehículo con el cual vos podés expresar lo más profundo de tu ser, es el contacto directo de tu interior hacia la gente. Poder hacer que una caña que está en la naturaleza, de golpe se transforme en un instrumento tan complejo. Esa transformación es la que me permite a mí todos los días intentar y la que me moviliza a seguir creando. Esa transformación es maravillosa. Ese es el mejor regalo que me dio la vida. Te permite poder tocar de todas las maneras posibles, esa evolución me llevó más de 30 años, lograr un instrumento que afine, lograr un instrumento que tenga todas las posibilidades de un instrumento armónico.

¿Por qué considera que los turistas se acercan a ver/comprar sus productos?

Es un desafío continuo, podés hacer una réplica, pero el verdadero trabajo del lutier es afinarla, llevarla a la altura para que suene igual que un piano, esas cosas son las que busca la gente.

¿Qué significa para Ud. La “Plaza de los Artesanos”?

Es el lugar de convocatoria para todos los que hacemos artesanías, pero además para la gente. Es un lugar muy agradable, muy ameno, es un paseo maravilloso para todo el mundo, para los que estamos ahí esperando a la gente, y para la gente que viene. En el caso del paseo de los artesanos de Cosquín ha tenido un crecimiento exponencial con artesanías muy bien logradas.

¿Viajó a alguna parte del mundo con la música? Sí, a Barcelona Florencia, Bolivia, Perú, y el nexo de todos los lugares que son turísticos es la plaza de los artesanos, o las artesanías propias del lugar, o en el caso mío la música, es una atracción, un polo de atracción en el mundo. En kadakesh, en Florencia, en Nápoles, la plaza con los artesanos es igual en todos lados, es un foco de atracción que es belleza y la música no falta en ningún lado, es el nexo más importante.

Cuestionario a Ramírez, Artesano de la Plaza.

Realizado el 28 de julio de 2019 en Cosquín, provincia de Córdoba.

Específicamente ¿A qué se dedica?

Orfebrería. Me dedico al metal: plata y oro, pero oro por encargo, acá no traigo.

¿Cuándo empezó a desarrollar sus actividades Cosquín?

En Cosquín hace 4 años. Viví a unos kilómetros, 25 años en Casa Grande.

¿En qué consiste su actividad durante el festival?

En enero se hace la feria para el festival en la plaza San Martín y trato de estar en los dos lugares (refiriéndose a la feria de artesanos “Paseo de las esculturas” frente a la plaza Próspero Molina que está habilitada el resto del año). Hay un pre Cosquín y la feria dura 15 días, en cambio acá todo el verano (feria de artesanos “Paseo de las esculturas”)

¿Cómo promociona su trabajo? Boca a boca, publicito en la red, en facebook.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016?

Escuché hablar. Se trata de hacer más largo el interés de la gente en el área, porque si no serían 9 lunas en enero y después semejante monstruo que es la plaza está parado todo el año. Hay un circuito peñero y tratan de “estirlo” más durante el año al folklore. Está bueno eso.

¿Considera que a partir de la implementación del programa se acercaron más turistas a la plaza?

Sin descontextualizar la situación del país que es de terror, hay turistas. Los primeros 15 días de las vacaciones de invierno, salieron de vacaciones en Córdoba y un montón de provincias, y estamos esperando las vacaciones de Buenos Aires que son ahora.

Para Ud. ¿La comisión de folklore promociona el trabajo de los artesanos de la plaza?

No tenemos relación. Solo cuando trabajamos en enero hay trato. Esto es una feria de tipo emprendedor, artesano y hay reventa. En la plaza San Martín hay fiscalización, hay más control, nos conocen más.

¿Qué relación tienen con la Dirección municipal de turismo?

No tenemos relación,

¿Cuándo está en el puesto, cómo es la relación con los turistas?

Es buena, preguntan cosas, se acercan a ver lo que vendo. No hay mucha plata en la calle y eso hace que se acerquen y te cuenten de sus vidas, de sus problemas, de que no alcanza y eso te acerca más a la gente. Yo también les cuento como te estoy contando a vos.

¿Qué significado tiene las artesanías que ud crea?

Cuando vinimos con la mamá de mis hijas hicimos todo con esto, hubo un progreso en todos estos años. Es mi trabajo, mi fuente de ingresos. Ese valor tiene.

¿Qué significa para Ud. La “Plaza de los Artesanos”?

Es el encuentro con la gente. No sé donde podría producirse si no es acá. Además el hecho de que esté enfrente de la plaza del folklore le da un valor que otros lugares no lo tienen. Muchos vienen sólo a sacarse fotos con las esculturas, y de paso dan la vueltita y compran algo.

Bailarines

Cuestionario a Orellana, Bailarín.

Realizado el 1 de marzo de 2019 por video chat.

¿A qué se dedica?

Soy Martín Gabriel Orellana, tengo 27 años. Nací en José C.Paz, provincia de Buenos Aires. Soy bailarín de folklore y profesor.

¿Cuándo empezó a bailar folklore en Cosquín?

En Cosquín bailé por primera vez a mis 19 años, participando de un Pre Cosquín. En ese momento formaba parte de un ballet y dependía de ellos a la hora de moverme por los circuitos culturales. El ballet solo iba con el propósito de subir al escenario y bailar en el Pre Cosquín. Luego de unos años tuve la posibilidad de ir a bailar de forma independiente con la persona que en ese momento era mi compañera. Luego de esta primera experiencia fui con mi propio grupo de danzas.

¿En qué consiste su actividad durante el festival? ¿Cómo promociona su trabajo?

En estas experiencias me presenté en las peñas que están por fuera del predio donde se encuentra el escenario mayor. Bailé en el circuito de peñas, a veces dos peñas por noche. Así era la forma de promocionar mi trabajo que venía realizando, primero con la que era mi compañera y luego con el grupo que había formado en ese momento.

¿Qué significa para Ud. Bailar en el escenario mayor?

Haber bailado en el escenario mayor fue muy bello, fue el primer escenario profesional que pise..., fue un objetivo cumplido y en un momento de mi carrera era algo que aspiraba todos los veranos. Hoy en día, y luego de haber bailado y viajado por otros lugares y escenarios, me doy cuenta que el escenario de Cosquín es uno más para mí, sin menospreciar ni nada por el estilo.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016?

No conozco al programa que me nombrás.

¿De qué manera la comisión de folklore promociona la danza?

Respecto a la comisión de folklore y la danza, creo que es muy poca la promoción que se hace, y la danza debería tener más espacios tanto en el escenario mayor, como en el circuito de peñas y artistas callejeros. Haría muy bien que se monten escenarios idóneos para los bailarines, tanto para bailar como para algo básico como cambiarse de ropa.

¿Cuándo va a bailar a las peñas, cómo es su relación con los turistas? La relación con los turistas es muy buena, en las peñas admiran mucho nuestro folklore ya que tiene mucha fuerza, esa cualidad era algo que resaltaban, sobre todo con el malambo. Hace un tiempo trabajaba en la peña los Cardones, de la Ciudad de Buenos Aires, todos los fines de semana hacía la presentación de apertura en los espectáculos que daba la peña, estaba lleno de turistas de todo el mundo, ellos también aprecian la cualidad de fuerza que te estoy contando.

¿Trabaja dando talleres de danza? ¿Los alumnos son en su mayoría turistas extranjeros?

Di clases de danza, pero en mi caso los alumnos no eran extranjeros.

Cuestionario a Enríquez, Bailarín.

Realizado el 6 de febrero de 2019 en C.A.B.A, Argentina.

Soy Juan Enríquez, Juan Manuel, el “manuel” no lo uso casi...

¿Tiene algún nombre artístico?

no... en realidad hace poco hice una obra con el Cuervo Pajón, la hicimos en capital, en el Teatro Astros, hace 2 años, no sé si lo habrás visto en el facebook... lo del cuervo fue en el 2016, no, perdón, 2017, porque en el 2018 volví de vuelta a hacer una obra mía en particular con otro compañero y él me había puesto el “cachafaz”, pero porque era una circunstancia nomás de uno de los personajes que estaban dentro de la obra, viste. Porque yo, o sea, a veces suelo usar un parche en el ojo, y él me puso “el

cachafaz”, por eso nada más, no estoy muy identificado con ese sobrenombre. Por ahí él me ve o alguien que me vió en el espectáculo me recuerda por la obra esa.

¿Dónde vive?

Vivo en la zona sur, Adrogué. Nací en Lanús.

¿A qué se dedica?

Soy maestro, profe de baile, tango no enseño, bailo pero no enseño, me dedico al baile, es mi profesión. Desde que empecé desde los 10 años, es mi profesión, o sea, trabajo con esto, bueno... doy clases, doy seminarios, talleres de danza. Yo lo que hago específicamente es preparación, soy formador de bailarines. Yo veo que en la actualidad se ve muy poca preparación en los bailarines, te lo digo así por experiencia

¿Cuándo bailó por primera vez en Cosquín?

En el 83, enero de 1983 ¿Ahí bailó con el Ballet Brandsen? Si, con el Ballet Brandsen. Toda mi carrera fue con el Ballet Brandsen, con el estudio de danzas de Mabel Pimentel, Oscar Murillo. ¿Ellos fueron sus profesores? Toda la vida, lo siguen siendo. Y después de ahí pasé a integrar el ballet profesional del ballet Brandsen y toda mi formación fue con ellos. Solamente en el 90, porque en el 90 fue el último año que fui a Cosquín con el Ballet Brandsen y en el 91 volví a ir pero con el Ballet Nacional del “Chúcaro” y Norma Viola. Y creo que soy uno de los pocos bailarines que tuvo esa suerte de hacer ese cambio de instituciones y una de las instituciones más importantes y más grandes del país.

¿Se postuló sólo para empezar a bailar con el Ballet Nacional o ellos lo convocaron?

Fue la única audición que hice en mi vida, pero porque estábamos invitados también. Fuimos invitados por el director del ballet Brandsen, él nos invitó a los que quieran ir a formar parte de la audición, para audicionar para el ballet Nacional. De hecho quedé en la primera audición por mi experiencia.

¿Y durante el festival, qué cosas hacían? ¿Bailaron en el escenario mayor, participaron también de las peñas?

No. En esa época no había muchas peñas. Nosotros muchas veces hablábamos con Oscar, como venimos de una generación de bailarines que fuimos “los bailarines del sacrificio”, por así decirlo...nos pusimos ese título porque si bien en la época que nosotros empezamos a triunfar con la danza, en el 80, de hecho los bailarines del Ballet Brandsen del 72 en adelante; no había muchas posibilidades de tomar clases de otros géneros, técnica contemporánea etc. Entonces la técnica que teníamos nosotros la ponía Mabel Pimentel que es egresada de la Escuela Nacional de Danza, es profesora de clásico y de español. Con todo eso, ellos iban haciendo el trabajo de la formación de los bailarines. Imaginate que yo empecé a los 10 años con ellos, en el estudio de danza de chiquito, ya después al pasar al Ballet Brandsen tenés un proceso de formación que inicia con 2 horas de gimnasia, pero dos horas tal cual un jugador deportivo y eso lo hacíamos todos los días. Ensayábamos lunes, miércoles y viernes y ensayábamos los domingos a la mañana. Y tal es así que ensayabamos 4 o 5 dias por semana y después cuando llegaba la época de Cosquín los ensayos se incrementaban porque nos dedicábamos a eso. Vivíamos para eso. Lo nuestro era compromiso y lealtad. Esas fueron las cosas por las que se destacó el Ballet Brandsen.

¿Cómo promociona su trabajo?

shows, presentaciones, viajes con el Ballet, espectáculos en el teatro y clases, me vieron en el facebook y me ofrecieron hacer espectáculos en el teatro. No soy de mencionar la palabra “participación”, porque la mayoría de los trabajos que hago son remunerativos, yo no participo, yo trabajo, vivo de esto. Entiendo que los chicos hoy en día participan con varios ballets.

¿Qué significa para Ud. Bailar en el escenario mayor?

Y es algo...hasta ahora sueño de vuelta con volver, en realidad bailamos en muchos lados, en EE.UU cuatro veces, en Uruguay, Brasil, hemos tenido lindas giras. Como sensación, hoy en día sueño con volver a bailar en el escenario de Cosquín más allá de que hay muchas cosas que están cambiadas, la sensación es la misma que el primer día. Tenía 13 años cuando bailé en el escenario de Cosquín. Sentí mucha emoción y mucha alegría, mucha tranquilidad. Porque uno con el correr de los años va tomando una importante experiencia que ya nada te abruma.

¿En Argentina, en la actualidad, siente que es el lugar más importante?

Por la época en que yo lo viví, sí. Yo tenía 10 años y a mí me llevaron, me eligieron y me llevaron. Me pagaban para bailar. Esa es otra de las cosas que mucha gente no sabe. Pero nosotros nos preparábamos para ir a Cosquín. A nosotros nos anunciaban en agosto o septiembre que íbamos a ir a Cosquín. Hacíamos obras que duraban 45 minutos. Las obras que hacíamos no eran las obras que se ven ahora con las delegaciones, por eso los llamaban “Los caudillos de la danza” porque se preparaban muchas obras de caudillos. En el año 83 que es el año que fui por primera vez, llegamos el 2 de enero... y volvimos el 2 de febrero. Un mes ensayando y ensayando. Ensayábamos de las 8 de la mañana a las 12 del mediodía, en el tiempo de la siesta preparábamos cosas, elementos, escenografía que íbamos a usar en la obra, hacíamos todo nosotros, las mujeres se encargaban de los vestuarios. Después a las 6 de la tarde ensayo para preparar la apertura o el himno a Cosquín. Me habré bailando no sé cuantos himnos a Cosquín... y hoy los escucho al himno a Cosquín y no “me llena”, porque las versiones que hicieron últimamente no me gustan.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016? ¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural?

No lo conozco

¿Juan, como ve la actividad cultural que hay alrededor del escenario mayor, espectáculos callejeros, peñas? ¿Ve que se desvirtúa la esencia del folklore?

La esencia del folklore se desvirtúa cuando un artista no le da la importancia genérica que necesita el folklore. Está bien que haya muchos valores nuevos que quieran imponer su estilo y también es necesario que haya nuevos autores, porque de eso se nutre el cancionero popular argentino, el folklore. Pero ya cuando el mismo género empieza a perder valor, por malas interpretaciones..., o hacen mucha fusión con otros ritmos, entonces deja de ser folklore para ser rock. Están los grupos “Locos por la zamba”, “Locos por el folklore” y todos dan su opinión

¿De qué manera la comisión de folklore promociona la danza?

Nosotros éramos Ballet oficial, nos dedicábamos a hacer la apertura del festival, y en la época que empezó a transmitir la televisión no había muchas peñas. Nosotros teníamos el compromiso por las 9 noches. Hacíamos la apertura a las 10 de la noche en el horario de la televisión, después subíamos con algún artista a hacer algún “copete” que es bailar con el artista principal y a las 2 de la mañana generalmente el Ballet Brandsen presentaba su obra.

En el año 85, Cosquín le hace un homenaje al Chúcaro, entonces convoca a los dos ballets Brandsen y Nacional. Ese fue un encuentro fuerte entre los dos. Cada uno presentó su obra, nosotros presentamos “Juana Azurduy”, que también la presentamos en EE.UU, y fue consagrada en el año 72.

¿Cuándo va a bailar a las peñas, cómo es su relación con los turistas?

Buena

¿Trabaja dando talleres de danza?

Doy clases de Zamba y seminarios de folklore tradicional, porque mi vocación es formar bailarines, se trabaja lo estilizado y proyección.

¿Los alumnos son en su mayoría turistas extranjeros?

Sí, convoca muchos extranjeros de todos lados. De hecho viene una chica de Dinamarca, que ya estuvo el año pasado conmigo, una chica de Lisboa y algunos de Japón.

Cuestionario a Segovia, Bailarín.

Realizado el 28 de julio de 2019 en Cosquín, provincia de Córdoba.

¿Quién es y a qué se dedica?

Soy Manuel, soy artesano, bailarín y profesor de folklore.

¿Cuándo empezó a bailar folklore en Cosquín?

Empecé a los 11 años a bailar, soy de Buenos Aires, Merlo. Empecé a bailar en un club de barrio, después continué en el ballet de la escuela dirigido por Moreira y María Luján. En Merlo armé un grupo que se llamaba “Tranqueras abiertas” que con el tiempo se fue desarmando. Con la crisis del 2000 empecé con las artesanías y vine a Cosquín en el 2008 a trabajar, y me quedé a vivir desde el 2012.

¿En qué consiste su actividad durante el festival?

Aparte de vender las artesanías en el puesto, hago trabajo de hilo y macramé, y tenemos por medio de la municipalidad un taller de folklore. Está los martes y jueves desde las 18 a las 21 hs. Esta semana estamos todavía en el escenario, tipo taller abierto.

¿Cómo promociona su trabajo?

Se promociona verdaderamente con el “Fogón” que trabaja todos los fines de semana, que normalmente abre sábado a la noche y domingo al mediodía. Es de libre acceso porque es totalmente gratis; ahí hacemos un taller que le llamamos “Master chaca”, les enseñamos a bailar una chacarera a los que nunca han bailado folklore, y de ahí es donde empecé a ganar alumnos.

¿Qué significa para Ud. Bailar en el escenario mayor?

Es el todo, el baile es el todo, mi cable a tierra.

¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016? ¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural?

Sí, soy uno de los que empezó con eso. Cosquín tuvo un antes y un después, la plaza estuvo cerrada muchos años. El festival estaba privatizado, y lo que se trató de hacer es volver a las raíces, el festival está hecho para el pueblo de Cosquín, entonces dónde tiene que quedar la máxima ganancia? en el pueblo de Cosquín. Entonces ahora el “Fogón” si bien se sigue licitando, pero uno de los requisitos es que el 70% del personal sea de Cosquín. “Fogón criollo” lo que tiene es una escuela de gastronomía, hay profesores que les enseñan la parte gastronómica y cómo ser mozo.

¿Considera que la danza tuvo más difusión a partir de la implementación del programa?

Sí. La plaza se abre para dar talleres de danza. Se utiliza el escenario para que la gente baile ahí y en la parte donde estaban las butacas. El Fogón maneja los stands de comidas sobre la plaza y se encarga del sonido.

¿De qué manera la comisión de folklore promociona la danza?

Promociona mucho la danza. Por eso está “el Cosquín de fiesta todo el año”, que lo podés ver ahora. Considero que hay falta de promoción en otros canales como es en vista. Ellos manejan todo por medio de red y no todo el mundo maneja redes sociales. Me refiero a tener folletos, carteles gigantes del evento por ejemplo en la ruta.

¿Cuándo va a bailar a las peñas, cómo es su relación con los turistas?

Con el turismo la relación es muy buena. Se acercan a preguntar. Desde que esto empezó hace 3 años, hay gente que vuelve y ya está incluido en un grupo de baile, o bailando mejor porque ha tomado clases.

¿Trabaja dando talleres de danza?

Sí

¿Los alumnos son en su mayoría turistas extranjeros?

Tengo gente de Cosquín, y alrededores de hasta 40, 50 kms, viene gente de Córdoba del lado de Carlos Paz, e ischo cruz, y del lado de La Falda. Ellos vienen una vez por semana por los costos del viaje, y el punto de encuentro el fin de semana es el "Fogón". Turismo extranjero hay bastante, hemos hecho bailar una chacarera a gente de Francia, de Italia, de Alemania, de Brasil, de Colombia, de Chile, de Uruguay.

Cuestionario a Guzmán, Bailarín.

Realizado el 30 de julio de 2019 en Cosquín, Provincia de Córdoba.

¿Cuándo empezó a bailar folklore en Cosquín?

La propuesta que tiene es Cosquín es una escuela municipal, tiene un costo muy accesible, yo creo que en este momento debe estar saliendo \$60 por me. Es una de las propuestas que da la municipalidad. Yo tenía 6 años, y en ese momento los profesores iban a las escuelas primarias, ellos, los profesores de danza organizaban los actos de fin de año con las maestras y ahí encontraban quiénes eran los que tenían inquietud, potencial para el baile. Entonces fue ahí que junto a mi hermano mellizo, nos mandaron a bailar a la escuela municipal que tiene todo un proceso, no sólo de aprendizaje sino también de carrera, ya que te da un título. Y eso es una puerta que se va abriendo, es una capacitación para que después integres el ballet "Camín", que es el que hace las aperturas y lo ha hecho durante muchos años como ballet oficial a pesar que durante otros tiempos fueron otros ballet, después ya quedó que el ballet oficial por lo menos sea conformado desde Cosquín, no que tengan que venir desde otro lado, como el Ballet Argentino o el Brandsen. Me recibí de maestro instructor de danzas y ese fue el paso para ingresar al ballet y empezar a bailar por todo el país y hacer las aperturas. Eso fue hasta el año 2000 y después de eso me alejé de lo folklórico.

¿En qué consiste su actividad durante el festival?

En ese momento era mucho más intensivo de lo que es ahora. Había un casting, todavía sigue habiendo un casting, pero nosotros teníamos un mes y medio de ensayo. Teníamos una estructura, empezábamos en diciembre, yo terminaba las clases y en vez de tener vacaciones iba a entrenar más e iba a tener más responsabilidades. Ensayábamos todo el día de las 9 de la mañana hasta las 20 hs, de lunes a lunes, y bailábamos en peñas. Durante la época de verano del festival estábamos acá y durante el año con la escuela municipal. El ballet es un organismo que se maneja distinto que la escuela municipal, y yo nunca dejé de formar parte de ninguno de los dos. La escuela municipal va a competir. El ballet propone coreografías institucionales, es un grupo que existe con gente que está todo el año dedicado a eso.

¿Cómo promociona su trabajo?

Redes sociales y radio local.

¿Qué significa para Ud. Bailar en el escenario mayor?

Es un símbolo que vos lo ves todo el año, lo vivís desde que nacés, es parte de lo cotidiano la plaza del folklore, quizás yo no le daba tanta importancia porque nació acá, ya que todos los años está el festival, no era una cosa que a mí me resultaba sorprendente. En el momento que tuve la posibilidad de bailar en la plaza lo tomé con muchísima responsabilidad, era un desafío, primero fue así y creo que la emotividad fue cuando pudimos entender junto con mis compañeros lo que significaba cada pedazo de escenario para los artistas que venían de otros lados. Ellos nos hicieron entender el valor del vibrar la sangre cuando cantaban el himno que para nosotros era escucharlo

año tras año. Fue volver a ver lo que había visto durante toda mi vida de una manera distinta, con los ojos de los otros. El ballet tenía integrantes desde 14 a 25 años. A los 14 años fue la primera vez que bailé en la plaza del folklore. Fue una experiencia hermosa. Este año bailé porque el ballet cumplía 30 años y convocaron a todos los ex bailarines. Cuando era pibe lo pensaba de una manera más competitiva, no era tan emotivo, esta vez cuando nosotros tuvimos la posibilidad de bailar acá fue muy fuerte, muy emotivo, fue una hermosa propuesta que nos hicieron desde la municipalidad.

[¿Conoce el programa “En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año” que se desarrolla desde el año 2016?](#)

Sí, estoy conectado ya que uno de los integrantes de la propuesta era compañero mío del ballet y nosotros hemos estado recorriendo el país bailando, compitiendo, conociendo grupos en distintos eventos. Creo que siempre ha sido una carencia de Cosquín no tener durante el año una propuesta, una continuidad, siempre la gente decía “nosotros trabajamos durante 9 días al año” y después durante todo el año era una ciudad de paso, es como decir “vamos a esperar que llegue ese momento” y la secretaria de cultura y la Municipalidad de Cosquín fueron proponiendo a través de los años, hace como 15 años, tratar de generar un espacio cultural que sea durante todo el año. Y esta idea empezó con una fiesta que se llama la Fiesta del Duende, una propuesta que se organizó con las escuelas como para hacerlo completo y después fue empezar a hacer una peña. Empezó a tener resultado, la gente empezó a enterarse, aunque tampoco estaba en el común de la gente el hecho de considerar a Cosquín como un espacio referente del folklore durante el año. Es muy loco, pero realmente era así. Y ahora sí, la gente lo empieza a considerar. Hay eventos diurnos, eventos nocturnos, durante todas las semanas del año. Es muy bueno eso.

[¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural? ¿Considera que la danza tuvo más difusión a partir de la implementación del programa?](#)

Sí, empezó a generar un espacio para los bailarines que antes no teníamos. Es más, creo que hay propuestas de los grupos folklóricos de la zona en venir a presentarse acá e ir a los eventos que está proponiendo la municipalidad. Antes no teníamos esa posibilidad, simplemente esperábamos eventos como algún día patrio para bailar, no teníamos una peña para mostrar una coreo.

[¿De qué manera la comisión de folklore promociona la danza?](#)

Hay un integrante del ballet Camín que está en la comisión de folklore que para mí es fundamental para que esté poniéndole más pilas a la danza folklórica, es mi compañero, se llama Luis Barrera. Hay una propuesta a futuro de hacer capacitaciones de nivel nacional para bailarines, sobre todas las cosas porque existen congresos de muchas otras disciplinas, y ¿por qué no existen congresos de la danza acá? La municipalidad está haciendo un relevamiento de grupos folklóricos.

[¿Cuándo va a bailar a las peñas, cómo es su relación con los turistas?](#)

Como integrantes del Ballet no había mucha comunicación porque nosotros teníamos una postura de que el bailarín era del ambiente de los bailarines, se marcaba una diferencia con la gente, eso se fue modificando con el tiempo. Nosotros íbamos y bailábamos, pero era un grupo cerrado. Yo me acuerdo que era así. Había una conexión desde lo artístico. Por suerte eso se está cambiando. Se está rompiendo esa barrera de que solamente si tenés un grado y un nivel de conocimiento podés bailar, ahora se está haciendo mucho más abierto. Cambió mucho la manera en que la gente baila las danzas típicas. Yo no veo que la chacarera se baile con una estructura como a mí me la enseñaron, durante mucho tiempo renegaba de eso, la altura de los brazos, me acuerdo que era como un manual que teníamos en nuestra cabeza de cómo era toda la postura. Y ahora la propuesta es totalmente desestructurada. En ese tiempo no era así, había una barrera entre nosotros como artistas y la gente.

¿Trabaja dando talleres de danza?

Sí, estoy dando clases acá en el Valle de Punilla, hace tiempo trabajaba con talleres de folklore y tango para la tercera edad, a nosotros los talleristas nos pagaba la nación, por ANSES. Doy clases en Cosquín, en la Falda y en Villa Carlos Paz.

¿Los alumnos son en su mayoría turistas extranjeros?

No. Son de Córdoba, Buenos Aires y otras provincias.

Músicos

Cuestionario a Céspedes, Músico. Realizado el 15 de enero de 2019 en La Plata, Provincia de Buenos Aires.

¿Quién es y a qué se dedica?

Soy Ceferino Céspedes, nacido en La pampa, partido de La adela. Soy descendiente de mapuches y sirio libaneses. Viví mi infancia en Bahía Blanca. Soy un folclorista surero, cantautor repentista e improvisador. Te cuento un poco de mi vida...

Cuando era chico era el recitador de la escuela primaria nro 7 y participaba de los actos y festivales que organizaba la escuela. A los 22 años gané un certamen organizado por Radio Nacional, participé con humor gaucho, una milonga y una chacarera de mi autoría. A partir de esto, conozco a un productor artístico "Menchu producciones" que me lleva a grabar a la zona de capital. Ahí me empecé a dedicar a la animación y conducción de festivales, humor campesino, presentaciones en canales de televisión.

¿Cuándo empezó a cantar folklore en Cosquín?

Sí, yo participé primero en un Pre Cosquín, donde llegué a la final, en lo que es la zona de la región de La Plata y después fui a Cosquín pero por una grabación que la presentamos en un auditorium que presentan los distintos artistas que andan por allí; y bueno... he participado de las noches de Cosquín y demás, en el escenario mayor, no en el horario central que se televisa, pero sí con el referente de una grabación con una grabadora que nos publicitaba, que nos llevó allí y demás. A Cosquín llegué en el 2013 con "Palenque producciones", actué en peñas haciendo la promoción del CD y di charlas para medios provinciales.

¿En qué consiste su actividad durante el festival? ¿Cómo promociona su trabajo?

Hago presentaciones en peñas, con música y letras de mi autoría. Si se presenta la oportunidad doy alguna charla, como lo hice en la Peña de los Carabajal por el contacto con la Comisión municipal de Folklore. Estas son las vías para promocionar mi trabajo, me dio la posibilidad de viajar a un encuentro de payadores en Chile. Me pagaron el pasaje, la promoción radial y televisiva, y la comida.

¿Qué significa para Ud. cantar en el escenario mayor?

Es algo grandioso, te da relevancia, te sirve para el curriculum. Para mí es lo más importante y considero que hubo un cambio en mi vida a partir de eso. Hoy en día no es mi meta, no lo tomo como un trabajo, prefiero ir a un lugar que me paguen.

¿Conoce el programa "En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año" que se desarrolla desde el año 2016? ¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural? ¿Considera que la música folklórica tuvo más difusión a partir de la implementación del programa?

No sé bien en qué consiste el programa, solo conozco el trabajo de la comisión. Se como acompañan a los artistas, organizan a los artistas callejeros, los certámenes y el sistema de los auspiciantes.

¿De qué manera la comisión de folklore promociona la música?

En mi caso, todo lo arregló la productora, se crean espacios tipo conferencia de prensa donde los artistas muestran sus trabajos, cuentan sus trayectorias y la gente puede

asistir gratuitamente a verlos. Los medios provinciales participan y ahí hacés contactos con gente de todo el país y otros países. Yo conseguí trabajo en festivales de la Patagonia, y presentaciones en televisión y radio en Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile.

[¿Cuándo va a cantar a las peñas, cómo es su relación con los turistas?](#)

Es muy buena. Los turistas van a ver folklore, vivir el folklore, sentir el folklore. Hay mucho respeto por la canción surera y la calidad interpretativa, aunque la gente siempre prefiere géneros musicales para bailar.

Cuestionario a Marchesotti, Músico.

Realizado el 7 de febrero de 2019 en La Plata, Provincia de Buenos Aires.

[¿Cuándo empezó a cantar folklore en Cosquín?](#)

La primera vez que fui, fue hace 18 años...19 años. A un pre Cosquín. Fuimos finalistas de una sub sede Buenos Aires. Llegamos a la final a Cosquín, y estuvimos unos días allá. A los 2 años vuelvo con el grupo, que era un grupo ya mío. [¿Ud. canta o toca instrumentos?](#) No, todo lo que es instrumentos, todo lo que es instrumentación. Al pre Cosquín llegamos a la final nuevamente y a los 2 días me llaman y empiezo a laburar con Argentino Luna y subo al escenario de Cosquín por otro lado. Así que eso fue ya hace varios años. Y después a partir de ahí hasta hace 2 años atrás, todos los años consecutivamente subía con un artista distinto, o con Argentino Luna, Quique Ponce, con La Cincha subí varias veces, con varios grupos...

[¿En qué consiste su actividad durante el festival?](#)

En realidad ahí en Cosquín, cuando vas los primeros años, es todo nuevo. Es un mito que tiene Cosquín, en general, tiene mucha parte turística por una cuestión de cómo es Córdoba, pero tenés a su vez una parte de mito para el músico que Cosquín trae. El hecho de que el escenario mayor, los artistas que estuvieron en un lugar y en otro, las cosas que la gente va contando historias de distintos artistas, empezás a conocer los lugares en base a las letras de música. Te empieza a llamar la atención tanto en el río, en calles, en lugares. Empiezan a tener sentido la letras...empezás a ver las realidades de las letras. Te llevan también a entender un poquito en la época de cada letra, porque había letras que te hablan de ciertas cosas que hoy ya no existen y que en su momento era igual al Cosquín de hoy, pero con cosas que pasaban antes. Y el por qué de cada cosa, de un fogón, de compartir una guitarreada, el por qué hablan de las peñas, de las consagraciones que había antes en el río, que hoy hacen eventos en el río y antes tenía un por qué el evento del río del artista consagrado. Hoy es al revés, los artista que están por consagrarse hacen eventos en el río, antes era al revés, antes el artista era consagrado y la consagración la hacía la gente, entonces llevaba al artista "en andas", la gente que iba al festival, al artista que veía que iba a ser la consagración, lo llevaban "amanecido" al río a guitarrear. Y esa es la consagración del festival, el artista que la gente llevaba al río. Bueno esas son un montón de cosas que empezás a entender y ves y por ahí lo ves diferente pero entendés el por qué se hacen esas cosas. Después tiene un montón de diferencias en cuanto a lo que uno conoce del festival, porque uno por ahí va con toda la locura de subir a un escenario, cuando uno logra subir al escenario, ves todo diferente. Tal vez hay cosas que las ves desde otro lugar, porque empezás a entender que bueno...empezás a tomar un lugar como ya de un artista, no sé si consagrado, pero estando al nivel de otros artistas que uno miraba por televisión. O te mirás en televisión y empezás a conocer la gente que está en los medios todo el tiempo. Así que bueno, tenés un montón de cosas en las cuales te vas acercando...

[¿Cómo promociona su trabajo? ¿Solo con presentaciones?](#)

Bueno, en una época se usaba mucho el tema de las presentaciones en las peñas, la publicidad que hacía las peñas. Hay un lugar en Cosquín en el que vienen todos los medios de todos los países, en el cual siempre se juntaban en una pizzería, en un restaurant, algo de eso; y todos los días a la mañana vos llevabas información y todos los periodistas te hacían notas. Era un lugar en el que se juntaban todos tipo conferencia de prensa pero abierta. Era en un boliche, que se juntaban muchos medios, en su mayoría medios independientes. Y ahí se hacía la parte de prensa. Después tenés la conferencia de prensa del festival y las radios y televisión, que eso te lleva por otro lugar. A través de los años he logrado otras consagraciones y ahí ya te exigen ellos ganarte las premiaciones.

¿Y siempre los trabajos que hizo fueron remunerados?

No, al principio no. Es más, yo siempre cuento que antes poníamos plata para ir a Cosquín. El hecho de estar, cuando empieza a pasar el tiempo, empezás a entender tanto la música como la forma de generarla y trabajar de la música. Hoy tengo la suerte de vivir de la música, en su momento lo hacía como un hobby con una idea, con un proyecto, pero no dejaba de ser un hobby. Hoy lo veo desde otra forma, es una parte laboral.

¿Qué significa para Ud. tocar en el escenario mayor?

Tiene muchas cosas. Son muchos años. Cosquín tiene algo diferente a todo. Yo este año subí como stage de Néstor Garnica, fui a laburar con Néstor, pero no como músico, sino como amigo. Y le hice una parte acompañada, no de manager, pero algo parecido. Y entender Cosquín desde el lado que uno lo vive, desde el lugar de una amistad, desde un ego por Cosquín, por que a uno le llama la atención el escenario. Lograr este escenario es como que ya subís a un lugar que conocés. Los primeros años cuando vos entrás a Cosquín, se te pone toda la piel de gallina, no entendés nada. Después me pasó, no mucha gente pero la gente aplaudía y todo bien. Después me ha tocado subir con Argentino Luna y fue muy ovacionado una de las noches, con una canción y sentir que tenés toda la ovación de un estadio como es Cosquín, es "mortal". Y este año subí desde otro lugar. Tiene esa magia Cosquín. Te llama la atención algo. Siempre es diferente. Todos los años es diferente.

¿Conoce el programa "En Cosquín, el folklore de fiesta todo el año" que se desarrolla desde el año 2016?

Sí, yo tengo relación con la comisión, todos los de la comisión son gente que conozco desde hace muchos años atrás, éramos jovencitos y hoy son parte de la comisión. Musso que es el intendente es también conocido de hace muchos años, ellos armaron el Festival de Peñas de Cosquín. Cuando ellos arrancaron, nosotros fuimos los primeros, con un grupo, destacados en ese momento. Entonces uno tiene una amistad diferente. Todos los años invitan; ellos están generando un espacio para todo el año generar gente en Cosquín. Generar, tanto la parte turística como dar una mano a la parte económica, y la comercial... y después una movida que lo acompaña desde la Secretaría de Cultura Municipal. El escenario de Cosquín nace desde la Municipalidad. Hoy el presidente de Cosquín, es el mismo intendente de Cosquín, por una cuestión política. El resto de la gente que trabaja en Cosquín, el 80% de los puestos de la gente que trabaja para el festival son puestos municipales. O sea que ellos generan una idea para generar laburo todo el año.

¿Qué impactos tuvo en la actividad cultural?

Durante el año te vas enterando de distintos eventos, de cosas que pasan en el festival, en el cual van preparando mucho la tendencia de lo que va a ser el festival en el año. Son mínimas "previas", en cada evento que hacen, del festival.

¿Considera que la música folklórica tuvo más difusión a partir de la implementación del programa?

Yo lo veo desde el lado comercial de Cosquín que desde el lado de la difusión del artista. Yo creo que en los últimos años los medios se han encargado de no difundir la forma en que tienen que difundir el artista, sino que lo difunden desde la parte económica. Hoy hay grandes medios que difunden 5 o 10 artistas por una cuestión económica y se terminan los festivales ahí. Lo vemos en televisión. Hoy en la televisión tenés programas de televisión de todos los festivales del país, todas las noches capaz que tenés 10 artistas, en el cual ninguno rota más que los 10 que son los consagrados. Entonces ves que en todos los festivales se va repitiendo esos artistas y el mismo formato. El mismo artista está en uno o dos festivales en televisión. Dos veces por semana sale en el festival, de un lado o del otro por televisión. Y yo creo que eso es lo que les está haciendo mal a los nuevos autores, a los nuevos artistas y difusores de nuestra música. [¿Eso tiene que ver con las empresas? ¿Con las discográficas?](#) Yo lo veo desde otro lado igual. Al ser músico, no solamente política sino una cuestión de que no estamos en los últimos años...no tenemos insertada en nuestra cultura el conocimiento musical que años atrás te lo iban inculcando desde chico. Hoy el músico hace dos melodías que llaman la atención y ya es un artista consagrado. Y hay músicos que realmente laburan mucho para hacer música arriba de un escenario, con muy buen nivel musical, y le cuesta mucho que la gente lo entienda. Entonces ese va quedando hacia un costado de lo que es lo popular, porque su música quizás la gente no la interpreta, yo creo que eso es por una falta de conocimiento masiva de la gente. Y esto viene pasando en el folklore, tanto en la música como en la danza. Al no tener conocimientos la gente compra lo más sencillo y lo más rápido.

[¿De qué manera la comisión de folklore promociona la música?](#)

El medio más grande que tienen ellos es la plaza Próspero Molina, que es lo que ellos laburan y después lo promocionan a través de hacer un intercambio que la gente vaya a Cosquín. Más que nada por la idea, más allá del festival que es un festival de muchos años, y creo que es el más grande de folklore que hay en la Argentina, hay festivales más grandes a nivel popularidad y música, o de artistas o cantidad de gente, pero no de la popularidad que tiene como folklore el escenario que tiene Cosquín. Yo creo que el "Atahualpa Yupanqui", el escenario, es un escenario emblemático para cualquier folklorista. Ahora desde el lado de la comisión, creo que están dándole mucha movida a mucha gente joven pero no están difundidos en el nivel que tendrían que estar difundidos masivamente. Lo difunden entorno al festival, de hacerlo participar pero no difundirlo popularmente ni a nivel nacional.

[¿Cuándo va a cantar a las peñas, cómo es la relación con los turistas?](#)

Cuando uno va a través de los años llegando a Cosquín, uno encuentra no solamente público, sino encuentra músicos, encuentra amigos. Empezás a relacionarte con gente que le gusta lo mismo que a uno en distintos puntos del país. Entonces, empezás a intercambiar muchas cosas. Yo creo que uno no va a dar un espectáculo solamente para el afuera, sino toma un espectáculo desde el afuera hacia adentro, desde el turismo, desde la gente que va a participar, desde la gente que circula con conocimientos de las distintas raíces culturales, no solamente folklóricas sino desde la parte artística en otros medios. Otros ritmos, otros géneros. Otro tipo de arte. Extranjeros que vienen con otro bagaje cultural. Otras ideas, entonces te vienen intercambiando cosas. Lo tomás muy cercano a que el de al lado, está haciendo algo muy parecido a lo tuyo, pero desde otro lado... por eso Cosquín es tan emblemático. Enriquece todo el tiempo, desde ver un artista, desde ver un músico, desde conocer un artista que uno lo veía por televisión. Los medios ayudan a hacer muy rápido esto de conocerlo. Pero ayudan mucho al hecho de bajar de un escenario y encontrarte con un artista que para uno era un emblema del folklore...al otro día encontrarte con otro, y estar charlando en una peña y darte cuenta de que el que está al lado tuyo es músico;

de que por ahí uno, cuando desconoce muchas cosas, lo tiene en un pedestal, luego te das cuenta que somos todos iguales. Cada cual tiene un nivel distinto musicalmente, o tiene la suerte, o tiene un montón de cosas que se le pueden dar a través de la música, pero no son ni más ni menos que ninguno.

Turistas

Turista 1

Diego. 45 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Hace como 10 años más o menos. Antes venía sólo con amigos, ahora con toda la familia.

¿Dé donde viene? De Río Cuarto.

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Me encanta y a mi familia también. Somos folkloristas, bailamos, tenemos un grupo también de música. Siempre que podemos viajamos.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Durante el día vamos al río, a tomar mate por ahí, o vamos a caminar. A la noche vamos a las peñas. La plaza nos gusta pero es un lío para sacar las entradas, y hay mucha gente cuando viene un artista importante.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. Sólo al Cosquín de Peñas.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí. ¿Por qué le parece importante la plaza?

Porque es el espacio de ellos, donde muestran su trabajo, se hacen conocidos. Ese lugar les pertenece.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? Son todo. Podes ir sólo o con tu familia. Te divertís, te emocionás, cantás y bailás.

Turista 2

Evelyn. 34 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Este es el tercer año.

¿Dé donde viene? De Buenos Aires

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Es una linda experiencia, es un mega festival que no lo encontrás en Buenos Aires. Todas las noches hay grandes artistas y la movida de las peñas es muy interesante.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Esta vez recorrimos un poco más del río y también fuimos a La Falda, Villa Carlos Paz, La Cumbre y Villa Giardino. Caminamos del hotel a la calle San Martín para comprar recuerdos, para comprar comida.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No, pero sé que hacen varios eventos.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí, la conozco ¿Por qué le parece importante la plaza? Porque nuclea a todos los artesanos, hay puestos de todo tipo. Trabajos con cuero, soguería, ropa, bijouterie. Ahí encontrás de todo.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? Son la esencia de Cosquín, se llenan. Son noches únicas.

Turista 3

Mario, 60 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Del 83 para acá muchas veces. Ha cambiado mucho desde ese momento.

¿Dé donde viene? De Buenos Aires

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Ya estoy un poco grande, la verdad. Antes participaba en las peñas, en las fiestas del balneario La Toma, en las guitarreadas hasta el amanecer. Ahora voy a la plaza y alguna peña.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Ir a la noche del festival. Si se puede a alguna peña. Después se va al río a pasar el día, hace mucho calor para estar dando vueltas.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. Fui al pre Cosquín.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí, claro ¿Por qué le parece importante la plaza? La plaza siempre tiene que existir, ya es un emblema de la ciudad.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? También son un emblema. Son parte del festival y tienen que seguir así.

Turista 4

Marisa, 64 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Es la primera vez, vengo a acompañar a mi marido que ya está jubilado.

¿Dé donde viene? De Parque Patricios (Bs. As.)

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Siempre lo veíamos por la tele y nos gustaba, desde que lo veíamos por ATC cuando estaba Julio Maharbiz. Es emocionante estar acá.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Caminamos por el centro, la peatonal y la plaza de los artesanos. Mañana vamos al río.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? La conocimos ¿Por qué le parece importante la plaza? Me imaginaba que era un lugar más grande. Es linda, conseguimos algunos regalitos para llevar.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? No las conocemos. Hablan mucho de las peñas, son famosas. Nos gustaría ir a comer y ver a los grupos.

Turista 5

Malvina 26

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Desde los 18 años

¿Dé donde viene? De Paraná, Entre Ríos.

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Cada año es distinto, se vive el folklore. Yo estoy con un movimiento de mujeres y nos quedamos en el camping Tibidabo, el ambiente es lindo.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Se comparte todo, los almuerzos, las noches en la peña y los artistas callejeros. No vamos a la Próspero, estamos en contra de ese negocio.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. Una vez, a la Fiesta del Duende

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? sí ¿Por qué le parece importante la plaza? es un espacio en el que se expresa el arte. Se valoriza el trabajo artesanal.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? Son una parte importante del movimiento de Cosquín.

Turista 6

Claudio, 35 años

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Vine como 5 veces desde que empecé la formación en danza

¿Dé donde viene? De Lomas de Zamora

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Lo veo como un lugar donde se manifiesta el folklore en todas sus ramas, la mía la danza también tiene protagonismo.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Compré las entradas por internet, tengo que retirarlas en la boletería. Mi plan es ir a las 9 lunas. Y durante el día lo típico es pasarlo en el río.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. Al Cosquín de Peñas en octubre más o menos.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí ¿Por qué le parece importante la plaza? Porque es el lugar exclusivo para los artesanos, mucha gente se acerca y puede comprar, dan charlas y muestras.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? Funcionan cómo un sistema paralelo a la plaza, pero son distintas. Muchos músicos no van a las peñas, los de más prestigio, entonces no te queda otra que ir a la plaza.

Turista 7

Ezequiel, 32 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Es la primera vez

¿Dé donde viene? De Río Cuarto

¿Qué significa para Ud. participar del festival? No conozco mucho el folklore, estoy aprendiendo danza y vine con el grupo.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Vamos a ir a las peñas, y el río.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí ¿Por qué le parece importante la plaza? Hay muchos artesanos en la zona, y la plaza es su lugar.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? Un lugar donde se disfruta el folklore, la danza y la música.

Turista 8

Miriam, 52 años.

Cuestionario realizado en Enero de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Hace algunos años, desde el 2014.

¿Dé donde viene? De Ituzaingó

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Estoy con mi hija, ella es la que sigue más el folklore. A mí me gusta Abel Pintos, Jorge Rojas y Luciano Pereyra. Ellos van a estar en la plaza.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? A las 22 hs vamos a la plaza, para ver los fuegos artificiales y el número de apertura. Nos quedamos ahí hasta las 4 am. Yo regreso a dormir y mi hija va a las peñas. En el día hace mucho calor. Así que nos quedamos en la pileta. Recién cuando se va el sol caminamos un poco por el centro.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? Sí, la conozco. ¿Por qué le parece importante la plaza? Ahí tenés de todo, ropa, cosas de cuero, tejidos, bordados, todo en madera, conseguís buenos precios y calidad.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? No las conozco. A mi hija le gusta mucho, tiene amigos que van, yo no me animo porque deben ir todos jóvenes.

Turista 9

Ricardo, 54 años.

Cuestionario realizado en Julio de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Nunca vine en enero.

¿Dé donde viene? De Carlos Paz

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Venimos a pasar el día, el colectivo nos dejó sobre la calle de la plaza, fuimos al paseo de las esculturas y caminando al río. Ahora están armando el escenario para los grupos y está abierta la plaza.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? No

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? No las conozco.

Turista 10

María, 65 años.

Cuestionario realizado en Julio de 2019.

¿Hace mucho tiempo viene al festival de Cosquín? Pocas veces.

¿Dé donde viene? De Carlos Paz

¿Qué significa para Ud. participar del festival? Me gusta mucho.

¿Qué actividades realiza durante su estadía? Nosotros venimos en el colectivo, somos un grupo de amigos de un centro de jubilados. Traemos mate. Nos quedamos en la plaza siempre porque lo conocemos a Manuel, el profesor que da danza. Las clases son gratis y lo queremos mucho.

¿Asistió a otros eventos durante el año? Por ejemplo la Fiesta del Duende, el encuentro de poetas con la gente, la feria nacional de Artesanías o el Cosquín de peñas. No.

¿Conoce la Plaza de los Artesanos? La que está al lado de la iglesia. Es linda pero tiene pocos puestitos. ¿Por qué le parece importante la plaza? Porque pueden vender lo que hacen.

¿Qué significan para Ud. las peñas coscoínas? No las conozco.