



# Alimentos y cocinas regionales de América



# Alimentos y cocinas regionales de América

Resumen del Primer Foro. Buenos Aires, 2017



Secretaría  
de Agroindustria



Ministerio de Producción y Trabajo  
Presidencia de la Nación

Dirección Nacional Asistente  
de Información, Comunicación y Calidad.  
2018.

**Alimentos y cocinas regionales de América.  
Resumen del primer foro, Buenos Aires, 2017**

1ra. Edición

Ediciones INTA

ISBN 978-987-521-940-3

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. I.N.T.A.

Alimentos y cocinas regionales de América : resumen del primer foro, Buenos Aires, 2017 ; coordinación general de Máximo Bontempo ; Claudia Bachur.- 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Ediciones INTA, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-521-940-3

1. Gastronomía. 2. Cocina Regional. I. Bontempo, Máximo , coord. II. Bachur, Claudia, coord.

CDD 641.59

Diseño: Área de Comunicación Visual  
Gerencia de Comunicación e Imagen Institucional

© 2018, Ediciones INTA  
Libro de edición argentina

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial, la distribución o la transformación de este libro, en ninguna forma o medio. Ni el ejercicio de otras facultades reservadas sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes vigentes.



## AUTORIDADES

**Ing. Mauricio Macri**

*Presidente de la Nación*

**Lic. Dante Sica**

*Ministro de Producción y Trabajo*

**Dr. Luis Miguel Etchevehere**

*Secretario de Agroindustria*

**Ing. Agr. Juan Balbín**

*Presidente del INTA*

**Ing. Agr. Mariano Miguel Bosch**

*Vicepresidente del INTA*

**Ing. Agr. Héctor Mario Espina**

*Director Nacional del INTA*

**Ing. Agr. Hugo García**

*Director de la Fundación ArgenINTA*





## Producción editorial

### **Dirección general**

Claudia Bachur  
Máximo Bontempo

### **Coordinación editorial**

Gustavo Ciuffo

### **Redacción de los textos**

Facundo Di Genova

### **Colaborador**

Juan Manuel Gomila

### **Diseño y composición**

Verónica Durán  
Alejandro Menegaz

### **Fotografía y edición de imagen**

Paula Aguilera





# CONTENIDO

---

6 / *Prólogo.*

7 / *Introducción.*

8 / *CAPÍTULO 1*

*Las cocinas regionales en la construcción social de los países de América: perspectivas a futuro.*

16 / *CAPÍTULO 2*

*Políticas públicas relativas a la cocina local y la alimentación: el desafío de la articulación.*

25 / *CAPÍTULO 3*

*Los alimentos regionales: desafíos de la producción, la calidad y la comercialización. El caso argentino.*

35 / *CAPÍTULO 4*

*Saberes y sabores en las cocinas de América.*

51 / *CAPÍTULO 5*

*Alimentos y cocinas de América en el mundo: desafíos y oportunidades.*

67 / *CAPÍTULO 6*

*Educación e Investigación de las cocinas regionales en América.*

86 / *CAPÍTULO 7*

*El turismo como agente dinamizador del proceso de valorización de los alimentos y las cocinas regionales. El caso argentino.*

95 / *CAPÍTULO 8*

*¿Qué comunicación necesitamos para promover los alimentos y las cocinas regionales?*

112 / *CAPÍTULO 9*

*¿Cuál es nuestra responsabilidad en el desarrollo de las cocinas locales?*

116 / *CAPÍTULO 10*

*Consideraciones finales.*



## PRÓLOGO

El Foro de Alimentos y Cocinas Regionales de América se propuso reunir en un solo encuentro continental a los protagonistas de los esfuerzos de valorización de la cocina y las cadenas alimentarias en las diferentes regiones de la geografía americana.

Impulsado por ArgenINTA, la fundación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, el intercambio de experiencias entre especialistas permitió identificar nuevas formas de colaboración interregional y discutir sobre el papel de las instituciones públicas y privadas en la articulación de acciones que favorezcan el desarrollo local mediante la valorización de los alimentos y las cocinas regionales.

Desde distintas vertientes como la agroindustria, los mercados y el turismo, sea dentro o fuera de la academia, e incluso transitando sus bordes, este foro resultó ser un espacio de divulgación, discusión y reflexión que permitiera establecer compromisos y estrategias para valorizar la cocina regional y local a sus productos y productores.

El evento, que sintetiza en esta publicación las intervenciones más destacadas de tres jornadas intensas, fue posible gracias al apoyo del Ministerio de Turismo de la Nación, el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana y la Universidad de San Martín de Porres de Perú.

Ing. Héctor Espina  
*Director Nacional del INTA*



## INTRODUCCIÓN

Como si fueran un hecho sencillo y corriente del quehacer diario de las sociedades contemporáneas, las cocinas regionales suelen mostrar sin pretensiones la riqueza diversa y muchas veces oculta de un territorio silencioso que permanece en los márgenes del centro metropolitano.

Las cocinas regionales son una síntesis de la cultura, de la capacidad productiva y de la historia de las regiones; son fuente de saberes y recursos culturales que forjan la identidad de las comunidades.

Reconocidas como un instrumento que le otorga valor al conocimiento surgido de las entrañas de América, las cocinas regionales empiezan a despegarse de ese plano subalterno que la mirada eurocéntrica local le había asignado dentro de la academia gastronómica.

Con estos antecedentes, este libro se suma a los numerosos esfuerzos por conocer, entender y promover los saberes relacionados con los alimentos en todo el vasto territorio americano.

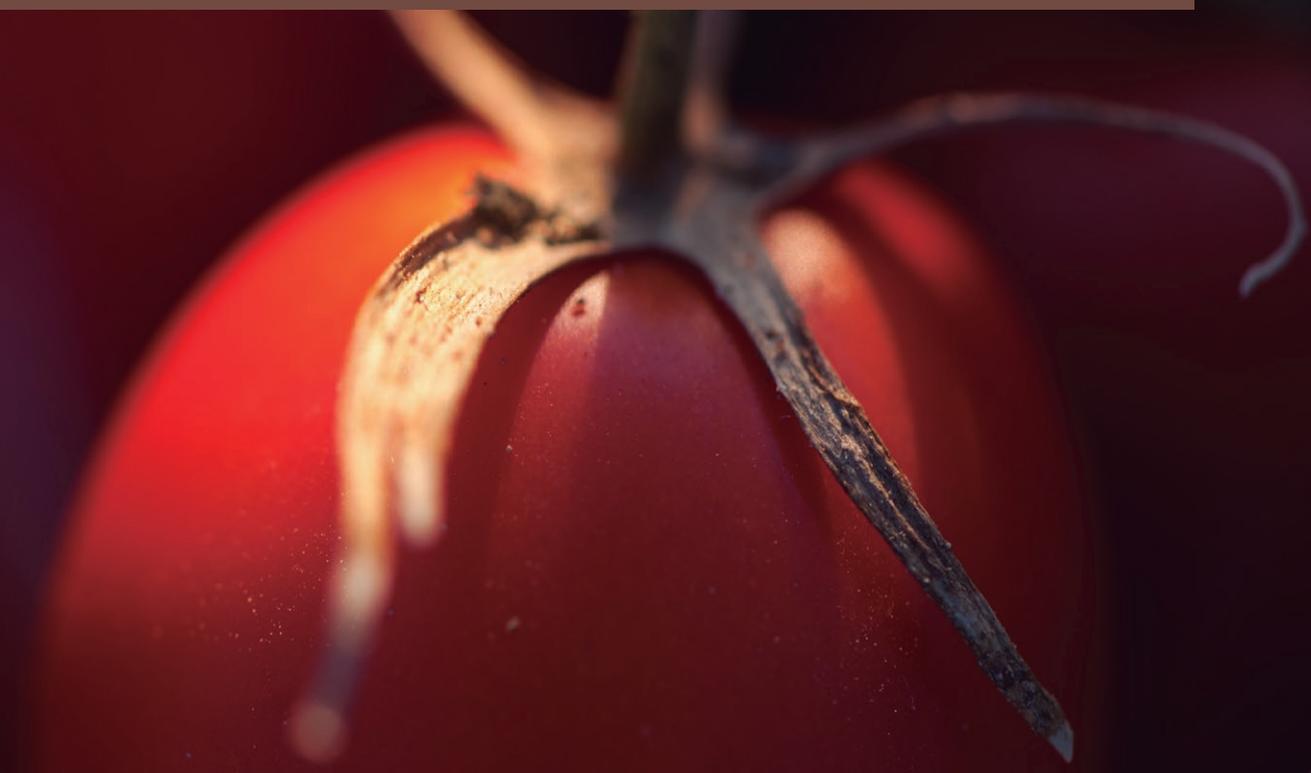
Lo hace con una mirada interdisciplinaria, pretendidamente justa y sobre todo honesta, enfocada en el producto, las recetas y las historias, intentando darle la voz a sus protagonistas, a las personas que desde la tierra y la cocina mantienen vigentes los hábitos y las tradiciones que siguen construyendo nuestra identidad continental.

# CAPÍTULO 1



## Las cocinas regionales en la construcción social de los países de América: perspectivas a futuro

Gloria López Morales | Isabel Álvarez Novoa | Modera: Raúl Domingo Motta





## LAS COCINAS REGIONALES EN LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA: PERSPECTIVAS A FUTURO

GLORIA ISABEL MORALES | ISABEL ALVAREZ NOVOA | MODERA: RAÚL DOMINGO MOTTA

---

### Es tiempo de cosecha

Por Gloria López Morales\*

La cocina me ha llevado por muchos itinerarios, pero pocas veces me he emocionado como hoy porque este encuentro es como recoger la cosecha.

Vamos hablar del futuro: les digo que no hay futuro sin pasado y que tenemos que dar unos pasos para atrás para entender de dónde venimos.

La idea de proponer a la cocina como bien patrimonial sujeto a las medidas de protección que ofrece la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) fue apenas un punto de partida que se terminó convirtiendo en un proceso lleno de enseñanzas.

El soplo de inspiración surgió en una época donde los asuntos culturales solían transcurrir en una esfera despegada de las realidades sociales.

Entre 1972 y 2003 el interés de la UNESCO seguía concentrándose en profundizar y consolidar los postulados de la Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural que conoció gran auge, y su impacto puso de manifiesto la toma de conciencia sobre la importancia de los bienes culturales como elemento fundamental para reafirmar la identidad de los ciudadanos más allá de la creación de riquezas.

Paralelamente, desde los años 80 se desplegó un proceso de reflexión sobre la necesidad de proteger el patrimonio inmaterial intangible, el patrimonio vivo. En 1982, la Declaración de México sobre las Políticas Culturales estableció las bases para el rescate y la salvaguarda de los bienes inmateriales. El impacto fue extraordinario: nos dimos cuenta de que no hay desarrollo posible

que no incorpore la savia, los actores culturales, y en cualquier idea que se tenga de pensar en progreso sin cultura. Y así fue como empezamos a organizar congresos sobre patrimonio cultural en los años 90.

Personalmente, en la UNESCO yo era vista como una loca desatada vendiendo cultura. Los elementos que constituyen el patrimonio inmaterial son mitos y creencias religiosas, y también son parte fundamental de la identidad cultural de los pueblos, sin ese patrimonio no se puede convenir esa creación de las identidades propias.

De repente en pocas décadas empezaron a entender que tenían poesía, música, museos... y dentro de esas reflexiones, una paisana mexicana alzó el dedo y dijo: "Aquí se habla mucho de cultura pero nunca escuchamos que se hable de comida".

No estábamos tomando en cuenta el aspecto fundamental de una cultura (¿Conocen el episodio de San Pablo, que se cayó del caballo? Así quedé yo). Y todavía más, observando que en Francia, el turismo ha ido siempre a comer y a beber, además de comprar algunas cositas de lujo.

El momento en el que nos sentamos a la mesa es apenas un instante de una cadena de valor que implica prácticamente toda la vida de un país. ¿Por qué tengo que decir que la cocina francesa es la mejor del mundo? No, vemos que cada pueblo tiene su propia cocina que es la mejor del mundo, pero hay que saberla argumentar. Si están inscribiendo los bordados de Croacia, ¿por qué no inscribir las cocinas, que por su complejidad, son sistemas alimentarios?

La UNESCO estaba totalmente desprevenida. Tuvimos que hacer un trabajo que duró once años: rescate, salvaguarda y promoción del patrimonio; eso, lejos de ser un premio para el ego de un país, es un compromiso monstruosamente grande y complejo.

Pensamos que había que poner bajo protección esos sistemas alimentarios. Esa fue la motivación, nos costó mucho tiempo y ahora ya tenemos una estructura teórica muy sólida para aquellos que piensen que quieren salvaguardar su cocina y puedan hacer el intento para lograrlo.

Los sistemas alimentarios son los principales elementos que tenemos que proteger. Se puede acabar el petróleo, pero la cocina y los alimentos no se nos pueden acabar.

*\*Presidenta del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana.*

## La chicha es como la sangre de un cuerpo

Por Isabel Álvarez Novoa\*

*"Creo que no juntaremos en al altura, creo que bajo la tierra nada nos espera, pero sobre la tierra vamos juntos nuestra unidad esta sobre la tierra"*

Pablo Neruda

*"Hay hermanos muchísimo que hacer..."*

Cesar Vallejo

Este evento en Argentina, que generosamente hoy nos acoge, tiene su origen en México a finales de 1999 cuando Gloria López Morales se contacta conmigo y nos invita a los países andinos a El Primer Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe, al que seguirían sucesivos encuentros en Puebla. Estábamos fascinados, agradecidos. Se había iniciado nuestro impostergradable e histórico reencuentro.

Como investigadora de la Universidad San Martín de Porres, tiempo después me pregunté por qué los andinos no nos reunimos en nuestro territorio. El 2003 en el Perú, empezamos a reconocernos en nuestra tierra, redescubriendo todo el saber histórico y milenario, que hemos heredado y que albergan sabia y generosamente nuestras culturas, en su biodiversidad, en sus cocinas y en todas las manifestaciones e imaginarios que se expresan en ellas.

Se inició así el primero de seis congresos sucesivos en nuestros países. Lima fue la sede del Primer Congreso de Preservación y Difusión de las cocinas regionales de los países Andinos desde los Andes al Mundo Sabor y Saber, luego siguieron Chile, Argentina, Ecuador, Colombia.

El logro de este llamado Primer Foro de Alimentos y Cocinas Regionales de América, en tierra Argentina, es trascendente, porque da continuidad a nuestros congresos que fueron gestados en cada país con gran esfuerzo y dedicación, nuestras amadas cocinas lo demandaban, y cuyos

resultados en sus contenidos, reflexiones, propuestas y compromisos, señalaron el camino, y hoy este se amplía como corresponde a toda América.

La tarea fundamental y compartida desde el Perú es la de trabajar nuestras cocinas regionales en todas sus interrelaciones, asumiendo su complejidad desde un enfoque multi e interdisciplinario, es decir, holista. En ese sentido no debemos dejar la cocina en la cocina, aislada; necesitamos que su conocimiento siempre separado, negado e ignorado con arrogancia en las ciencias sociales del mundo, genere cambios a las necesidades de su preservación y desarrollo. Así protegeremos la riqueza de su diferencia y diversidad frente a la globalización y homogenización de sus expresiones. Solo así se compartirá su aprendizaje sin fronteras desde el pensamiento del Sur.

Necesitamos que bajo una verdadera reforma del pensamiento y de la educación, en las escuelas y universidades de nuestros países, se incorpore el conocimiento de la historia de la alimentación de sus pueblos y regiones, desde una mirada y enfoque multidimensional. Tenemos una cultura fecunda, vastísima de biodiversidad; nuestros pueblos originarios la hacen posible desde su conocimiento y desde su sabiduría. Así la sostienen, le dan continuidad que hay que preservar.

Tenemos que articular como parte de su complejidad la cocina con la nutrición, lo alimentario y la defensa del medioambiente. Hoy nuestro compromiso es ético, vital, como nos recuerda Enrique Leff: es la apuesta por la vida.

El año 2016, después de más de dos años de exhaustiva investigación en 6 regiones del país, la USMP logró del Ministerio de Cultura la declaratoria de las Picanterías y Chicherías del Perú Patrimonio Cultural de la Nación. Los resultados de esta investigación se convirtieron en una poderosa arma contra el olvido de los orígenes de nuestras cocinas fundacionales, de sus procesos históricos. Las picanterías son nuestras comunidades de memoria, aún vivas, porque son ellas la base de nuestras cocinas regionales. Planteamos su revaloración, vigencia y continuidad como resarcimiento histórico con sus protagonistas fundamentales, las mujeres, cocineras de nuestros pueblos.

Vemos que nuestra bebida ancestral, la chicha, cuyo nombre originario en idioma quechua es *acca*, en aymara *kcusi*, está ingrata e injustamente postergada. Debiese estar asumida, como le corresponde a su tradición multicultural, en la propuesta que Perú hace de su turismo. Sin embargo, solo en la región de Piura al norte del Perú hay más de 2500 chicherías. Es una bebida

ancestral que recorre todo el continente y está invisible. La chicha es como la sangre de un cuerpo: nadie la ve pero está allí, alimentándonos desde hace siglos. Es nuestro río indoblegable, que nos recorre transversalmente. Es nuestra bebida de resistencia perseguida y prohibida desde la colonia. En el aporte por la venta de la chicha, a mediados del siglo XIX se pagaron impuestos y se construyeron las escuelas en los departamentos del Perú.

Estas son las historias de nuestras culturas fundacionales en nuestros países que no podemos permitir dejar en el olvido injusto y perverso por la vorágine de esta modernidad líquida compulsiva que nos quiere desmemoriados. Tenemos la convicción que los andinos y americanos somos una sola tierra una sola entrega.

*\*Creadora del Congreso de Cocinas regionales de los Países Andinos y responsable de la declaratoria de las picanterías y chicherías del Perú como Patrimonio Cultural de la Nación.*

## Una geopoética en defensa del futuro

Por Raúl Domingo Motta\*

La tarea de Gloria López Morales interpela a los estados a realizar políticas públicas sobre la cultura culinaria. Dentro de esas políticas, frente a posibles amenazas híbridas en el comercio de los alimentos, esta defensa no es del pasado, sino del futuro, e implica una razón ética y dietética a las maneras de sentir y convivir.

Gloria e Isabel hablan de la complejidad, marcan la cuestión de la tradición, que tiene que ver con el origen, y el origen no está en el pasado, sino en el presente y en el futuro. El origen es la fuerza originante, es lo que surge de nosotros.

La complejidad surge porque cada cocina que se muestra es una diversidad. Cuando se habla de desarrollo, lo pensamos con mentalidad subdesarrollada porque no tomamos las tradiciones, ni a la gente ni a la memoria.

Lo que están diciendo es valor agregado en términos económicos. Cultura, tierra, gusto, educación y patrimonio son mucho más que un buen negocio. Y de ninguna manera una mirada a la tradición niega la innovación.

Cualquier poeta sabe que para innovar no tiene que negar la tradición sino transformarla. La contradicción entre lo nuevo y la tradición es el motor del arte. Ninguna vanguardia puede desconocer la tradición; si no, no sabe lo que hace. Cada vez que hay una transformación frente a lo nuevo hay que volver a las fuentes. No hay mejor valor agregado que nuestra identidad en la diversidad.

Gloria habla de geopolítica, este es el camino. Necesitamos una geopoética como creación. En un camino de cocinas regionales y turismo, "poética" como creación de gusto y de humanidad, y "geo" porque es en esa tierra donde se va a visibilizar la riqueza. Esto requiere investigación, acción y gestación. Y para esto hay que involucrar muchas disciplinas, en un enfoque de razón y sazón.

*\*Miembro del Centro de Estudios transdisciplinarios sobre el devenir de las humanidades en las sociedades complejas (Cethum) de la Facultad de Humanidad y Artes de la Universidad Nacional de Rosario (UNR).*

## **Un caso práctico: las cocineras tradicionales de Michoacán**

Por Gloria López Morales

Nuestros países están maduros y ya podemos pensar en alianzas de otro tipo. La cultura culinaria son recursos sobre los cuales se pueden construir la riqueza, son cuantificables en muchos sentidos. Es necesario empezar por aquello que podemos intercambiar sin complejos. América Latina merece otro destino y a través de la cocina lo podemos soñar.

Desde aquella declaratoria de la comida de México como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad muchas cosas se han notado. Primero una euforia general en la esfera comercial, pero también cambios trascendentes en la vida de muchas personas. Se dio un cambio revolucionario con las cocineras tradicionales, tuvimos que presentar en el expediente un estudio de caso, nos lo pidieron como requisito práctico. Y elegimos el caso de las cocineras de Michoacán, tratamos de ayudarlas e impulsar un desarrollo de su oficio para que ya no fueran unas cocineras en un fogón en el fondo de su cocina de su casa, sino que pudieran incorporarse a los circuitos de la economía formal. Y ya van cerca de 20 reuniones anuales que hacemos con cocineras de diferentes regionales, damos cursos de manejo de alimentos y administración de pequeñas empresas. Y ahora esas señoras van de gira por toda Europa y una le hizo la cena de Navidad al Papa, y otras van a cocinar a las comunidades mexicanas de los Estados Unidos. No son vedettes como los chefs, pero sí han ascendido y no de escala social, sino en la conciencia de lo que hacen.

Otro cambio favorable: antes íbamos a cualquier estado (menos Oaxaca que se cuece aparte) y apenas llegaba un turista o visitante ilustre se escondía inmediatamente la cocina local y se ofrecía una espagueti a la boloñesa o un churrasco argentino, y las cosas deliciosas del lugar estaban púdicamente escondidas, no se ofrecían al visitante elegante. Desde aquella declaratoria todos hacen con orgullo sus especialidades locales.

## CAPÍTULO 2

### Políticas públicas relativas a la cocina local y la alimentación: el desafío de la articulación

Marcelo Champredonde | Regina Schlüter | Héctor Gatto | Modera: Mónica Albirzú





## POLÍTICAS PÚBLICAS RELATIVAS A LA COCINA LOCAL Y LA ALIMENTACIÓN: EL DESAFÍO DE LA ARTICULACIÓN

MARCELO CHAMPREDONDE | REGINA SCHLÜTER | HÉCTOR GATTO | MODERA: MÓNICA ALBIRZÚ

---

### Valor, imaginario colectivo y autoestima

Por Marcelo Champredonde\*

Desde el INTA acompañamos procesos de desarrollo territorial. En ese contexto, nos vinculamos valorizando las especificidades territoriales y frecuentemente los alimentos.

La alimentación es una expresión más de una cultura: las culturas son híbridas como dice García Canclini, lo importante es entender que el centro de la valoración de esas expresiones son las personas; los objetos son formas para acompañarlas y valorizar es destacar los aspectos positivos de cada cultura alimentaria.

Es importante el concepto de territorio como espacio y lucha de poder, todos tienen sinergia y conflicto, entonces cuando uno emprende la valorización tiene que tener en cuenta que los objetos son instrumentos de valorización. Para valorizar primero hay que diferenciar: no es la única forma. Y el otro concepto es la patrimonialización. No es algo estanco, es algo que se recibe y se transmite. Y la gastronomía como patrimonio local es algo que se transforma y se transmite.

Las expresiones culturales son referencias para la comunidad que las identifica como propias. Es importante porque a veces llegamos con ideas geniales, pero no las toman como propias, porque tienen un objetivo que les es impuesto. ¿Qué puede tener de particular algo que yo veo todos los días?

Implica identificar y asumir en forma colectiva, reconocer las variantes que el producto o plato puede tener a nivel local algo que solo la gente local puede hacer, porque muchas veces productor y consumidor son la misma persona. ¿Cuál es el auténtico vino de Misiones? Definirlo implica que los mismos misioneros lo definan y lo asuman como algo propio y valorizable.

Cómo se aborda un alimento depende de la escala geográfica en que se da, es amplia y a veces implica muchas regiones o países. Lo que tenemos en claro es que trabajamos con el imaginario, no con objetos: cuando uno remite al imaginario colectivo se despoja de personalismos y objetos, se llega a la referencia identitaria y esto es central cuando hablamos de valorización para no generar más problemas que soluciones. Identificar saberes distribuidos en la sociedad no es tarea homogénea. El peligro es la masificación de un producto por consumidores que no lo conocen y lo asumen y terminan banalizando la especificidad de ese producto.

El desarrollo territorial hay que pensarlo en dos sentidos, el hacia adentro y hacia afuera. Hay dos tipos y tareas distintas, los primeros usuarios de las cocinas locales son los habitantes propios.

No hay cosas que sean menos típicas que en el pasado, es lo que hoy aceptamos como típico, que es lo que pasa en la cocina con las recetas viejas.

En INTA trabajamos temas de nutrición en poblaciones en riesgo de Misiones, entender qué comen y por qué comen lo que comen nos permite mejorar la nutrición y empezar a introducir vegetales, el intercambio de semillas conociendo la simbología de la población local respecto de esas especies.

En la Puna, en un trabajo que hicimos con la FAO, vimos que en una escuela los chicos no podían consumir productos locales por cuestiones administrativas, se les indicaba otra dieta, incluso con bebidas gaseosas.

Es un doble juego, hay que introducir valores positivos a lo nuestro en un



*Semillas nativas (o autóctonas) en la Feria de Intercambio de Semillas entre Agricultores Familiares y Minifundistas. Chaco. Argentina.*

proceso de valorización, que es valor por lo que yo hago y es aumentar la autoestima, encontrar lo positivo en las diferencias culturales.

El turismo implica una etapa previa de determinar de lo que es típico. En Colombia confiscaron sombreros que eran imitaciones chinas y que vendían los propios artesanos colombianos.

Las cocinas locales a veces requieren adaptaciones nutricionales actuales y eso hay que consensuarlo con la comunidad. El desafío enorme es ser multidisciplinario y eso es un desafío de las universidades.

Y el tema de las habilitaciones: muchas veces las administraciones dificultan insertar en una comunidad un producto porque muchas veces el que declara todo está en desventaja. Hay que articular políticas de desarrollo, y lo importante es que sean sostenibles en el tiempo, requieren continuidad en el tiempo más allá de las personas que están circunstancialmente.

*\*Técnico del INTA y referente local en Denominación de Origen.*



---

*Experiencia de recuperación de árboles de algarrobo, patrimonio natural de los pueblos por su aporte a la Seguridad Alimentaria. Catamarca. Argentina.*

## **La importancia de los pueblos turísticos para la puesta en valor del patrimonio inmaterial inmigratorio**

Por Regina Schlüter\*

En la Argentina tomó impulso el desarrollo de las áreas rurales mediante el turismo cuando en mayo de 2000 se firmó un convenio entre la Secretaría de Turismo de la Nación y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) que dio origen al Programa de Turismo Rural.

Comprendía una serie de proyectos (cuatro en total) tendientes a desarrollar un aspecto específico del mundo rural. Su finalidad fue diversificar los ingresos del mundo rural; crear empleo y fomentar el arraigo rural; brindar protagonismo a la mujer y a los jóvenes en la empresa agropecuaria-turística; y revalorizar el patrimonio cultural y ambiental.

De los cuatro proyectos mencionados dos fueron los que más importancia adquirieron: Rutas Alimentarias de la Argentina y el Proyecto Municipio Rural Turístico que buscaba incentivar el turismo en pequeñas comunidades agroganaderas de menos de 5.000 habitantes que cuenten con algún rasgo que las haga interesantes para el turismo.

El proyecto de Rutas Alimentarias de la Argentina fue el más promocionado por la capacidad que tiene la gastronomía local en el incentivo de un área determinada al basarse en alimentos que se producen en el lugar.

Diferentes planes y proyectos posteriores de turismo, tanto a nivel nacional como provincial, incorporaron al turismo rural como eje central de sus políticas de desarrollo.

Un ejemplo claro fue la provincia de Buenos Aires, cuya principal característica es su riqueza agrícola y ganadera. A través de su Secretaría de Turismo y en colaboración con el Banco de la Provincia y el Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales (CITAB) implementaron el programa denominado "Pueblos Turísticos".

La idea central consiste en promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en pequeñas localidades, generando identidad, fuentes de empleo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo.

Asimismo, se busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales existentes en las pequeñas localidades. La mayor parte de estos pueblos se localizan en un área próxima a la ciudad de Buenos Aires, en un radio de entre 100 a 150 km y otros tres se localizan en el sudoeste de la provincia homónima.

El principal factor de atracción de estas localidades es la gastronomía, si bien los visitantes prefieren señalar que es por la “tranquilidad del campo”.

Los principales días de llegada de visitantes son los fines de semana y la atracción es la carne asada y las pastas, comidas que constituyen el principal patrimonio gastronómico del área.

Es un asentamiento de alemanes del Volga que aún mantienen sus viejas tradiciones y costumbres de las que se participaba en el mundo privado. No obstante, la declaratoria de Pueblo Turístico hizo que se creara un elegante restaurante donde se servían platos típicos.

El interés de los visitantes provenientes de áreas cercanas (gracias en parte a las tareas llevadas



*Cultivo de lúpulo en El Hoyo, Chubut. Mano con cebada y proceso de cocción del grano para la manufactura de cerveza artesanal en los Valles Calchaquíes. Argentina.*

a cabo por el Grupo Cambio Rural del INTA) hizo que un vecino pusiera en valor la primera casa –La Casa del Fundador– a la que anexó un restaurante de comidas típicas exclusivamente para grupos.

También se fortaleció al Centro Cultural local y fue tomando interés una fiesta típica: la Kerb y a su vez tomó mucha fuerza la Fiesta del Strudel o Strudel Fest cuya tercera edición se está organizando actualmente.

Por supuesto que el pueblo no le escapa a la fabricación de cervezas artesanales, tan de moda actualmente, y recientemente se puso en funcionamiento una fábrica de chocolates similar a las de Bariloche (Argentina).

Un rasgo muy positivo que generalmente no se observa en otros sitios, es que un poblador local realizó el esfuerzo de hacer un recetario de comidas típicas y escribir una serie de libros sobre la Colonia entre los que cabe mencionar Historia de los alemanes del Volga, Lo que el tiempo se llevó de los Alemanes del Volga y La vida privada de la mujer alemana del Volga, escritos por Julio César Melchior.

Lo que sucede es que las nuevas generaciones se sienten muy orgullosas de su herencia, pero por una cuestión práctica estudian el alemán actual y van dejando de lado el antiguo dialecto.

En cuanto al turismo también se observó una “germanización” en lo que respecta a las artesanías; los productos de cerámica muestran como emblema al típico hombre de Baviera con sus pantalones cortos, su gorra y el chop de cerveza algo alejado de la cultura rusa que se observa en las riberas del Volga.

En las festividades también flamea la bandera alemana junto a la argentina y, si bien con justa razón surge el razonamiento “somos todos descendientes de alemanes”, afortunadamente eso no incide en la gastronomía que mantiene su carácter ancestral alejado de la moderna comida alemana y sus variantes actuales.

*\*Profesora Titular de la Universidad Nacional de Quilmes.*

## La identidad cultural del pueblo de la Ciudad de Buenos Aires

Por Héctor Gatto\*

Mientras seguimos trabajando para que la Ciudad de Buenos Aires sea la capital gastronómica de Latinoamérica y posicionarnos culturalmente a través de nuestra comida ante el resto del mundo, investigamos nuestra identidad cultural.

Lo primero que aparece es el asado. Hicimos el Campeonato Federal del Asado y fue el evento gastronómico más importante organizado por el gobierno de la Ciudad, con más 350 mil personas, 50 parrillas del interior y 24 equipos de las provincias compitiendo para demostrar cuál era la mejor pareja asadora. Ganó Santa Fe y el año anterior fue Mendoza.

Esto fue fruto de una investigación que realizamos mediante una serie de encuestas a los porteños: el 85 por ciento dijo que es el asado lo que más nos identifica después la milanesa, la empanada, la pizza, el puchero y las pastas. Luego, la cocina de las colectividades y la inmigración. Un ejemplo claro es el de Walt Disney, que nos visitó hace 72 años y quedó impresionado con el asado.

Desde la Ciudad de Buenos Aires, estamos tratando de innovar con base en la tradición. La Ciudad fomentó la inmigración durante los últimos tres siglos. Sabemos que todo inmigrante lleva consigo dos



*El asado, comida típica de las regiones pampeanas de Argentina, es una técnica de cocción que hace que los alimentos (generalmente derivados de carne vacuna) sean expuestos al calor de fuego o brasas para su preparación.*

cosas: su música y las recetas de su madre o abuela. Esto podemos verlo en los bodegones que son un compendio gastronómico de la cocina de la inmigración. Las influencias de distintos lugares se plasman en la cocina del bodegón, por eso estamos poniéndola en valor mediante distintos concursos, como la mejor milanesa de bodegón, que ganó El Antojito, y con esto estamos poniendo en valor distintos circuitos gastronómicos. Trabajamos primero en lo estético y luego en el producto, poniendo la mirada en los mercados, como la reforma integral del mercado de Belgrano. Es en el mercado donde se conecta el campo de los productores con la ciudad de los consumidores.

Y buscamos ponerle valor agregado a los productos primarios. Por ejemplo, la carne se compra por kilo. Pagamos el mismo precio sin hacer diferencias en las distintas formas de producir, añejar y guardar, y es como pagar todos los vinos al mismo precio. Trabajando en esa diferenciación es como vamos a agregarle valor a esos productos.

*\*Subsecretario de Bienestar Ciudadano y Desarrollo Gastronómico de la Ciudad de Buenos Aires.*

## CAPÍTULO 3

Los alimentos regionales: desafíos de la producción, la calidad y la comercialización. El caso argentino

Héctor Mario Espina | Roberta Sammartino | Mercedes Nimo | Modera: Mauricio Bártoli





## LOS ALIMENTOS REGIONALES: DESAFÍOS DE LA PRODUCCIÓN, LA CALIDAD Y LA COMERCIALIZACIÓN. EL CASO ARGENTINO

HÉCTOR MARIO ESPINA | ROBERTA SAMMARTINO | MERCEDES NIMO | MODERA: MAURICIO BÁRTOLI

---

### La comida como hecho cultural profundo

Por Héctor Mario Espina\*

En INTA trabajamos desde la producción hasta la comercialización y también en cada uno de los territorios. ¿Cuáles son los desafíos que nos planteamos?

Primero, a nivel mundial hay una necesidad de aumentar la producción en un 60 por ciento más para el año 2050, lo cual es un desafío porque hay que hacerlo con eficiencia de cada unidad, por cada nutriente y por cada litro de agua. El ambiente no da más para seguir produciendo a costa de un nivel mayor de insumos porque el planeta no lo resiste en el marco del cambio climático, los conflictos rurales y el desarrollo sostenible del territorio. Y el otro tema es cómo mejorar tecnologías para producir alimentos con posibilidad de valor agregado. Se pierden cerca del 30 por ciento de los alimentos, y cerca del 45 por ciento en términos de hortalizas.

Necesitamos producir más pero usando menos recursos. Necesitamos otros sistemas productivos usando el mismo nivel de recursos para producir más, o usando menos recursos para producir lo mismo, empleando el conocimiento que muchas comunidades poseen. Esto es fundamental. Hay que ser intensivos pero, más que en recursos, hay que ser intensivos en conocimiento.

Esto implica trabajar en sistemas complejos. Tener en cuenta al hombre, a la cultura del trabajo y por supuesto a la tecnología. Esto es en lo que trabaja el INTA, cuidadoso de lo intensivo y equitativo del ambiente.

Hay 450 puntos de presencia del INTA en todo el territorio nacional, centros experimentales, centros de investigación y agencias de extensión. Son gente que vive en la comunidad y que están

comprometidos con el desarrollo de cada una de las regiones. Son 2000 representantes de control social y se involucran en un país dividido en 120 territorios.

Lo primero que quiero destacar es que tenemos que proteger los alimentos del país que son parte del patrimonio de los argentinos, con un banco de germoplasma (más del 90 por ciento de los alimentos de uso alimentario y de potencial uso médico, fitogenéticos, zoogenéticos y microorganismos).

Por ejemplo, Prohuerta es un programa que ya tiene 27 años, entrega semillas y realiza talleres de comercialización para la comunidad. Más de 450 mil familias que producen alimentos pasaron por el programa, 6 mil escuelas, 26 mil huertas y 120 mil beneficiados. Otro ejemplo es el manejo de los bosques: que sean sustentables y aprovecharlos en toda la diversidad, no solo para la obtención de madera.

El INTA registró más de 1000 variedades que tienen que ver con alimentos, siendo el chivito criollo del norte neuquino la primera Denominación de Origen registrada. También trabajamos con el Ministerio de Salud con alérgenos en mesas multidisciplinarias, y con los alimentos y el turismo rural.

Una de las alternativas que promovimos frente a la desertificación en la Patagonia fue que los productores comiencen a ver las posibilidades del turismo en las estancias. Los que estamos acostumbrados a esos paisajes del sur, a veces se nos pasan de largo valores como la inmensidad y la soledad, con los que los visitantes



---

*"Alma Rural, el almacén del INTA",  
nuevo espacio de comercialización,  
en el Mercado del Patio de Rosario,  
Santa Fe. Argentina.*

quedan maravillados, y es cuando nosotros vamos descubriendo nuestros propios valores. En la multiplicidad del aprovechamiento del territorio, el productor empezó a valorar el ambiente y sus recursos gracias al turismo, y así fue como formaron la primera Sociedad de Estancias Turísticas.

Hay además, en todo el país, unas 700 ferias francas que son del productor directo al consumidor, se trata de tener el territorio al alcance de la mano y de las cuales 300 están ligadas a Prohuerta. Y en Rosario estamos desarrollando el Mercado del Patio, un lugar donde se reúnen los pequeños productores de Santa Fe con autorización de tránsito federal. Y lo mismo estamos haciendo en Palermo. Multiplicar estos espacios es una forma de valorar estos productos. Y del Territorio al Plato, promovido por la Fundación ArgenINTA, donde postulamos que no hay comida sin productos, ni productos sin productores, es un capítulo aparte.

En este presente, cuando se reemplazan extensiones de tierra por huertas verticales, cuando desde Holanda se anuncia la producción de carne sintética, nos preguntamos si en el futuro tendremos una comida sin productores. Mi respuesta es que no, porque la comida no es solo consumir nutrientes, sino un hecho más profundo: un hecho cultural que tiene que ver con los sabores particulares del terruño y con la historia de cada uno de los alimentos.

Yo sigo creyendo en esto...

*(Nota del editor: el disertante muestra la imagen de un cuadro de Molina Campos en el que se representa una mesa con gente reunida, comiendo al aire libre, en el campo).*

*\*Director Nacional del INTA.*

## El nuevo paradigma es estar cerca

Por Roberta Sanmartino\*

Desde la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) buscamos que el alimento no enferme y aporte calidad nutricional. Es un sistema complejo, por eso quiero contextualizar y presentarles una estrategia que es una red que sirve como puente para mejorar la comercialización.

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agropecuaria (SENASA) trabaja con la producción primaria, sanitaria y vegetal, hasta la primera transformación del alimento. ANMAT no tiene actividad concreta en el territorio, sino que articula con los ministerios de salud provinciales: lo hace con 24 jurisdicciones federales.

Legalmente, todo lo relacionado con la salud se retiene en las provincias, pero el tránsito federal es competencia de la nación. Y todos aplicamos la misma norma que es el Código Alimentario Argentino.

En algunas provincias, hay municipios muy autónomos que dictan sus propias normas, es muy heterogéneo lo que sucede con los alimentos. El rol de los municipios es cada vez más fuerte en la implementación de políticas públicas.



---

*Plantas y yemas certificadas de cítricos en invernadero, en el INTA Concordia. Entre Ríos. Argentina.*

Las realidades del territorio son diferentes, no solo las geográficas, y por eso es necesario que la política pública se adecúe: hay 2300 municipios en la Argentina.

La política de control de alimentos es muy compleja, y es muy difícil que un productor obtenga el tránsito federal. Por eso creamos un espacio para integrar a los municipios, donde conversa la nación, las provincias y los municipios: RENAPRA, Red Nacional de Protección de Alimentos, donde trabajan más de 2500 personas desde 2006. Es muy horizontal en cuanto a la comunicación para coordinar, armonizar y potenciar sinergias.

Hay un cambio de paradigma: de una mirada policial a una mirada de acompañamiento para entender el proceso. Estos enfoques son los que queremos que transformen el sistema de control de alimentos. Hay que cambiar la mirada de las barreras administrativas. Estamos formados con herramientas para trabajar con grandes industrias, pero hoy tenemos que trabajar con pequeños productores. Es necesario un abordaje y un acercamiento diferente, vinculando pares, intercambiando experiencias y haciendo grupos de trabajo colaborativos.

*\*Directora de Prevención y Vinculación Federal del Instituto Nacional de Alimentos.*



*Cosecha de naranjas, una producción que genera anualmente 2,65 millones de toneladas. Llimones, naranjas y mandarinas son el motor de las economías regionales del NOA y NEA argentino. Entre Ríos.*

## Seguridad alimentaria, nutrición y salud

Por Mercedes Nimo\*

Quiero compartir la mirada del Ministerio de Agroindustria de la Nación, que plantea el respeto de las cadenas de valor y la producción de alimentos. Le damos una mirada integral involucrando todos los sectores de la cadena con base a los postulados de la FAO y los objetivos de desarrollo y producción sostenible.

Trabajamos en la vinculación de la alimentación con la salud: estamos tratando de articular junto a pequeñas y medianas empresas de alimentos el desarrollo de esquemas que trabajen en el bienestar de la gente. Lo hacemos en tres ejes:

1.-El vínculo con el territorio. 2.-La seguridad alimentaria. 3.-Las herramientas de agregado de valor que mejoran la situación económica de pequeños productores.

Empezamos por entender la lógica de los mercados locales, consumidores y turistas de distintas regiones del país. Lo que más aparece es la venta de alimentos a través de redes sociales o medios electrónicos, por eso trabajamos con las pymes para que el productor pequeño pueda colocarlos en el mundo mediante Internet.

Otro ejemplo es la promoción del consumo de acuerdo al análisis; en materia de hortalizas, mirando la nutrición y la salud, el consumo en el país está por debajo de lo que recomiendan los organismos internacionales. Los pocos resultados concretos en el cambio de hábitos de algunos países se dieron a través de políticas públicas del Estado mediante productos estratégicos de producción y de cualidades que hacen al bienestar.

Otro eje: la gastronomía y turismo. Estamos trabajando con el concepto de rutas alimentarias con la mirada de vinculación de actores económicos y el turismo, como la del vino, la del queso o la del té.

Otros conceptos, que son políticas específicas, como el programa El Mercado en tu Barrio, acercando al consumidor productos de excelente calidad elaborados por productores locales que cuenten con todos los requisitos. Este programa estuvo en 14 provincias, lo visitaron 200 mil personas y estuvieron presentes 200 pymes locales.

La producción de alimentos de la Argentina es uno de los sectores más dinámicos y se está potenciando. Empezamos a buscar alternativas comerciales para los productores más pequeños que no llegan a los supermercados y buscamos acercarlos a consumidores más exigentes. Fue el caso de la Feria Placeres Regionales, donde se venden productos trazables, disponen de tarjeta de débito y, sobre todo, permiten que la gente pueda contar su historia: al consumidor le encanta conocer la historia del alimento.

También trabajamos con el sello Alimentos Argentinos: más de 100 productos con 38 protocolos oficializados. Otra herramienta son las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas: yerba mate, chivito argentino, alcauciles, y vamos por más. Esta herramienta contempla un reintegro a quienes exportan para promover el agregado de valor. Por ejemplo, con la producción orgánica existe el reintegro de las exportaciones.

Y el Programa Valoremos los Alimentos, que plantea la reducción de pérdidas de los alimentos. Cerca del 40 por ciento de los alimentos se pierde por año, lo que equivale a unas 16 millones de toneladas de frutas y hortalizas.

Buscamos que cada uno de los actores se adueñe de estas campañas para que persistan en el tiempo y logremos cambios de hábitos. Los mayores indicadores económicos de este país provienen de la producción de alimentos, y es el sector que va a seguir generando mayor desarrollo productivo.

*\*Subsecretaria de Alimentos y Bebidas del Ministerio de Agroindustria.*



*Distintas variedades de alcauciles. La certificación le agrega valor y brinda protección legal a un cultivo que hace más de 60 años llegó a nuestro país de la mano de inmigrantes italianos. La Plata, Buenos Aires. Argentina.*

## CONVERSATORIO

### **El supermercado del mundo**

Lo que tenemos que plantear es un cambio de paradigma y en ese cambio de mirada el Estado juega un papel estratégico. Las necesidades son otras. Los esquemas de desarrollo territorial son estratégicos. Y cuando hablamos de ser el supermercado del mundo, no quiere decir que salgamos a venderle al mundo, sino también que vendamos para todos los que nos vengán a visitar. El valor agregado es un eje central. Argentina no tiene que ser una cosa o la otra, puede ser ambas. Y sobre todo, no se pueden generar las políticas desde un escritorio en Buenos Aires, hay que estar en cada uno de los lugares. Mercedes Nimo.

### **No renunciar inocuidad**

Tenemos que dividir los granos tipo commodities de los alimentos regionales. Es cierto que en el mundo todos quieren ponerle valor agregado a los granos. Pero hay que tener en cuenta que gran parte de las regiones de nuestro país no se autoabastecen de alimentos. En el norte la mitad de los alimentos vienen de otro lugar del país. Lo primero que hay que hacer es poner en valor el producto en los territorios locales. Son etapas. Primero debemos valorarlo nosotros para después venderlo. Y sobre todo nunca podemos renunciar a la inocuidad: hay enemigos que pueden aprovechar un brote de botulismo para enterrar definitivamente un producto. Hay diferentes etapas en los alimentos regionales, pero siempre hay que comenzar por valorarlos. Héctor Mario Espina.

### **El acceso a la información**

Existe un obstáculo en lo administrativo, hay una multiplicidad de organismos y poco acceso a la información. Desconocimiento. No es que los productores no lean porque no tienen ganas, sino que no saben que existe esa información. Porque hay múltiples ventanillas. Por ejemplo, hay una normativa en el Código Alimentario Argentino, que cuando tenés una capacidad reducida, no

hacen falta baños separados para hombres y para mujeres, sí es importante dónde está ubicado el baño. Y esto muchas veces no se sabe. Roberta Sanmartino.

### **Cactus, hierbas e insectos**

Me encantó la idea sobre la necesidad de cambiar los paradigmas. El otro día fui a una reunión de cocineras en un lugar semidesierto de México. Había 1300 mujeres concursando sobre la excelencia de sus preparaciones y todas ellas estaban cocinando con productos locales (cactus, insectos, hierbas) pero no había productos de origen agrícola. Gloria López Morales.

### **Aprender de nuevo**

¿Cómo incorporan el conocimiento ancestral? No vemos una continuidad. Y cuando tienen que trabajar los platos de la región, ¿cómo articulan? Isabel Álvarez.

Empezamos a vincularnos con las escuelas agrotécnicas para que empiecen a conocer los productos que se producen en el lugar donde viven para promover, además, el arraigo. No es sencillo el cambio, pero estamos trabajando con la valorización de los cultivos andinos y ancestrales. No es fácil porque parte de la información se perdió. Ejemplos como Del Territorio al Plato tienen que ver con esta mirada. Lo que tenemos que hacer es aprender de nuevo. Y además estamos trabajando con políticas diferenciadas y segmentadas, sí un plan general, veremos si tenemos suerte en unos años, estamos tomando como experiencia lo que han hecho en Perú y México. Mercedes Nimo.

# CAPÍTULO 4

## Saberes y sabores en las cocinas de América

Germán Martitegui | Celia Florián | Edgar León Ordóñez | Flavio Solórzano Álvarez | Jaime Llanos González | Abel Hernández | Emilio Garnica | Hugo Soca González | Aurora Cayo | Paulo Machado | Modera: Sergio Rodríguez Abitia





## SABERES Y SABORES EN LAS COCINAS DE AMÉRICA

GERMÁN MARTITEGUI | CELIA FLORIÁN | EDGAR LEÓN ORDÓÑEZ | FLAVIO SOLÓRZANO ÁLVAREZ | JAIME LLANOS GONZÁLEZ | ABEL HERNÁNDEZ | EMILIO GARNICA | HUGO SOCA GONZÁLEZ | AURORA CAYO | PAULO MACHADO | MODERA: SERGIO RODRÍGUEZ ABITIA

---

### Tenemos que seguir aprendiendo

Por Germán Martitegui\*

Todo parece indicar que nuestro futuro va a ser más parecido a nuestro pasado que a nuestro presente. Todos estamos mirando al pasado, tratando de rescatar productos, tradiciones y trabajar con productores. Pienso que todos estos problemas que tenemos en realidad no son problemas. Pienso lo feo que sería ser parte de un continente donde no queda nada por aprender. Tenemos el futuro por delante. Estamos dando grandes pasos como latinoamericanos. Ser cocineros en Latinoamérica es más apasionante que serlo en otro continente. Tenemos mucho por aprender. En relación con la Argentina, este proceso de recuperación de tradiciones y de conocernos, empezó hace veinte años, cuando nos dimos cuenta que teníamos muchos productos que no estábamos usando. En mi caso decidí usar productos cien por ciento argentinos. En el restaurante empezamos a recibir productos de distintos lugares de la Argentina, algunos muy remotos, unas pequeñas cajas que venían con algunos productos, que nos había enviado alguien para que los usemos y los probemos. El momento más emocionante del restaurante era cuando abríamos esas cajas porque no teníamos idea con lo que nos íbamos a encontrar. Y de repente llegaba una hierba medicinal que nosotros la empezamos a usar como condimento. Y en un momento dijimos, no podemos seguir usando estos productos sin conocer la historia que hay detrás, de la cultura, de dónde vienen, de la cultura que lo hace. Y tomamos la decisión de salir a buscarlo, de recorrer el país. Y después de hacer 4000 kilómetros de punta a punta, recibimos un golpe tras otro. Porque ibas a un lugar, te sentabas abajo de un árbol de naranjas en el Litoral, pedías un jugo de naranjas y te abrían un pack de jugo de naranja, y nos decían "como vos sos un cocinero importante"... Nos pasó eso con muchos productos o ingredientes. Fueron golpes que uno va recibiendo.

En la Argentina tenemos una gran y alegre confusión de lo que es la comida argentina, en Bariloche el plato tradicional es la fondue de queso. O en las fronteras, preguntás si esa comida es argentina y te dicen, “no esto es brasileño”, “esto paraguayo”, “eso boliviano”, y así. En el Bolsón, hay una zona que es un gran productor de frutos rojos, y le digo al productor ¿por qué no lo exportan? Porque es muy complicado llegar a un supermercado de un país externo, me dice. Entonces salió el caso de Chile, que en 48 horas pueden ubicar una frambuesa en un supermercado de París. ¿Y por qué nosotros no?, le pregunté al productor. Porque ellos son chilenos, me dijo.

Empezamos a viajar y a cocinar en cada lugar con un cocinero local, y luego lo llevamos a nuestro restaurante para que reprodujera un sabor que nosotros definitivamente nunca íbamos a lograr. A partir de eso lo que fue una búsqueda de un producto se convirtió en un contacto humano y en una emoción que sobrepasó todo. Ahora hay un grupo muy grande de cocineros que trabajamos juntos. Hemos logrado incorporar una cantidad enorme de productos locales en nuestras cartas. Si van a los restaurantes más importantes, verán que todos han incorporado 20, 30 o 40 ingredientes locales que antes no se usaban. No hay vuelta atrás, esto va a seguir. Aspiro que la Argentina esté cada día más conectada con eso. Hay momentos en que por más que seas un cocinero profesional,

la técnica no alcanza para sentirti realizado o para enriquecerte en tu profesión, por eso tenés que embarrarte, conocer gente y tratar de unir el pasado, la tradición y tu historia con el conocimiento, que es la parte más sabia del conocimiento.

*\*Creador de Tegui y del Proyecto Tierras.*



*Germán Martitegui con técnicos de INTA, productor de orégano y equipo de producción del proyecto Tierras, desde el cual el chef argentino investiga la cocina local para potenciar el turismo y la producción. Buenos Aires. Argentina.*

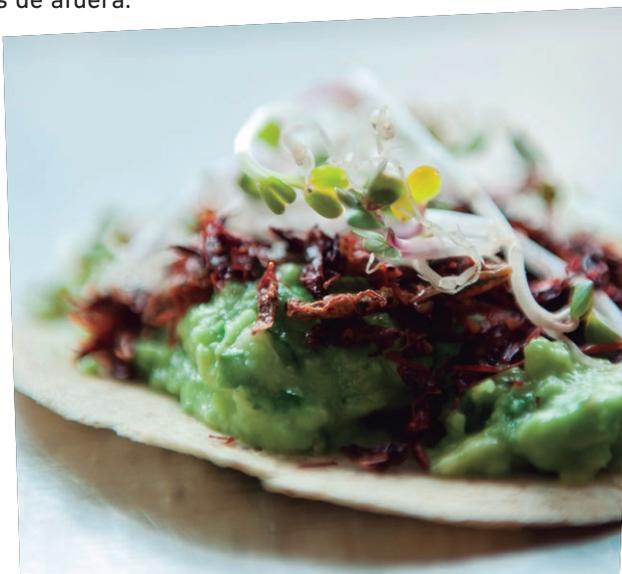
## La mixtamalización

Por Celia Florián\*

La mixtamalización es un proceso ancestral milenario para potenciar las propiedades nutritivas del maíz. Se realiza a base de piedra de cal para extraer aminoácidos y potenciar los nutrientes del complejo vitamínico del maíz. Al comer una tortilla de maíz estamos nutriéndonos. Por eso los mexicanos hemos sobrevivido a tantas hambrunas. Al comer el tamal con chile y calabaza, se potencian sus nutrientes. Esta cocina ancestral la vivimos en México y sobre todo en Oaxaca, una tierra llena de tradiciones milenarias, uno de los estados más étnicos del país. En Oaxaca mantenemos la cultura viva, el maíz, el frijol, los quelites, que son las hierbas silvestres, cada región tiene su hierba. Tenemos una infinidad de moles. Es uno de los estados con mayor número de moles indígenas, enriquecidos con productos de afuera.

Oaxaca es un destino gastronómico del mundo más allá de lo mexicano. En Oaxaca se come oaxaqueño y se bebe oaxaqueño, si vas a comer allá desde la familia más humilde o la más rica, van a comer el mismo banquete, todos como reyes. En Oaxaca se vive, se come y se bebe oaxaqueño.

*\*Académica en la maestría en Cocinas de México en el culinary Art School en la ciudad de Tijuana, Baja California.*



*Totopos con chapulines, plato elaborado por la chef Celia Florián de México.*

## El mejor chocolate del mundo no es suizo

Por Edgar León Ordóñez\*

No somos un país, somos una región y somos un destino. El Ecuador y cada uno de sus pueblos tienen mucho que aportar. Una vez un escritor, cuando probó un plato mío, me dijo: "Está muy bueno lo que hiciste, pero por más bueno que esté, siempre va a ser una copia. Intenta cocinar con productos locales". Luego de 15 años de investigación sobre cocinas de carretera, me encontré con un registro de más 4754 sopas en cada una de las regiones, e hice un libro considerado el mejor sobre sopas del mundo en 2014. A partir de eso me salen bien las sopas. Las cocinas latinoamericanas fueron siempre matriarcales. Latinoamérica tiene para aportar no solo ajíes, y cuando se dice que el mejor chocolate del mundo está en Suiza, hay que recordar que el cacao es de los países amazónicos, y que se encontraron vestigios de cacao de hace 5000 años. Por eso ya no solo aportamos cacao fino de aroma a Europa, ahora podemos elaborarlo con sal de maras de Perú.

*\*Cocinero y autor del libro Sopas: la identidad de Ecuador.*



*Sopa de maní. Aunque es un plato típico de la cocina boliviana, también se prepara en otros países, como México, Ecuador y Argentina.*

## El irremplazable saber del campo

Por Flavio Solórzano Álvarez\*

Cuando creamos Mistura con un pequeño grupo de cocineros, nos dimos cuenta del gran avance tecnológico que se hacía con la carne de vaca, manejando la grasa, cosas que no suceden en Perú, no existe algo parecido al INTA en Perú, no hay ese desarrollo. Lo que falta muchas veces es dinero para poder hacerlo.

Mistura no quería apoyar al mediano o gran productor, sino directamente al pequeño, muchos de ellos han estado al borde de la extinción. Hemos creado los premios Rocoto de Oro, y así hemos encontrado cosas que trascienden a la feria, productores que manejan más de 40 raíces. Más de 60 ajíes. En Cusco, un productor tiene 14 variedades de yuca, cruzó ríos, se cayó al agua transportándola, por eso merece la pena que se conozca en Lima. Ahora ya no la carga sobre sus hombros. Hay 180 variedades de ajíes. Y así, año a año, en diez años de feria, las estrellas no son el ceviche y el chancho al palo, la estrella es el productor y el producto.

Nosotros los cocineros solo somos un medio para mostrar a los productores; el cocinero es un agente de desarrollo social para el productor que más lo necesita, solo somos la herramienta. El saber del campo es milenario y es irremplazable. Ahora se exportan papas nativas a Europa y a una parte de Asia.

Los incas son jóvenes a lo que sucedió antes que



*Mano de productor con quinua trillada en Maimará. La quinua es un cultivo ancestral con alto valor nutritivo, propiedades funcionales y valor agregado en origen. Jujuy, Argentina.*

ellos. No digo nada nuevo si digo que detrás de los productores hay una gran cocina que viene del campo. Hay un conocimiento importantísimo.

El caso de la quinoa es muy claro. Fuimos a la zona aymara, y nos dimos cuenta de que hay más de 40 preparaciones con quinoa. Tuestan la quinoa antes de cocinarla, le dan una nota tostada, también tienen una técnica para desaponizar la quinoa, la trituran, la lavan, la dejan decantar y luego la secan. La desaponizan al cien por ciento, y podés trabajarla al cien por ciento. Este es el saber que entrega el campo y los productores, y es lo que nos beneficia a todos.

*\*Chef ejecutivo del restaurante El Señorío de Sulco.*

## **No somos solo arepas**

Por Jaime Llanos González\*

En Venezuela la desaparición de los alimentos locales por alimentos de producción homogeneizada e importada relativiza el valor genuino de la producción local. Este proceso ha llevado décadas de evolución por distintos factores y no es arriesgado decir que la producción local es marginal. La cocina tradicional se ha visto arrastrada por esa realidad. Súmele a ello que la urbanización del país conformó un desarraigo del campo y su expresión alimentaria.

Hoy cualquier iniciativa de revalorizar los recursos debe considerar la resiliencia a las variaciones inducidas por el cambio climático. En un mundo globalizado donde las migraciones se han intensificado, cada migrante lleva consigo su historia alimentaria. En ese contexto el chef debe considerar la multiculturalidad de manera respetuosa y sinérgica con las cocinas de los lugares.

No perdemos de vista que la socialización de la cocina local es clave. Por ello estimulamos la valoración de las dimensiones de la cocina local como expresión del sincretismo gastronómico y su simbolismo etnocultural dignificante. Lo anterior se basa en colocar a disposición pública información de toda la cadena agroalimentaria en su contexto de relaciones bioculturales.

Hoy la cocina local venezolana tiene ante sí desafíos que podrán ser asumidos exitosamente en el mediano y largo plazo. Un aspecto de tales retos es revertir la tendencia a la disminución de la diversidad de oferta en la gastronomía del lugar. Algo semejante, según UNESCO, sucede con la diversidad culinaria local en el mundo. Es notorio que la restauración alimenticia se amplió de restaurantes excelentes y costosos a ferias de comida donde acuden mayor cantidad de personas con perfiles socioeconómicos distintos. No obstante, esas ferias tienden a reforzar el modelo gastronómico reduccionista, con la promoción de algunos platos o tipos de preparaciones. En esos lugares los cocineros promotores de la reinserción de las comidas pueden ganar espacios importantes para la presencia de comidas o platos tradicionales en la vida cotidiana y de esparcimiento familiar. De ello en Venezuela tenemos ejemplos exitosos: la multiplicación de las areperas desde los años sesenta y en los últimos años los carritos de venta de cachapas.

Tenemos pendiente además cuidar los recursos pesqueros. En Venezuela, a modo de muestra, el desarrollo de los enlatados de sardina y atún ha impactado negativamente en la reproducción de esas especies y el patrón de consumo humano de productos pesqueros. Sin embargo, existen creaciones exitosas de platos innovadores que acogen especies pesqueras locales por época de abundancia, matizan su presentación para el consumo y respetan los ciclos de recuperación de las poblaciones de peces.

*\*Coordinador de la Fundación Cocina Amazónica Venezolana.*

## Los mexicanos no podemos comer solos

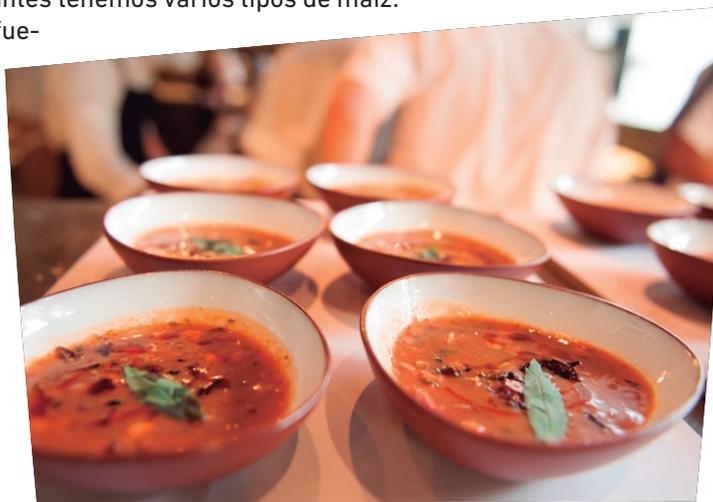
Por Abel Hernández\*

Toda la materia prima ha llegado para que la podamos poner en nuestra mochila y llevarla a otros países. La llevé a Portland donde el concepto de lo verde y natural está muy arraigado. Siempre he llevado productos de México a los Estados Unidos, allí nos reunimos con los inmigrantes y a partir de un producto, como los tamales oaxaqueños, empezamos a trascender. Porque un mexicano no puede comer solo, tiene que hacerlo en compañía.

Nuestro negocio más interesante en los Estados Unidos es la elaboración de los tamales. Dependemos del proceso de mixtamal (que es un proceso según el cual por cada kilo de maíz se utilizan diez litros de agua). Como proveemos tamales al aeropuerto, buscamos un productor Querétaro que desarrolló una patente para hacer el mismo proceso de mixtamalización sin desperdiciar agua; la firma se llama Naturelo, compra maíz libre de transgénicos y ahora lo distribuye en los Estados Unidos, y ahora los migrantes tenemos varios tipos de maíz.

Para los mexicanos que vivimos fuera de México lo que llega no es solo el producto local sino toda una festividad alrededor de estos productos.

*\*Delegado del Conservatorio de la Cocina Mexicana y miembro del programa de cocina latina en Western Culinary "Cordon Bleu" de Portland, Oregon.*



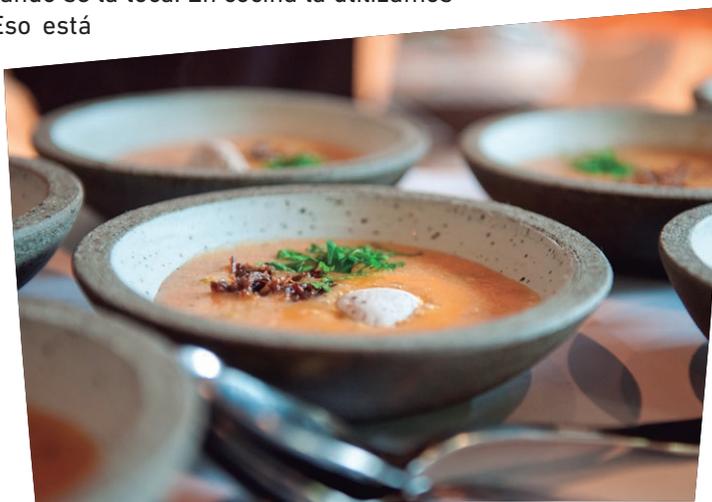
*Huatape de acocil, plato elaborado por el chef Abel Hernández. México.*

## La ortiga, un ingrediente y un medicamento

Por Emilio Garnica Villagómez\*

Bolivia ha dejado de ser una república, hoy es un Estado plurinacional, pluricultural y plurigastro-nómico. Los últimos 15 años ha habido un desarrollo importante desde que se fundó la primera escuela gastronómica y ahora hay más de 100 en todo el país. Se está dando un valor a la comida ancestral. Después de tantas técnicas y recetas de comidas rápidas, comenzaron a registrarse mayores índices de enfermedades relacionadas con la mala alimentación. Ahora los gastrónomos ponen énfasis en utilizar productos locales de diferentes regiones. Por ejemplo, estamos valorizando productos, como la ortiga. En el municipio Huari, departamento de Oruro, se hace la feria internacional del Jampi, la única feria de medicamentos ancestrales. Ahora sabemos que la ortiga como infusión es un digestivo, pero también un medicamento milenario para la próstata. Se hicieron estudios de laboratorio que nos convencieron de que es un remedio además de una planta delicada que hace picar cuando se la toca. En cocina la utilizamos como ingrediente de un pesto. Eso está ocurriendo. Se está dando valor al producto local a través de la cocina.

*\*Embajador de la cocina ancestral boliviana.*



---

*C'ala Purka, plato elaborado por el chef Emilio Garnica Villagómez. Bolivia.*

## En defensa de la albóndiga

Por Hugo Soca González\*

Uruguay es un país pequeño, pero muy grande en relación con todo lo que se está produciendo. Producimos oliva y de los mejores caviars, lácteos de cabra, en las costas tenemos almejas, mejillones y lenguados. Después de vincularme a la cocina francesa por muchos años, empecé a relacionarme con los productos del país. En Uruguay tenemos una cocina típica, no autóctona. Por eso siempre digo que tenemos que defender nuestras albóndigas. Con el tiempo llevamos la cocina uruguaya a un restaurante, mi madrina peruana, Isabel Álvarez, me impulsó. En mi restaurante promocionamos la cocina de las abuelas y también la carta del nieto, que ofrece técnicas y preparaciones de vanguardia. No uso productos de afuera y apoyo al productor rural. Este año fue la primera vez que se agotaron los membrillos uruguayos. Tenemos muchos para dar. Una vez, mientras hacía un programa de televisión, entrevisté a una productora rural que no quería mostrar sus manos porque las tenía ajadas. Le dije no, tenés que mostrarlas, por favor, porque gracias a esas manos, nosotros tenemos para comer.

*\*Cocinero de la República Oriental del Uruguay.*



*Croqueta de cangrejo elaborado por el cocinero Hugo Soca González. Uruguay.*

## Flor de papa, flor de papa, esta noche no te escapas

Por Aurora Cayo\*

Acá no viene Aurora Cayo, acá viene un pueblo. Soy cocinera tradicional aymara, no me separo de la música y de la danza, de esa reciprocidad. Yo hablo de comida, soy aymara antes que chilena, esas son mis raíces: somos todos hermanos de la nación originaria, y desde ese fundamento hablo del mundo andino que hoy está dividido en cuatro estados (Perú, Argentina, Bolivia y Chile).

Quiero contar mi historia. Hace unos años, tuve la necesidad de generar recursos para solventarme, y yo decía... qué puedo hacer, si toda la vida he cocinado. Era algo que no valoraba. Hasta que un día, un escritor me dijo: "Hácame tu banquete, de lo que tú cocinas".

"Pero si esto no es cocina", decía yo. Me resistí, me daba vergüenza, pensaba que no me lo iban a comer. Lo hacía en casa con mis abuelas, dentro de casa, pero afuera nada. Entonces le pedí a mis abuelas que me guíen: hice un evento con mi comida, y se comieron todo, no quedó nada. Lo hice con productos de mi tierra, maíces, quinoa, hierbas, carne de llama, papa y diferentes tipos de hierbas, frutos de tumbo y tantos productos que se han mantenido por miles de años y que también son medicina.

Debemos retomar la esencia de la armonía y el equilibrio de cuando se



*Flor de papa.*

compartía la vida familiar. Como dice el ritual aymara de la siembra de la papa: Flor de papa, flor de papa, esta noche no te escapás. Flor de tumbo, flor de tumbo, esta noche yo te tumbo.

La comida es inseparable de la danza y del canto. Es un largo caminar que voy a seguir haciendo hasta el final de mis tiempos.

*\*Cocinera tradicional aymara.*

## La olla de barro también es un ingrediente

Por Paulo Machado\*

*El recogedor de desperdicios  
Uso la palabra para componer mis silencios.  
No me gustan las palabras  
cansadas de informar.*

*Le doy más respeto  
a las que viven de vientre en el suelo  
tipo agua piedra sapo.*

*Entiendo bien el acento de las aguas  
Me refiero a las cosas sin importancia  
y los seres sin importancia.*

*Estimo los insectos más que los aviones.  
Estimo la velocidad  
de las tortugas más que la de los misiles.*

*Tengo en mí un retraso de nacimiento.  
Yo fui apareado  
para disfrutar de pajaritos.*

*Tengo un montón y soy feliz por eso.  
Mi jardín es más grande que el mundo.  
Soy un recolector de desperdicios:  
Amo los restos  
como las buenas moscas.*

*Quiero que mi voz tenga un formato  
de canto.  
Porque yo no soy de la informática:  
yo soy de la invencionaria.  
Sólo uso la palabra para componer mis  
silencios.*

*Manuel de Barros*

### ¿Qué cosa es la identidad?

Es un divisor de aguas. Cada uno sabe su origen, o no lo sabe, pero tiene una idea. Para que eso tenga poder tiene que tener valor, y en el caso de Brasil lo estamos buscando.

En los años 80 llegaron cocineros franceses a Brasil y empezaron a hablar de que el fruto de maracuyá era maravilloso, y recién entonces nosotros lo empezamos a mirar. Pero la historia se inició mucho antes, antes de los portugueses y de los africanos, con los indígenas.

El proceso de valoración de los productos locales brasileños es muy reciente. Tengo una empresa de investigación de cocina en Brasil y sabemos que cada región tiene su identidad y sus productos. No solo por el tema geográfico, por las corrientes marítimas, los vientos, sino por la cultura.

Por eso no creo que haya un plato nacional en Brasil. Aun cuando la mayoría de la gente coma feijoada, en la receta del nordeste entra como ingrediente el pescado, y en el sur el pollo. La moqueca, por ejemplo, sin olla de barro, no se puede hacer. La olla de barro es un patrimonio, la olla de barro es un ingrediente.

Ahora estamos valorando la cocina del pantanal. La cocina del Mato Grosso del Sur, que es patrimonio de la UNESCO, donde hay una biodiversidad enorme, donde la protagonista es la cultura del hombre pantanero, el hombre que vive de transportar el ganado. Dentro de esas comitivas, está el hombre más importante de toda la comunidad, que es el cuca, el cocinero.

*\*Maestro en Hospitalidad por la Universidad Anhembi Morumbi, Brasil.*



---

*Junto a otras frutas tropicales, el maracuyá ha sido revalorizado en Brasil y otros países de la región.*

# CAPÍTULO 5

## Alimentos y cocinas de América en el mundo: desafíos y oportunidades

Sonia Montesino Aguirre | Sonia Serna Benítez | Mónica de la Canal | Abdiel Cervantes Escalona | Teresita Benegas O'hara | Modera: Raquel Rosemberg





## ALIMENTOS Y COCINAS DE AMÉRICA EN EL MUNDO: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

SONIA MONTESINO AGUIRRE | SONIA SERNA BENÍTEZ | MÓNICA DE LA CANAL | ABDIEL CERVANTES ESCALONA | TERESITA BENEGAS O'HARA | MODERA: RAQUEL ROSEMBERG

---

### Las tensiones gastropolíticas de América

Por Sonia Montecino Aguirre\*

*Mi buena hermana Emelina me manda minucia de noticias que no me importan y de gente elquina que tampoco mucho me importan... Le voy a decir que no me mande bobadas, sino solo dulce de manzana y descorazados. Y arropes para endulzar mi vida de patiloca. ¡Hermana mía, échele usted unos arropes a mi agriura!*

Gabriela Mistral, Cuadernos de la Errancia (1925-1935)

Encontramos en El Molle, un pueblito del Elqui, hace unas semanas, los preciados dulces de manzana y arropes que significaron, para la escritora, la memoria más entrañable de su valle natal, en manos de algunas mujeres que no solo mantenían las viejas técnicas y recetas, sino una lengua todavía veteada de los giros coloniales y mestizos con que la propia Mistral escribió y formuló sus más profundas reflexiones sobre la vida y las cosas. Y en boca de esas mismas mujeres pudimos escuchar una descripción clara y precisa de las diversas fuerzas que amenazan la continuidad de su tradición como “dulceras”: “Antes todos nos conocíamos aquí, ahora han llegado inversionistas, el Valle cambió, nuestros chilenitos y empanadas de alcayota, los dulces de membrillo y manzana son únicos porque los venimos haciendo desde años, son los mismos y no son los mismos porque los gustos de las cosas han cambiado, el azúcar no es tan azucarosa como antes, pero nosotras seguiremos hasta que nos dé el alma”.

Desde ese horizonte antropológico, en el sentido de discurso reflexivo sobre la cultura que emerge a partir los sujetos que experimentan, y se experimentan a sí mismos al interior de los cambios y

las continuidades, intentaré responder, de manera provisoria, a la invitación de esta mesa en relación con los desafíos y oportunidades de las cocinas de América Latina.

En primer lugar quiero aclarar que me referiré específicamente a nuestras cocinas patrimoniales, y no a las cocinas en general, entendiéndolas como expresiones culinarias sostenidas en el tiempo portadoras de un conjunto de productos transformados en recetas, asociados a un sistema de producción y consumo y a un sistema simbólico que les entrega determinados significados, densidades y relatos. Desde esa perspectiva son las comunidades (nacionales, regionales, locales) las que signan a sus cocinas como acervo, patrimonio y memoria.

Por ello, si nos preguntamos por sus encrucijadas contemporáneas, me parece que hay dos grandes ámbitos conflictivos que se desprenden de los efectos culturales y económicos de la globalización. Por un lado, los procesos de patrimonialización que proliferan, ya sea como modo de resistencia de las identidades locales a la mundialización (me refiero a la respuesta glocal a la homogeneización de las prácticas y consumos culinarios) o como nicho de comercialización (la “oportunidad” de mercado que traen consigo las particularidades, los exotismos culinarios, la circulación de lo “étnico”, conceptualizada por los Komarof como la etnicidad S.A., entre otras).

“Las consecuencias de la patrimonialización de productos y preparaciones son múltiples, y se reflejan en conflictos gastropolíticos”, me valgo de este concepto de Apadurai, releyéndolo. Surgen, por ejemplo, con la instalación de las denominaciones de origen, los sellos de origen o la indicación geográfica. Estas tensiones emergen toda vez que las áreas culturales, de sustrato precolonial, sobrepasan las político-administrativas construidas por los estados nacionales. Al menos ese es el caso en Chile donde, entre otros roces, el sello de origen otorgado al pajarete de Atacama (un vino dulce “soleado”) provocó una tremenda disputa entre campesinos y pequeños productores de esa región y la de Coquimbo. Estas tensiones gastropolíticas se pueden apreciar también a nivel continental cuando la patrimonialización esencializa los “orígenes” de tal o cual producto o preparación y los sitúa como argumento central para establecer su propiedad, límites y uso.

Si pensamos en la Latinoamérica de hoy día, con sus bordes y lindes, es evidente que sus fronteras políticas son fruto de las diversas instalaciones y las violencias con que se implementaron primero, los proyectos coloniales, y después, los republicanos. Desde la perspectiva de las coci-

nas, de sus productos y de los sistemas simbólicos asociados, el devenir colonial y republicano ha traído consigo mestizajes y sincretismos, pero también cocinas de refugio y resistencia, metafóricamente, abrazos y separaciones relacionados con las estructuras jerárquicas y desiguales visibles en los distintos comensalismos nuestros. La patrimonialización de nuestras cocinas no puede, entonces, pasar por alto la dificultad de definir las desde un “origen” toda vez que ellas forman parte de sistemas socio-simbólicos mayores como lo son las viejas pertenencias al mundo andino, al amazónico, caribeño, mesoamericano, entre otros, que rebasan los actuales contornos geopolíticos (y más aún los desdibujan y re-configuran con las múltiples corrientes migratorias intracontinentales). Si añadimos a esos antiguos sistemas indígenas el peso del influjo colonial europeo dominante y tempranamente español, y más tarde italiano, alemán, francés, etcétera, en la dieta y en los estilos culinarios, el asunto del “origen” se torna cada vez más intrincado.

De ese modo, si la patrimonialización de las cocinas bajo el signo de la globalización de los mercados trae consigo conflictos gastropolíticos locales, los amplifica en el plano regional y continental levantando un conjunto de interrogantes que es preciso resolver, desde un punto de vista conceptual y político. Algunos casos de estas tensiones, a nivel de países, se visualizan en las disputas por el origen del pisco, de las papas, del maíz o de la propiedad de las empanadas, de las roscas, del ceviche, del asado. Nos preguntamos, ¿qué hay tras estas polémicas, y qué contextos e intereses las favorecen produciendo memorias conflictivas? La respuesta es bastante obvia: la exigencia de los mercados, su dictadura más bien, torna rentable las diferencias, desde el punto de vista del desarrollo turístico, de los nichos comerciales, de las “imágenes país” que se transan en el imaginario del consumo mundial. De allí que para muchos pueda resultar normal ganar la contienda sobre un origen, obtener una denominación geográfica y cercar la posibilidad de que otros puedan ostentar un bien que en su existencia y devenir es común. Se trata de una estrategia gastropolítica que, generalmente escenificada y gestionada por grandes empresas se alía con otros espacios de poder para lograr su objetivo: la transformación de ese bien común en uno de mercado.

Pienso que es preciso desmontar ese perverso tinglado en el que nos encontramos y que transita por la endeble línea que separa la idea de promover, resguardar y proyectar nuestro patrimonio culinario, con su abuso instrumental en aras del “desarrollo” (es decir, cuestionar la idea de que la cultura es un instrumento para un fin económico). Pensar, investigar y producir una cartografía

de lo común en nuestra América Latina me parece un imperativo, toda vez que lo común nos hace más densos y fuertes que la infinita separación de fragmentos y fronteras. Con esto no quiero decir que las diferencias en las cocinas patrimoniales no existan, sino que ellas forman parte de un juego en donde lo general y lo particular dialogan, se confrontan y se proponen como un movimiento permanente de continuidad y cambio. Así, por ejemplo, la belleza patrimonial de los tamales, de las humitas, de los diversos “panes” de maíz que nos caracterizan emerge para decirnos que hay un lenguaje en el que nos entendemos y que sus declinaciones forman parte de identidades que no nos son ajenas y que queremos proyectar al interior de un universo compartido.

El otro gran ámbito de tensiones se relaciona con la contradicción entre la patrimonialización de ciertos alimentos y el arrasamiento que las empresas mineras, forestales, pesqueras, en definitiva, de las grandes industrias extractivas de materias primas (acá hablo desde la experiencia chilena, pero sabemos que ella se replica en muchos lugares) hacen de los espacios productivos y del hábitat donde ellos crecen. Uno de los ejemplos más prístinos es el caso de especies marinas que han sido consumidas desde los primeros asentamientos costeros –cuyo testimonio arqueológico son los conchales– y que hoy sucumben por una ley de pesca que, bajo apariencias de protección, permite que las industrias pesqueras extingan peces que son alimentos de otros. Los viejos pescadores de Los Vilos, en la misma región del Elqui mistraliano, sostienen: “Acá nos dicen a nosotros depredadores, pero no a los grandes señores industriales de la pesca de arrastre que se llevaron la comida de los congrios. ¿Quién extinguió la coji-nova? Nosotros no, resulta que en Coquimbo y más al norte, seguían los caminos con helicóptero, cap-



---

*Maíces andinos. Revalorizar los cultivos y las prácticas productivas de los pueblos originarios es una estrategia para preservar variedades ancestrales y generar productos diferenciados con valor agregado para el desarrollo de la agricultura familiar. Argentina.*

taban los caminos en la noche y les decían a los pesqueros: ‘miren, en tal parte hay, vayan,’ y las encerraban con bolinche, donde sacaban miles de toneladas, esas miles de toneladas nosotros los pescadores artesanales podíamos sacarlas en un año o más... Ahora, se prohíbe cazar el lobo marino porque estaba desapareciendo, pero en estos momentos hay una sobrepoblación, y ¿qué hacen? Rompen las redes, se comen los pescados y nada podemos hacer...”

Esta experiencia nos lleva a reflexionar sobre los patrimonios alimentarios ligados a estilos de vida que desaparecen y con ellos un modo de habitar el mundo. Sin duda estamos frente a un dilema que toca los esfuerzos de salvaguarda de grupos humanos asociados a especies y a moradas específicas, y a su negociación con poderes concretos y fácticos cuyo interés no está en preservar sino en extraer las máximas ganancias sin proyectarse en el tiempo ni en la consideración de la sustentabilidad de los recursos.

Los dos ámbitos que he planteado pueden parecer apocalípticos, hiperbolizados, pero es lo que he encontrado en terreno, pesquisando las cocinas patrimoniales de mi país. Por ello, si hablamos de desafíos, son grandes, pero el primer esfuerzo que veo es precisamente el de la deconstrucción de los paradigmas con los cuales estamos pensando

las cocinas patrimoniales, y si las entendemos como sinónimo de culturas, entonces será preciso desbrozar un poco y construir preguntas en torno a las identidades y sus riesgos al interior de un contexto donde el mercado fagocita los símbolos. Pero, también las posibilidades que tenemos en América Latina son amplias toda vez que el reconocer esos sustratos culinarios comunes nos puede conducir a una propuesta que rompa con la fragmentación, la competencia como



---

*Tambo en Salento, Colombia.*

nudo del desarrollo y la puesta en valor de nuestras cocinas patrimoniales, justamente como bienes compartidos. Ello también puede redundar en apuestas comunes creativas y rupturistas en torno al turismo culinario, a los reconocimientos mundiales de nuestros acervos, y a la comprensión que lo singular y común conviven y se ensamblan dando fuerza a una gastropolítica que dialogue dentro y fuera de las fronteras con la idea y la ética de la unidad en la diversidad.

Otro elemento que debemos considerar de cara a un futuro colaborativo y participativo en América Latina, y con esto termino, es que las cocinas patrimoniales han encontrado un importante enclave en las políticas mundiales. Es así como la UNESCO ha aceptado en el 2010 tres candidaturas a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad: La Culinaria Mexicana; la Gastronomía francesa y la Dieta Mediterránea. Con ello se ha puesto de relieve que la comida, como parte de la cultura, tiene el mismo rango que cualquier otra expresión y se ha valorado su profundo significado para las identidades y la cohesión social. Más allá de que podemos analizar críticamente el porqué del uso de los tres diferentes términos –culinaria, gastronomía y dieta– lo que deja de manifiesto este reconocimiento es que hay países, comunidades y sociedades que han decidido situar a sus modos y estilos de alimentación como dignos de ser representantes de la cultura humana en general y que consideran que el Patrimonio Cultural Inmaterial es una herramienta (política, económica y turística) que los visibiliza y dialoga con el mundo, y han resuelto también realizar todos los procesos internos necesarios para ello (inventarios, redes gubernamentales, inclusión comunitaria, etcétera), así como declaraciones y seminarios que apuntan a esa valoración (como el acuerdo de Campeche del 2008 –cuando la primera candidatura de la culinaria mexicana fue rechazada– y el de Barcelona del 2009, que tuvo como objeto influir conceptual y políticamente en las definiciones internacionales sobre la cocina como bien cultural).

Se abre con esto una enorme posibilidad de diálogo de América Latina con este flujo mundial, a través de una apuesta conjunta por poner en valor nuestras cocinas patrimoniales como bien común que rebasa las fronteras de los estados nacionales y que recupera la fuerza y potencia de una memoria compartida. Desde mi óptica habrá futuro para el patrimonio culinario de América Latina toda vez que emprendamos de manera profunda, seria y en diálogo (de países, instituciones, comunidades y personas) una puesta en valor (lo que significa la movilización de esfuerzos investigativos, educacionales, de sensibilización y difusión) de lo que tenemos para proyectarlo y desarrollarlo en sus más variadas expresiones y pensando siempre en no reproducir las des-

igualdades estructurales (de clase, género, etnicidades) que nos definen, pues sabemos que en el campo del patrimonio inmaterial ello se juega de manera evidente. Las cocinas anidan la capacidad de convocarnos, de reunirnos, y las manos que hacen vivir las recetas son universales y singulares a la vez y en eso podemos alojar las esperanzas de un proyecto colectivo que conversa con el mundo desde una morada común.

Muy bien sabía la Mistral de agriuras y su pedido de arropes y dulces de manzana, era más que apetito una dulce memoria que la anclaba al Elqui en su vida andariega (patiloca). Ese anclaje es el que nos dan las cocinas patrimoniales en tanto memorias vivas en el amplio cuerpo de América Latina. Solo tenemos que echarle el arropo que endulce sus múltiples vidas.

*\*Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.*

## El camino de la educación

Por Sonia Serna Benítez\*

Soy amante de la cocina desde muy joven, trabajo en la creación de eventos regionales y he acompañado el boom gastronómico de Cali desde el principio.

Mis estudios sobre la historia de la cocina, sus ingredientes y recetas, así como mi interés por las historias de las cocineras tradicionales con sus experiencias de vida se lo debo a mi abuela y a una madre que, desde muy temprano, me motivaron y enseñaron las tradiciones culinarias.

He escuchado con atención las distintas ponencias y veo que estamos hablando todos los mismos temas y con un mismo idioma. Lo más importante es que estamos enfocados, convencidos de que las cocinas son una fuente de identidad y que otorgan sentido de pertenencia.

Hay ciertos problemas que enfrentan las cocinas locales: y uno es la creencia de que lo foráneo es mejor; en términos de educación, las escuelas de cocina suelen impartir un programa de cocina internacional, por eso hay desconocimiento de productos endémicos por parte de cocineros locales. Hace falta una materia obligada de cocina local.

Lo que hay que hacer es propiciar el regreso al campo de los jóvenes y evitar a los falsos mesías que convierten a las cocinas en productos mediáticos carentes de investigación.

Para superar la falta de articulación entre lo público y lo privado, la industria y las instituciones educativas, el camino es la educa-



*Danza folclórica en Medellín, Colombia.*

ción. En Colombia estamos avanzando en ese sentido. Tenemos el caso de la Cátedra Culinaria de la Universidad de Antioquia y el programa de Ciencias Culinarias.

El papel de los medios es muy importante y muchos periodistas fueron seducidos por la cocina y suelen carecer de objetividad. Debemos además fortalecer la especialización en Periodismo Gastronómico en las facultades de Comunicación y Periodismo. También se ha creado el Colegio de Estudios Socioculturales de la Alimentación a partir del Congreso de Cocinas Andinas en Colombia, y celebramos el Tercer Congreso de Estudiantes de Cocina.

Estoy feliz porque estamos tomando un camino que no tiene que ver con el show.

Luego de la firma de la paz firmada entre las organizaciones guerrilleras y el Estado, se ven políticas públicas posconflicto y se está trabajando con una asociación que promueve proyectos productivos con diferentes comunidades rurales para que el campesino pueda llevar sus productos a los grandes centros urbanos y pueda desarrollarse en el lugar donde viven.

*\*Gestora Cultural y Directora de la Fundación SABORIARTE en Colombia.*

## Una invitación a Ibercocinas

Por Mónica de la Canal\*

Quiero compartir con ustedes un recuerdo muy significativo. Cuando tenía 5 años me tocó vivir durante un tiempo con mi abuela materna y recuerdo que ya sabía cuándo ella se iba a poner a cocinar porque comenzaba a cantar.

¿Qué cantaba mi abuela, que vivía en la provincia de Buenos Aires? Cantaba canciones del mexicano Javier Solís, el Rey del Bolero Ranchero. Cuando lo conocí de grande, caí en la cuenta de que la cultura lo atraviesa todo, que de alguna manera la cultura también atraviesa a las cocinas regionales.

Así como cada región del país tiene un alimento que le da pertenencia a la región, pasa lo mismo con los países. Por eso impulsamos Ibercocinas junto con Paraguay, Colombia y México: trabajamos en la promoción y en la puesta en valor de las cocinas regionales de los países Iberoamericanos. Todos los países que participamos de la iniciativa hacemos un relevamiento para promover las cocinas regionales y desarrollamos concursos que tienen que ver con la cocina y los migrantes. Cualquier país iberoamericano que quiera promover sus cocinas regionales puede formar parte de Ibercocinas. Están todos invitados.

*\*Dirección Nacional de Cooperación Internacional del Ministerio de Cultura de la Nación.*

## ¿A qué sabe el mole?

Por Abdiel Cervantes Escalona\*

Hemos vivido aquí unas jornadas de mucho conocimiento. Hemos hecho muchos avances en la cocina a nivel mundial, hemos roto paradigmas y desarrollado nuevos conceptos. Nos falta mucho trabajo. Los grandes desafíos son precisamente la producción de alimentos, que es lo más importante, más allá del plato terminado, conseguir alimentos sanos. Los grandes retos son alimentarios. La alimentación es la piedra angular. En América no entendimos todavía lo que somos. Tenemos esa doble visión para entendernos y reconocernos, nos vemos como cocina exótica cuando lo exótico para nosotros debería ser la cocina europea. Tenemos que ver la cocina desde el punto de vista local. A la hora de tomar decisiones importantes siempre somos los primeros en escondernos, hay una falta de identidad y falta de reconocimiento porque no nos terminamos de reconocer. Si queremos que nuestras cocinas prevelezcan y crucen las fronteras hay que empezar por el trabajo social. Somos un país pluricultural, somos un país que cuenta con un gran número de grupos naturales mexicanos. El gran reto de la cocina mexicana para salir más allá de lo exótico, es precisamente la relación del paladar que tenemos frente a lo picante en comparación con el resto del mundo. El picante es un alimento, no es un condimento, no lo puedo sacar de mi comida ni le puedo bajar la pungencia. Si al perro le quitamos el ladrido y le ponemos un chillido no es un perro. Si entendemos que el picante es una diferencia. Nos diferenciamos de la India porque no condimentamos con curris, nosotros comemos moles. Hay diferencias que generan barreras. El mole no es el plato que más gusta en el mundo. No hay un plato que nos identifique, hay productos. Lo que tenemos que reconocer es la variedad de nuestros ingredientes. Una vez hecho esto podemos generar un gran intercambio de productos. Por ejemplo, Costa Rica ha sido la aduana de Latinoamérica. Por ahí pasó todo. Están los vestigios de las dos últimas grandes civilizaciones.

El mole para mí es alta cocina. Por la variedad de técnicas para prepararlo y la cantidad de ingredientes. Porque no tiene gusto a ninguno de los ingredientes sino solo a mole. ¿A qué sabe el mole? A nada, sabe a mole. Es un sabor que no se puede definir porque es una mezcla de todo. Los platos a veces pierden este contexto. Pasa con los platos de los grandes cocineros mexicanos, se parecen a platos de cualquier país menos a México. Esta descontextualización en aras de la

modernidad es la parte que no estamos manejando bien. No reconocemos nuestras propias estéticas. El sabor viene de un conocimiento, el sabor no existe, el sabor se crea, el sabor es saber. Si nosotros entendemos esto podemos generar cocinas más potentes y no tener miedo.

En México hablamos mucho del rescate de la cocina mexicana y nos dimos cuenta de que no es que haya estado secuestrada: es que no la conocíamos. No puedo obligarte a comer cosas que no te gustan, pero sí puedo intentar acercarte el sabor. No importa el sabor, importa que sea bueno para comer. Los humanos descalificamos de acuerdo al sabor, que es algo adquirido, y con base a nuestro gusto personal. Las cocinas no viajan porque nosotros no pretendemos presentarlas. En Tailandia tienen una manera tan maravillosa de hacer su cocina y de presentarla, y como no quieren hablar tu idioma, sólo con una sonrisa se burlan de ti, ellos son felices cuando te ven disfrutar. Si ellos no tienen ese empacho ¿por qué nosotros sí?

El trabajo es interno. No podemos pretender que las políticas públicas arreglen esto. Hemos logrado que las cocinas de América tengan esa representación en el mundo. Si nos organizamos, seguramente las políticas públicas van a venir. Cuando enseñamos no perdemos la cultura, el cerrarnos no es una opción, sí lo es abrirse. No somos el granero del mundo, somos la despensa cultural del mundo. Los retos son grandes pero con unión podemos lograr grandes cosas en América.

*\*Cocinero, catedrático y difusor de la cultura alimentaria mexicana.*

## Con la repetición se reafirma la intención

Por Teresita Benegas O'Hara\*

Para promocionar la cocina paraguaya, nosotros dejamos de decir “hay que hacer tal cosa” y nos pusimos a hacer. Nos aliamos con organizaciones civiles del Paraguay y tenemos una huerta orgánica para nuestro restaurante escuela. Trabajamos con Slow Food y la agricultura familiar, estamos focalizados en el campesinado. Podemos decir que nuestra principal vedette de todo lo que estamos haciendo es la agricultura agroecológica. Tenemos una organización internacional de escuelas de gastronomía, hotelería y turismo, y desde hace 6 años hacemos un evento llamado “Que viva la cocina”: vinieron muchos cocineros para inspirar a los que estudian en nuestra escuela y queremos que ellos tomen la posta con una conciencia diferente.

Nos encontramos con una falta de valor por lo que es nuestro, no solamente en los ingredientes sino en la persona misma que tiene esos ingredientes. Por eso nos fuimos acercando a las personas que viven en el campo.



Nos costó mucho entrar en los pueblos, sobre todo con nuestros hermanos indígenas, ellos no querían darnos sus maíces y sus raíces porque decían “ustedes lo blancos no valoran nada”.

Siempre digo que con la repetición se reafirma la intención, por eso yendo una y otra vez logramos tener una confianza plena con ellos.

Además, se declararon 4 comidas como patrimonio nacional del Paraguay, que incluye a la única sopa

---

*Agricultora familiar con su producción de mandioca.*

sólida del mundo: la sopa paraguaya. Y estamos haciendo una lista de ingredientes.

En la escuela tenemos un hospedaje donde recibimos a los chicos del interior. Y el próximo paso es la capacitación de los hijos de las familias que trabajan en la agricultura familiar. Ellos van a venir a formarse durante un año con las cocineras tradicionales y con los cocineros profesionales para que después no necesiten salir de sus lugares de origen buscando un futuro mejor.

Vamos a seguir por este camino.

Sabemos que todo el mundo nos está mirando. Sabemos que la nueva meca es Latinoamérica.

*\*Chef paraguaya y directora de O'Hara EIG.*

## **La conquista del mundo**

Por Raquel Rosemberg\*

América fue conquistada, pero yo siempre digo que hubo un movimiento inverso, y es que América conquistó al mundo a través de su cocina. Si uno recorre distintos países de Europa se da cuenta de que los ingredientes latinoamericanos han salvado poblaciones enteras de la hambruna y participan de innumerables recetas. Por eso tenemos que tener una mirada diferente. Tenemos que salir de la postura de Tercer Mundo y empezar a ser protagonistas. Tenemos que mostrar todo lo que sabemos y podemos hacer.

*\*Periodista y editora, autora del libro Sabores que matan.*

# CAPÍTULO 6

## Educación e Investigación de las cocinas regionales en América

Educación: Magda Choque Vilca | Eleonor Fernández | David Barraza Romero | Javier González Vizcaíno | Patricia

Sedó Masís | Modera: Juan Alberto González | Investigación: Hugo Cetrángolo | Juan Carlos Paredes Izquierdo



## EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN DE LAS COCINAS REGIONALES EN AMÉRICA

EDUCACIÓN: MAGDA CHOQUE VILCA | ELEONOR FERNÁNDEZ | DAVID BARRAZA ROMERO | JAVIER GONZÁLEZ VIZCAÍNO | PATRICIA SEDÓ MASÍS | MODERA: JUAN ALBERTO GONZÁLEZ | INVESTIGACIÓN: HUGO CETRÁNGOLO | JUAN CARLOS PAREDES IZQUIERDO

### Necesitamos cocineros ilustrados

Por Magda Choque Vilca\*

Lo que voy a presentar es la suma de aprendizajes que he recolectado a lo largo de los distintos congresos a los que asistí y de los aportes colectivos de colegas, de agricultores y agricultoras.

Distingo dos saberes, el saber de la educación que sistematiza los conocimientos y el saber que traemos de casa: el del afecto, el de la entropía, el saber que ponemos día a día en el paladar.

Todos nosotros construimos conocimiento a medida que sabemos lo que nos gusta y cómo nos gusta. Por eso les voy a presentar la historia de nuestra Tecnicatura en Cocinas Regionales y Cultura Alimentaria que empezamos hace una década. En el primer Congreso de Cocinas Andinas que asistimos con las maestras Gloria López Morales e Isabel Álvarez se planteó la necesidad de rescatar la biodiversidad a través de la cocina; en el segundo congreso en Chile se interpelló a la educación y en el tercer congreso se planteó la necesidad de promover todo esto en una política pública. Y fue así que nació nuestra Tecnicatura en Cocina Regional y Cultura Alimentaria: son dos nombres porque tenemos que hacer procesos introspectivos de cultura alimentaria y preguntarnos qué ponemos en la mesa y desde qué lugar nos conectamos con nuestros alimentos.

Tenemos campañas que nos dicen qué comer y a qué hora comer y no tenemos a nivel local ni una sola que promueva nuestros productos locales. El sistema educativo necesita imperiosamente volver a enamorarnos de la elección del plato, de la mesa y de la soberanía que tenemos como consumidores, dinamizando las economías locales y regionales.

Y en este punto el rol de las mujeres es muy importante. Por ejemplo, ella es una mujer que cultiva 36 variedades de papa, 14 de maíz y 8 de quinoa. Es viuda y está sacando adelante a su fami-

lia. ¿Es una heroína? No, ella es un ejemplo de la historia de muchas de las mujeres de nuestros pueblos que predicán la enseñanza.

### ¿Y qué nos dice el sistema educativo?

En general nos muestra que el que no termina la escuela primaria, el colegio secundario y no tiene título universitario es un fracasado. El que se queda en el campo y no se va a la ciudad es porque no se pudo ir, porque que se tiene que quedar. Ojalá podamos ver que el sistema educativo pueda promover que nos quedemos en nuestro lugar siendo exitosos pero también viviendo con el decoro y el acceso a las oportunidades para desarrollarnos. Que esos saberes y haceres puedan transmitirse de manera horizontal, valorando el rol de estas mujeres que conservan la biodiversidad.

¿Por qué hablamos de la biodiversidad? El evento *Encuentro de las mujeres con los sabores de la historia* se hace un sábado antes de carnaval. Se transmiten los saberes de las abuelas con las nietas, y no arriba de un escenario, sino de tú a tú.

Las formas de aprender no necesitan una sistematización de la academia, hace falta solamente sentir que podemos conectarnos y que yo puedo enseñar y que vos también me podés enseñar. La transmisión oral ha sido prácticamente anulada. Saberes y haceres cantados y en coplas, en cancio-



---

Mujer cocinando empanadas en la puna. Jujuy, Argentina.

nes, también son una forma de aprender. Ellas empiezan el evento cantando cómo es nuestra comida.

También quiero hablar de las tecnologías que están asociadas a la cocina, como las ollas de barro y de piedra que no están en los concursos de cocina. Calificamos la tecnología de afuera pero no conocemos la nuestra. No es un versus, sino una complementariedad. Hoy se habla de la cocina vegetariana y de la cocina sana. Todas las cocinas deberían ser sanas. Si todas nuestras cocinas vuelven a transmitir el afecto vamos a sentir que el alimento es un mensajero y un conector de identidad de sentimientos y de educación. Los grandes pensadores han hecho todo por pasión. Si no existe la pasión es muy difícil emprender algo. En todo lo que hacemos, aún los que trabajan la cocina molecular y bioenergética tienen pasión en su aprender y construir conocimiento.

En la escuela tienen una materia que se llama Cocina Regional donde aprenden cómo se hace una olla hasta cómo

se elabora la chicha. Necesitamos cocineros ilustrados, no que solamente tengan la técnica. Si no conocen el producto y el proceso estamos mal encaminados.

Cuando empezamos el único material publicado sobre estos temas era el de la Universidad San Martín de Porres de Perú. Tenemos que sentir desde el ser y el parecer que podemos hablar de igual a igual y sentarnos a la mesa en condiciones de equidad.

En la tecnicatura hemos llegado a un diseño curricular donde damos materias como Historia de la



---

*Magda Choque Vilca con estudiantes y maestras de la Escuela de Gastronomía de Tumbaya. Jujuy, Argentina.*

Alimentación y los chicos hacen un viaje a Casira en Jujuy y van al lugar donde se hacen las ollas y tienen una conexión con las cocineras artesanales; la olla tiene sus secretos, por ejemplo cómo se cura y cómo se sahúma para que esa olla no sea quemadora.

Y también tenemos la Cátedra de Productos y Tecnología de los Alimentos donde se aprenden las propiedades de los almidones. Acá los chicos saben que las antocianinas también están en sus maíces morados, en sus papas y en sus yacones. Lo que hoy llamamos alimentos nutracéuticos también están en todos nuestros productos.

En Alemania, encontré que desde un librito de jardín de infantes decían que el “buen alimento es igual a quinoa” y en una clase de jardín de infantes de Francia les enseñaban los diferentes tipos de quesos de su lugar a nivel territorial. Nosotros solemos esconder el quesito de cabra porque creemos que los otros son mejores pero nuestros quesos son nuestros y tienen olor a la pastura de nuestro territorio. Somos los que construimos el gusto de nuestros niños. Y hoy en día los chicos no eligen un producto sino una marca. Como sistema educativo tenemos que generar la independencia para que puedan elegir.

### **Nuestros egresados van ocupando espacios de gestión y eso nos pone orgullosos**

Y también la resiliencia. Este año nos inundamos. La escuela fue arrasada por un metro y medio de agua. ¿Cómo hacen los agricultores cuando les entra el agua? Al día siguiente se ponen a trabajar y eso es lo que hicimos. Porque a los procesos y a las instituciones las hacemos las personas.

Nuestros chicos pueden estar en los mejores escenarios y lo más importante es hablar de la institucionalidad que nos ha marcado. La escuela pública está ubicada en un área rural y asisten hijos y nietos de agricultores y tenemos alumnos de hasta 60 años, mujeres que saben cocinar y dicen “quiero aprender más”.

Uno no puede negar que los títulos sirven en el sistema, y por mucho que sepan nuestras cocineras, el papelito habla. Entonces tenemos que generar esos espacios educativos para que ellos puedan también hablar a través de este papelito. Y que la academia se los reconozca es una forma de generar equidad.

Y en la universidad hay que fomentar el trabajo multidisciplinario desde que somos alumnos, no cuando nos recibimos. Tenemos un centro orientado a la capacitación de alimentos y participamos diferentes sectores. Es un gran logro que en Jujuy la cocina ingrese a la academia. Cuando yo era chica, si no querías estudiar te decían, “por lo menos estudié cocina”. Como si la cocina no necesitara elementos de conocimiento.

Me despido con la foto de mi nieto. La gran deuda es con ellos. Con las generaciones que vienen. Me duele mucho cuando un chico en mi pueblo no puede estudiar o viene a Buenos Aires y vaga en los trenes. Nosotros nos queremos quedar en el lugar donde nacimos, pero queremos hacerlo en condiciones de equidad. No queremos una situación ni mejor ni peor, solo la que nos merecemos por ser herederos de nuestra tierra. Queremos convivir en un sistema que genere oportunidades para crecer y proyectar nuestros sueños.

*\*Cocinera jujeña, coordinadora de campo del proyecto Cultura Andina.*

## El desafío de documentarlo todo

Por Eleonor Fernández\*

Voy a hablar del Plan Nacional de Gastronomía y Turismo. Es importante pensar en números: en la Argentina hay 170 mil personas que eligieron estudiar temas relacionados con los alimentos: la agroindustria, la gastronomía o el turismo.

Es un movimiento, hay algo que se mueve. Hay algo que los motivó, sienten que en eso hay una esperanza de progreso, de un proyecto de calidad de vida y lo digo no solo de la biografía personal sino desde la comunidad.

En el ámbito de la educación agropecuaria hay mucho por hacer. La visita en el territorio nos dio la sensación de que está todo muy desordenado. Tenemos un sistema educativo que está organizado de una manera que es difícil organizarlo. Hay varias deudas y varias dimensiones de intervención más allá de la modalidad técnica. Hay deudas sobre educar en sabores. El sistema no capitaliza ese espacio como aprendizaje. La educación debe sistematizar aprendizajes. ¿Qué aprendizaje estamos sistematizando que la mayoría de la gente está afuera y no dentro del sistema?

La mirada tiene que ser crítica pero respetuosa del sistema. El sistema educativo tiene una base de organización. La cocina doméstica necesita potenciar ese espacio y que las mujeres puedan hacer algo con eso. Estamos en un momento privilegiado para hacerlo. En 2005 se aprobó la Ley de Educación Técnica que incrementó el presupuesto a la educación técnico profesional.

Cuando conocí la experiencia de Magda Choque Vilca entendí que el sistema educativo en vez de levantar esas experiencias, las aplasta. El desafío es traducir esos esfuerzos en algo concreto.

Por eso en este Plan identificamos algunas líneas de acción que deben ser multidisciplinarias y sumar las miradas del Ministerio de Cultura y del INTA; no solo de Educación. Para esto identificamos dos acciones:

- 1.-Potenciar las escuelas agrotécnicas, regular la situación que tienen las salas de elaboración de alimentos, sumar una mayor tasa de uso y que se efectivicen las producciones locales y sus productores.

2.-Mejorar 80 de estas salas para saber qué quiere producir la escuela y no lo que la nación dice que hay que producir. Y otra cosa: hay mucha información que no ha sido capitalizada. No tenemos bibliografía. Hay que documentar todo y darle sentido a todo lo que están haciendo.

*\*Consultora del Ministerio de Educación de la República Argentina en Mejoramiento de la calidad de la Educación Técnico Profesional.*



---

*Joven estudiante de cocina realiza preparación con quinoa en la Escuela de gastronomía de Tumbaya. la primera tecnicatura gastronomica especializada en cocina regional y cultura alimentaria de argentina.*

## ¿Lo estamos haciendo bien?

Por David Barraza Romero\*

Soy y me siento cocinero, y a lo largo del tiempo pude transmitir mis conocimientos en la educación. Mi historia en esto empezó así. Una vez presenté un plato aymara en un concurso de gastronomía chilena, y el jurado experto me descalificó por considerarlo un plato que no era chileno.

Había un desconocimiento de la geografía de nuestro país que implica más de 4 mil kilómetros. No había valorización. Recién en 1976 se crea la primera escuela de gastronomía de Chile y hasta 1983 los programas se basaron en modelos franceses y europeos.

En Chile hay 80 liceos intermedios que dictan gastronomía. Incluso se creó un módulo que tiene “cocina étnica” que fue un gran avance. Ahora tenemos 3 universidades, 50 institutos profesionales, y 97 centros de formación, en total son 150 instituciones que están ligadas a la formación en gastronomía.

Estos institutos una vez que han probado su idoneidad tienen la facultad de modificar sus planes y programas sin necesidad de autorización por parte del Ministerio de Educación; tienen autonomía de incluir el tema de cocinas patrimoniales. Y desde el año 2002 hay asignaturas relacionadas con la cocina chilena y con la cocina latinoamericana.

Sin embargo, seguimos teniendo algunas dificultades. No nos hemos puesto de acuerdo en los conceptos porque manejamos conceptos diferentes. ¿Qué entendemos por cocina chilena? Nosotros tenemos ciclos de cocina mexicana o peruana pero, ¿lo estamos haciendo bien? Podemos enseñar un plato de tal país, pero si no está el contexto histórico, estamos fallando. El plato, la receta, lo puedo bajar de internet, pero el contexto es lo valioso en la etapa formativa.

Tenemos que hacer una construcción sólida y clara sobre los niveles de profundización. Los problemas que encontramos en relación a la formación, la falta de relato y de conocimiento tienen un resultado: se recurre a la improvisación.

Necesitamos pensar en el alumno y en cómo lo caracterizamos. Tenemos que formarlo para el mundo del trabajo, esa es nuestra responsabilidad. Puedo educarlo con un montón de compe-

tencias, pero si no tiene cabida en el mundo del trabajo, no cumplimos nuestra misión. Recibo alumnos de bajo nivel económico que deben recuperar la inversión trabajando, esa es mi misión como educador. Debe saber relacionarse, trabajar en equipo, manejar grupos de trabajo, como educador tengo que adaptarme a la realidad de nuestros países.

¿Qué busco en un profesional de la cocina? Distingo cuatro funciones clave:

1.-Elaborar productos, que es el hacer. 2.-Dominar la atención, que es saber atender. 3.-Administrar servicios, productos y personas. 4.-Aprender a gestionar y a hacer propuestas, administración.

Para cerrar, tenemos una responsabilidad con los alumnos para que ellos construyan su futuro profesional de acuerdo a sus intereses profesionales. Tengo 2600 alumnos, de ellos no todos están interesados en las cocinas locales. Yo no puedo obligarlos. Si rescato 80 interesados que vayan por el camino de la cocina regional y la identidad, me doy por pagado.

*\*Escuela de Hotelería y Turismo de Duoc UC Santiago de Chile.*



---

*La formación de los alumnos que van a ser profesionales es clave para el futuro de las cocinas regionales.*

## De las algas a la hamburguesa de pulpo

Por Francisco González Vizcaíno\*

Vengo de un lugar alejado de las tradiciones culinarias de México, donde durante algún tiempo se lo relacionó mucho con drogas, sexo y rocanrol, vengo de un lugar como Tijuana, ciudad del estado de Baja California, México.

Tijuana es una ciudad que ha sabido reinventarse y que hoy es conocida por sus food trucks, la cerveza artesanal y el vino. En 2013, había 12 bodegas vitivinícolas y ahora hay 150, y la cerveza artesanal de Baja California ha ganado 4 de las últimas 5 competencias de todo el país. Tijuana empieza a descollar en la parte culinaria. Es difícil comer mal en Baja California y comer mal en Tijuana.

Antes les costaba trabajo a los tijuanaenses decir que eran de Tijuana, pero hoy lo dicen con orgullo. Es una ciudad de migrantes. Los que llegan no traen consigo solo las costumbres sino también sus productos. Productos que en algún momento fueron marginales y hoy son protagonistas. Ahora hay 3 mil haitianos dando su toque particular a nuestra cocina, porque Tijuana es una sociedad absorbente como una sociedad esponja.

La cocina de Latinoamérica encuentra ahora grandes espacios. Por ejemplo el taco traspasó las barreras de la frontera, el taco ahora es de California y lo toman como tal, como el consumo de guacamole en todo los Estados Unidos durante el super bowl. Ahora es común que la hamburguesa que nació en Tijuana, la "octopus burger", la hamburguesa



---

*Maíces andinos.*

de pulpo, sea considerada por los californianos como algo propio. Y las cocineras tradicionales como Juanita Bravo hoy son tan fotografiadas como los famosos chefs.

En el Culinary Art School editamos varias publicaciones, entre ellas un libro de investigación que hizo uno de nuestros alumnos, Nico Mejía. Se llama *Algas comestibles de Baja California*. Antes del libro se consumía cero algas, no había consumo de algas, y después de editado, publicado en digital, hemos logrado que en la mayor parte de las cartas de los restaurantes existan platos con algas. El libro tiene 90 páginas, más de 7 mil descargas y está hecho para cocineros. Con esto quiero decir que solemos conocer más los nombres de las cepas de vino europeo que los nombres o cualidades de nuestros productos, como los maíces. No conocemos las variedades de algo que nos da de comer todos los días. Tenemos que conocer más en profundidad lo propio y tenemos que hacer productos con valor agregado para todo el mundo porque la etapa de exportar materias primas terminó.

*\*Fundador y Director de Culinary Art School de Tijuana.*

## ¿De dónde viene el gallopinto?

Por Patricia Eugenia Sedó Masís\*

Costa Rica se encuentra entre los países con mayor biodiversidad del planeta y el 25 por ciento de su territorio está protegido. Desde hace diez años se empieza a dar un reconocimiento a la diversidad agroalimentaria con diversas alternativas para promover la cocina costarricense. Hay una gran efervescencia, un diálogo, un encuentro entre la academia y los ministerios del Estado en una suma de esfuerzos para poder consolidar un Plan Nacional de Gastronomía Sostenible y Saludable.

Actualmente nos encontramos en una polémica por el plato nacional... el gallopinto, ¿es un plato costarricense? ¿pero es no es un plato de Nicaragua? Empezamos a ver que hay un vacío importante para nacionales y turistas, que hay una limitación en el reconocimiento de los recursos alimentarios que están en riesgo de pérdida porque casi no se usan. Y las universidades están preocupadas. En Costa Rica, en las aulas, todo lo que es monte comestible se enseña como si fueran malas hierbas, y cómo combatirlas.

Uno de nuestros platos típicos es el picadillo: de lo que hay se pica todo y se acompaña con tortilla. Hay picadillos para la diaria y los hay festivos. Pero suele haber una satanización de la comida tradicional por parte de los nutricionistas (yo soy nutricionista) y también hay un cambio de paradigma.

¿Qué nos mueve en Costa Rica para apostar por un Plan Nacional de Gastronomía? Tenemos



---

*"De a poco comienzan a aparecer iniciativas en agricultura familiar y reducción de desperdicios de alimentos."*

una cocina muy variada, hay muchos microclimas, una alta producción de alimentos y una gran posibilidad de obtener alimentos por recolección. Además, es uno de los elementos de disfrute.

Existe gran variedad que demuestra nuestra multiculturalidad. La cocina costarricense no ocurre como hecho aislado. Somos un puente influenciado por el norte y el sur del continente. Pero encontramos que los monocultivos han impactado en la recolección de alimentos silvestres. Debemos rescatarlos y valorarlos no por la riqueza de sabores sino porque tienen mucho que aportar en nutrientes. Cada vez hay menos consumo de estos alimentos. Tal vez por eso también ocupamos los primeros lugares en obesidad y cáncer gástrico. De a poco comienzan a aparecer iniciativas en agricultura familiar y reducción de desperdicios de alimentos. Tenemos 79 ferias con 7500 productores y casi un millón de consumidores llegan a estos mercados: estamos desarrollando estrategias para que los productores aprecien estos productos y puedan venderlos. Y ver además la posibilidad de promover productos locales en los comedores escolares, lo cual significa todo un reto por las barreras administrativas.

No podemos abordar este tema desde cada disciplina por separado, yo tengo una mirada como nutricionista, pero requiere un encuentro de saberes. Necesitamos una lectura más integral. La innovación curricular es imprescindible. Y cierro con esto: "La comida sabe a nuestra tierra y a nuestra gente, la comida sabe a calor de pueblo". Nosotros, los que estamos acá, no solo tenemos la pasión sino también el compromiso, y somos defensores y promotores de la alimentación como un derecho humano.

*\*Profesora Catedrática de la Universidad de Costa Rica.*

## **Sobre la Cátedra de Identidad Territorial y Alimentos**

Por Hugo Cetrángolo\*

Voy a contarles el estado en el que se encuentra la cátedra UNESCO que se llama Identidad Territorial y Alimentos, que estamos desarrollando con la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires junto con una red de instituciones de otros países.

Hace muchos años que trabajamos estos temas. En 1993, nuestra primera experiencia en el marco institucional fue con la protección de la carne ovina patagónica, con el objetivo de valorizar y proteger la propiedad intelectual de un producto asociado a un territorio.

Si el producto no se protege existe la posibilidad de que en otros lugares se desarrollen productos parecidos y este beneficio se pierda. Hay muchos ejemplos exitosos desarrollados por pequeños productores y cooperativas de zonas alejadas que logran llegar al mercado.

Lo más importante es que los productores se desarrollen como personas, aumenten su autoestima y estén orgullosos de ser productores en una actividad reconocida por la sociedad. Eso hace que en lugar de migrar a las ciudades se queden orgullosamente en el territorio con sus productos.

El estado de situación de la cátedra es bastante complejo por temas de burocracia. Ha superado las exigencias de la UBA y del Ministerio de Educación y esperamos que en 2018 sea aprobada por la UNESCO.

La red de la cátedra está com-



---

*Cordero patagónico de exportación.*

puesta por universidades de Italia, de España y de México. Y con quienes tenemos mayor afinidad temática es con la Universidad San Martín de Porres de Perú que ha desarrollado un trabajo excelente. Sorprende la producción científica que tienen sobre temas alimentarios y de identidad territorial, la vastedad de esta producción, la profundidad y el interés.

Se viene haciendo un gran trabajo. En el caso de la Argentina estaban los productos, pero no estaban valorizados. Los que no somos del lugar, sino que somos urbanos, no solo no los conocíamos, no teníamos tampoco la oportunidad de conocerlos porque en los lugares del interior preferían ofrecernos productos de cocina internacional en vez de cocina local.

Desde hace algunos años, estamos haciendo cursos de grado en la Facultad de Agronomía de la UBA sobre Alimentos con Identidad Territorial, y tienen mucha convocatoria; tratándose de una materia optativa, tiene tantos alumnos como los que tiene la cátedra de Agronegocios. Eso demuestra el interés de los estudiantes por este tema.

Tenemos un desafío para desarrollar cursos de posgrado y organizar seminarios. Además estamos haciendo investigación en distintos niveles. Por un lado, los alumnos hacen estudios de caso muy profundos sobre distintos alimentos que implican tesis de grado. Y tenemos alguna publicación que ya hemos hecho con estudios de caso de alimentos con identidad territorial, editado en 2016.

Y con la Universidad San Martín de Porres estamos realizando un trabajo de investigación internacional sobre el Camino Real, al cual se suma Raúl Motta. Lo que pretendemos es utilizar el Camino Real como eje de transferencia no solo de alimentos sino también de la cultura y las tradiciones. Como con el camino de la seda por donde transitaba la civilización occidental, en uno y otro sentido. Hemos tomado esta idea, y vamos a ir desde el Alto Perú al Virreinato del Río de la Plata; también vamos a trabajar con los caminos incaicos y preincaicos anteriores a la llegada del español. Y lo estamos haciendo llegando hasta la actualidad y en dos países como Perú y Argentina que tienen un vínculo cada vez más cercano. Para ponerle una nota diferencial: el camino no es solo físico y geográfico, ahora también incluye el tránsito de los aviones e Internet, todas aquellas cosas que permiten que transiten productos, pero también ideas, cultura y tradiciones.

*\*Titular de la Cátedra de Sistemas Alimentarios de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.*

## **La cosmovisión andina de gratitud**

Por Juan Carlos Paredes Izquierdo\*

La realidad es que siempre estamos recibiendo cosas. Hay que tener gratitud y un reconocimiento por todo lo que estamos recibiendo. Partir de una visión del mundo con gratitud es muy importante. La forma por cómo hemos venido llevando las cosas nos está llevando a la destrucción. Necesitamos encontrar otras formas. No hay que inventar nada, esas formas ya existen, solo necesitamos integrarlas. Para entender las cocinas regionales necesitamos entender primero estas cosmovisiones y esas maneras de ver el mundo, no mirarlas desde afuera, sino integrarnos a ellas.

En el mundo andino hay muchas formas de gratitud, son formas que necesitamos conocer y hacerlas nuestras: es una entrada a una cosmovisión que nos puede ayudar a salvar este planeta que estamos llevando a la destrucción.

En el mundo andino, la presencia de la mujer tiene un valor muy distinto al que estamos acostumbrados en la cultura de Occidente. Es fundamental no solo por ser generadora de vida sino por su capacidad de mantenerla por medio de la alimentación. Esto le otorgaba un poder político muy fuerte. No se trata de hacer una nueva lectura de la evidencia arqueológica existente. La mujer era la cabeza del poder político.

En el libro *La Cocina Peruana: Análisis Semántico del Léxico de la Cocina en Lengua Quechua* de Julio Calvo Pérez (Universitat de València, 2005) se ve este tema, sus significados y símbolos. También hay un trabajo de agricultura familiar donde se mencionan las cuencas culturales en función al uso del agua y asociado al desarrollo de las culturas.

Escuche que la gente no come lo que no conoce. Necesitamos hacer un trabajo para que la gente conozca las cosas, pero no el plato sino todo lo que hay detrás, esa forma de ver el mundo y toda esa cultura. Necesitamos orientar nuestro trabajo hacia allí. Aprender y transmitirlo.

Quiero detenerme en las perspectivas transdisciplinarias: hay libros de cocinas regionales, libros de la chicha, que es la sangre de la cultura peruana. Estos temas se tocan en los dos tomos de las

Picanterías y Chicherías del Perú, y en el trabajo de Franco Vargas sobre la oliva y su significado histórico como objeto patrimonial.

Escuché también sobre la ausencia de cocinas autóctonas en la Argentina, sobre la historia de los conquistadores que se comieron los caballos... Hay un trabajo pendiente sobre estas poblaciones nómadas. Algunos de esos conocimientos tienen que estar vivos en alguna parte. En América, hace 14.000 años, había un conjunto de conocimientos sobre los recursos en estos territorios, son importantísimos y se pueden rescatar. En Perú no es fácil encontrar restos de alimentos en la Sierra, pero en la Costa sí. Y donde no se ha podido encontrar se ha recurrido a otras disciplinas para acceder a esa información que es tan importante.

No es que quiera decirles a los argentinos lo que tienen que hacer, sino que también es una auto-crítica. Por ejemplo en el Perú tenemos un peso tan grande de la cultura andina que nos impide ver el aporte de otras culturas, como el aporte de la amazonia que recién se está investigando y sacando a la luz.

Un caso concreto es el libro *La mesa amazónica peruana*, de Rafael Cartay (2016) que es un diccionario de cocina amazónica. Se trata de un reto y un compromiso recuperar toda esa información y esos saberes. Solo en la amazonía hay 43 familias lingüísticas, imaginense la cantidad de riqueza que hay ahí.

Como comentó Aurora Cayo sobre las mujeres que tenían guardadas en latitas muchas semillas, ellas habían conservado plantas que parecían desaparecidas, y eso lo he visto en una investigación que ha hecho Cristina Gutiérrez, titulada Lambayeque, algodón nativo y artesanía textil. Este algodón se quiso erradicar por completo porque no tenía el tamaño de la fibra para procesos industriales y además decían que traía plagas; hicieron de todo para tratar de eliminarlo, pero algunas mujeres, en sus chacritas, conservaron esas plantas y gracias a ellas tenemos ese gran recurso y esa variedad genética única de algodón que además tiene un color propio y natural.

Tenemos trabajos publicados sobre las especies animales que se domesticaron en el país, sobre maíces, sobre la quinoa y los recursos hidrobiológicos. Son trabajos en los que participaron arqueólogos, biólogos, antropólogos, ingenieros y comunicadores para tratar de abarcar toda esa información.

Me voy de la Argentina con una visión renovada sobre las cocinas regionales y su destino trascendente que contribuye no solo a nuestro bienestar y el de nuestras regiones sino el de toda la humanidad.

*\*Director del Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad San Martín de Porres de Perú.*

# CAPÍTULO 7

El turismo como agente dinamizador del proceso de valorización de los alimentos y las cocinas regionales. El caso argentino.

Florencia Grossi | Mariángeles Samamé | Gonzalo Robredo | Modera: Horacio Reppucci





## EL TURISMO COMO AGENTE DINAMIZADOR DEL PROCESO DE VALORIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y LAS COCINAS REGIONALES. EL CASO ARGENTINO

FLORENCIA GROSSI | MARIÁngeLES SAMAMÉ | GONZALO ROBREDO | MODERA: HORACIO REPPUCCI

---

### La oportunidad de empoderarnos

Por Florencia Grossi\*

La gastronomía es un elemento importante al momento de generar valor en una propuesta turística. Desde el Ministerio de Turismo buscamos amplificar la mirada y sumar iniciativas individuales bajo un paraguas más grande, dentro del triángulo cocina-producto-territorio.

Desde el Área de Promoción estamos trabajando con los festivales y las fiestas gastronómicas de todo el país, eventos que brindan la oportunidad de rescatar el producto identitario del lugar y lograr poner en un mismo lugar distintos factores: productores, rutas gastronómicas, cocineros.

Lo que estamos tratando de hacer es generar una matriz de análisis con la cual se establezcan los lineamientos de estos eventos para que estén enmarcados dentro de CocinAR. Tienen que tener aspecto identitario local, presencia de alimentos y platos tradicionales, productores y consumidores, que se fomente y se ponga en valor. Del análisis detectamos 66 eventos vinculados a nuestro programa y lo que estamos trabajando es poder darle visibilidad, que se conozcan, que el turismo interno pueda tomar una decisión de viaje, de escapada o de vacaciones. Por eso trabajamos con toda la cadena de valor vinculada a la gastronomía, sus actores y las rutas gastronómicas. Y con todos los restaurantes que queden bajo el Sello CocinAR.

También quiero contarles sobre el Instituto de Promoción Turística (Improtur) que se ocupa de la promoción de la Argentina en el exterior. Participamos en una mesa de promoción digital y nuestra iniciativa fue poder implementar una estrategia de marketing y comunicación digital, enfocados en 17 países relevantes para la Argentina. Para poder comenzar ordenamos toda la oferta turística de la Argentina en 8 productos: algunos de ellos son gastronomía, nieve, naturaleza,

noche, arte; y lo que mejor funciona transversalmente es la gastronomía. Como primera medida se implementó separar gastronomía de vino. Los resultados son excelentes, funcionó en todos los países y lo que es más importante, dentro de las búsquedas orgánicas en Internet del usuario sin motivación publicitaria, la mayor cantidad de palabras asociadas a la Argentina tienen que ver con la gastronomía, el asado, el dulce de leche, las empanadas, el vino y sus distintas cepas.

Lo que quiero transmitir es la oportunidad que tenemos como país de trabajar en gastronomía y turismo gastronómico, y de empoderarnos para lograr buenos resultados en el corto plazo.

*\*Directora Nacional de Promoción del Ministerio de Turismo de la Nación.*



---

*La empanada, hecha con masa generalmente a base de harina, puede estar rellena con ingredientes tanto salados como dulces. En varios países de habla hispana son un plato tradicional en sus menús.*

## Los itinerarios del Plan CocinAR

Por Mariángeles Samamé\*

Vamos hablar de CocinAR, un plan estratégico de turismo gastronómico para captar turistas impulsado por el Ministerio de Turismo, que suma los aportes de los Ministerios de Cultura, de Agroindustria y de Educación, del INTA y de otras instituciones.

Si bien el objetivo es el desarrollo del producto turístico, entendemos que tiene que plantearse desde una mirada integral. Y si hay un producto turístico que se pueda desarrollar a lo largo y ancho del país, es la cocina, y lo estamos haciendo siempre acompañados del sector privado con la Cámara de Turismo.

Entendemos que los beneficios que trae el turismo vinculado con la gastronomía son múltiples: promovemos rutas, como la de la Centolla, en puerto Almanza, Tierra del Fuego, vinculando a los pescadores con productores de fruta fina. Lo hacemos apuntando a turistas que tengan la necesidad de conocer la cultura local a través de la cocina, porque son los turistas quienes se convierten en embajadores gastronómicos del destino que visitan. Vivir algo tan fuerte se convierte en algo para contar.

Pensamos el Plan CocinAR con un enfoque multidisciplinario. Empezamos con los Foros CocinAR recorriendo todas las provincias con un equipo conformado por profesionales de distintas disciplinas, con actores locales, cocineros, investigadores, productores.

Con el diagnóstico vimos que algunas situaciones se repetían aun cuando cada una conservaba su especificidad. Con esto estamos haciendo un mapa de sabores y recetas de cada provincia que conforman la cocina argentina. Y luego determinamos 4 ejes para resumir los problemas que detectamos: esos cuellos de botella que hay que resolver para seguir avanzando en un plan de turismo gastronómico: 1.-Cultura y Educación. 2.-Experiencia Turística. 3.-Entorno y Logística; y 4.-Producción y Transformación.

La posible solución que nos planteamos es impulsar a la gastronomía argentina como experiencia intercultural vinculada al territorio. Vamos a trabajar en un sello de calidad para restaurantes que promueva y dinamice toda la cadena de valor. Entre los requisitos del Sello Cocinar hay un fuerte

componente de contar con alimentos que sean reflejo de las materias primas locales, que reflejen la cultura local, edilicia, la música, el diseño y la ambientación. Que el contacto del restaurante con el productor local sea ineludible. También vemos que los alimentos identitarios escasean en las poblaciones donde se originan: no están presentes en escuelas, en restaurantes ni en hoteles.

Las próximas instancias de CocinAR no serán foros sino instancias de respuestas. Por ejemplo, promover el asociativismo: la idea es incorporar a los productores a las ofertas de turismo gastronómico. Y sellar un acuerdo con el Ministerio de Agroindustria para incorporar las rutas alimentarias, como la ruta del vino o de la yerba mate.

Vamos a trabajar también en la valoración cultural: en los foros no se habló del tema de las cocineras locales ni de la cocina de los pueblos originarios. Nadie propone estas temáticas, por eso pretendemos abordar el tema y que cada provincia cuente con un registro de cocineras tradicionales. La idea es incorporar estos temas a las escuelas de gastronomía y que den clase sus protagonistas. Por eso estamos trabajando junto al Ministerio de Educación en revisar los contenidos académicos. Que las escuelas puedan aportar un contenido específico como reflejo de su zona y que lo que se enseña tenga que ver con el entorno.

*\*Directora de Desarrollo de Productos Turísticos de la Nación.*



---

*Pescador artesanal de centolla.  
Tierra del Fuego, Argentina.*

## La experiencia única

Por Gonzalo Robredo\*

En los últimos años el turismo más que se duplicó a nivel mundial y va a seguir creciendo. La propensión a viajar es creciente, en una pendiente cada vez más empinada. Esto es consecuencia de la globalización que ahora empezamos a vivir en cosas concretas y el turismo claramente es una de ellas. Pero esto además implica un cambio radical en el paradigma del viajero con respecto a lo que gran parte de nosotros hemos vivido hace 30 años. Hemos pasado a una experiencia distinta en el perfil del nuevo viajero y en poco tiempo hubo un cambio monstruoso: el turista ha cambiado y busca lo único, *uniqueness* como dicen los sajones; lo genuino, lo local, lo auténtico, busca una experiencia excitante que valga la pena. Lo que busca el viajero es lo propio, lo esencial, nuestra identidad. No tenemos que disfrazarnos más para el viajero, tenemos que ser nosotros mismos, y aunque parezca absurdo, cuesta muchísimo: cuando viajo por el país buscando un arrope, una centolla, algo específico, me ofrecen milanesa con papas fritas, una pasta o un bife. Entonces, la gastronomía es algo que está ahí, que todos experimentamos al menos tres veces por día. Esto que parece una verdad de perogrullo es la mejor de las noticias para todos aquellos que amamos la gastronomía y para todos aquellos que tenemos que mostrar quiénes somos. La gastronomía es la expresión cultural más importante de cualquier pueblo, es arte, aquello que toma un producto y mediante un concepto y una técnica lo transforma para que con una presentación llegue al plato; es una manifestación del arte entendida como el arte occidental o arte popular, con lo cual lo que tenemos es el activo más importante de cualquier pueblo, es el producto y es su producto.

Esto que parece tan obvio no lo es tanto y hay mucho por hacer en toda Latinoamérica y en la Argentina ni que hablar. Latinoamérica es andina pero Buenos Aires y San Pablo no lo son, vivimos realidades distintas. Hay tres grandes chefs de Latinoamérica como Alex Atala, Virgilio Martínez y Rodolfo Guzmán que abrevan en la cocina de los pueblos originarios. Alex se metió en el Amazonas no solamente a buscar productos sino de la mano de comunidades recolectoras, cazadoras. Si ustedes me preguntan qué recuerdo de San Pablo, recuerdo las hormigas del restaurante de Alex con ese sabor cítrico increíble. Virgilio Martínez está apoyándose en una cultura milenaria viva, con un menú de las alturas, con productos y técnicas extraordinarias. Rodolfo Guzmán va

con los mapuches y participa de sus rituales y así tiene en su restaurante una riqueza de algas y hongos increíbles.

La gastronomía es lo primero que busca aquél que quiere una experiencia de intercambio cultural en el turismo urbano o una experiencia de conexión con la naturaleza, o turismo no urbano. Tenemos el increíble lujo de vivir en una región en donde la diversidad es extraordinaria por eso celebro muchísimo el proyecto CocinAR. La gastronomía es la puerta de entrada y de conexión con lo local, y por supuesto estamos de ese lado entre la Nación y la Ciudad de Buenos Aires trabajando juntos. También celebro la visión del ministro Santos que por supuesto comparto. CocinAR va a traer un mapa de productos de todo el país que hoy increíblemente no tenemos. Y el gran desafío de la Ciudad de Buenos Aires para la cual trabajo son dos cosas. Primero, encontrar un producto icónico, y además, promover la enorme diversidad de expresiones culturales que tiene Buenos Aires a través de la gastronomía criolla, la gastronomía inmigrante. No tenemos más de 140 años, cuando lo criollo y lo inmigrante se mezclan en Buenos Aires y generan lo que hoy es nuestra cultura extraordinaria y diversa. Tenemos la suerte de que cada vez Buenos Aires es menos Europa y más Latinoamérica, y cada vez tenemos una expresión y una diversidad mayor. Estamos incorporando lo mejor de la cocina peruana, colombiana, chilena y ojalá sigamos haciéndolo con todas las regiones.

*\*Director General del Ente de Turismo.*

## CONVERSATORIO

### **¿La gastronomía potencia el turismo o es al revés?**

Para que el turismo pueda potenciar la gastronomía es importante trabajar en conjunto. Que haya una política de estado que ordene la oferta, el turismo dinamiza la gastronomía y pone en valor todo lo referente a la cocina tradicional y local, permite que los turistas puedan conocerla y apropiarse y sentirse identificados. Hay una oportunidad muy grande de lograr los flujos regionales más allá de las grandes ciudades. Florencia Grossi.

### **¿Cómo impacta la gastronomía en la toma de decisiones para elegir un destino?**

Hace diez años, solo el 20 por ciento de las personas nombraba a la gastronomía como factor decisivo para visitarnos; ahora es un 40 por ciento, es decir se duplicó. La gastronomía es la puerta de entrada más rápida para entender la cultura que visitás. Gonzalo Robledo.

### **¿Es posible una estrategia de la gastronomía como atractivo turístico a nivel región de las amé-ricas?**

A lo largo de este Foro nos queda más claro todavía. Tenemos que ver la manera de complementarnos, pero sí hay una oportunidad muy grande desde el lado de la promoción para llegar a mercados lejanos que vienen y recorren Sudamérica por 20 días, y recorren uno o dos días por país, hay que aprovechar esa oportunidad. Florencia Grossi.

### **¿Puede el turismo dinamizar el crecimiento de las economías regionales?**

Impacta en localidades chiquitas: cuando llega un turista la persona que produce dulces tradicionales vende más dulce y compra más frutas, más azúcar y se dinamiza toda la cadena de valor. El turismo es el vector que une el consumo con el producto, y una vidriera con la cual los turistas tienen acceso de manera más directa con el producto. Mariángeles Samamé.

### **¿El turismo gastronómico es solo un proyecto para el mercado externo?**

No, los números indican que el turismo interno en la Argentina es el que sostiene toda la actividad del país y además, en la medida en que nosotros consumamos nuestros productos, nos sintamos identificados con ellos, nos apropiemos y seamos los primeros promotores de esos productos, vamos a poder vendernos mejor y ser un mejor proyecto para el exterior. Florencia Grossi.

## CAPÍTULO 8

¿Qué comunicación necesitamos para promover los alimentos y las cocinas regionales?

Elio Vélez Marquina | María de Michelis | Valentín Grimaldi | Ximena Sáenz | Jorge D'Agostini |

Sabrina Cuculiansky | Adriana Santagati | Modera: Máximo Bontempo





## ¿QUÉ COMUNICACIÓN NECESITAMOS PARA PROMOVER LOS ALIMENTOS Y LAS COCINAS REGIONALES?

ELIO VÉLEZ MARQUINA | MARÍA DE MICHELIS | VALENTÍN GRIMALDI | XIMENA SÁENZ | JORGE D'AGOSTINI | SABRINA CUCULIANSKY | ADRIANA SANTAGATI | MODERA: MÁXIMO BONTEMPO

---

### **Gazophilatium Regium Perubicum**

Por Elio Vélez Marquina\*

Vengo de la cantera de las humanidades, pero siempre quise ser cocinero y solo he podido vincularme con el oficio de la cocina ejerciendo mi carrera profesional como editor de una revista que me sirvió para hacer las preguntas indicadas y entender por qué las cocinas en América, habiendo sido nutridas por un patrimonio cultural milenario, no se lucían de la manera adecuada.

Como director de una revista de gastronomía de Lima me di cuenta de que no existía una articulación favorable entre la investigación y los medios de comunicación, y lo que necesitamos es eso: una articulación entre investigación y medios.

Los alimentos y las cocinas regionales son la expresión de la multiculturalidad que conforman las naciones. Y en esa medida nosotros tenemos que asumir un discurso propio respecto de las tendencias que se originan por ejemplo en Europa. Hay una doble dimensión, histórica y geopolítica, las humanidades y las ciencias sociales tienen mucho que aportar. Demanda una sensibilidad fina para expresar su idiosincrasia, y mayor estudio e investigación para comunicar su presencia desde la historia, como comentamos ahora que es muy difícil comunicar productos con tanta trayectoria, como el caso del alfajor, es argentino pero está en Perú, entonces, ¿es limeño? Hay que conocer la historia porque nos da una dimensión exacta de su peso. Está clarísimo que la multiculturalidad requiere una mirada transdisciplinaria. Las regiones merecen una mirada desde el pensamiento complejo. Su idiosincrasia debe asumirse desde la historia. Su carácter diacrónico, de capas históricas, la historicidad de estos productos. América Latina fue un espacio hegemónico desde el siglo XVI hasta el inicio del siglo XVIII, no tenemos conciencia de esto: Buenos Aires,

Lima y Potosí fueron ciudades muy importantes. ¿Cuántas personas saben que ya se encontró el diario más antiguo de Latinoamérica? Se llamaba Noticias sobresalientes de Lima, empieza a publicarse en 1700 y termina en 1711, y muestra el empuje económico y político que tenían los virreinos de la época.

Las humanidades no le han prestado la debida importancia a la cocina, ¿para qué?, siempre hay cosas más importantes que investigar. Por ejemplo, algo que tenemos que tener en cuenta cuando decía que había que mostrar mayor sensibilidad es preguntarnos por los nombres, hablamos de cocina regional, local, tradicional... tenemos que tener mucho cuidado con los términos que empleamos. Escucho más la palabra gastronomía que cocina, la palabra cocina es más inclusiva, la gastronomía es una disciplina muy posterior, incluso podríamos hablar de gastrosofía, una disciplina del siglo XVIII.

El concepto de región que estamos manejando ya estaba instalado en el siglo XVII. Y puede verse claramente en *Gazophilatium Regium Perubicum*, escrito por Gaspar de Escalona Agüero, publicado en 1647 en Madrid, España. Pocas personas conocen este tratado, es un manual de administración virreinal que escribe un supuesto limeño, en realidad creemos que nació en Buenos Aires, pero no tenemos la certeza. Publicó este libro en latín, para leer esto hay que saber latín y quechua colonial y ahí está el problema. La traducción sería *El tesoro oculto de los reinos del Perú* y lo que quiero mostrar es una imagen de Felipe IV entronizado sobre lo que parece un trono que es en realidad el cerro de Potosí. La iconografía es maravillosa, están los dioses Seres, Marte y Mercurio, miremos los reinos, que son las regiones, como Buenos Aires, y cada reino es un Inca. ¿Por qué les muestro esto? Porque la palabra "región" no significaba antes ni hoy tampoco solo un espacio territorial. Región en la etimología latina es dirección, porque hay un centro al que apuntan los distintos espacios.

Para finalizar, es necesario crear una red latinoamericana de investigadores de alimentos y cocinas regionales como mencionó la doctora Gloria López Morales. Pienso que es mejor decir Red de las Américas para incluir a los Estados Unidos donde la presencia hispana, panamericana o latinoamericana es patente.

Venía también a darles una buena noticia: el padre Johan Leuridan Huys, que es decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de San Martín de Porres, me pidió que les comunicara la

intención de la universidad para crear esta red. Concretamente, empezando con un directorio con todos los investigadores de América Latina debidamente enunciados con tópicos y publicaciones. No le vamos a poner de título Gazophilatium Regium Perubicum sino un título que se entienda y que al fin dialoguemos, que de eso se trata.

*\*Filólogo e Investigador de la Universidad San Martín de Porres.*

## Una gramática comestible

Por María De Michelis\*

Quiero plantear algunas problemáticas que son cruciales en nuestra tarea de periodistas gastronómicos. La Argentina tiene una extensión enorme y una biodiversidad increíble, pero también un centralismo que está inscripto en nuestra historia. Todo pasa por Buenos Aires, la capital cosmopolita. Lo cierto es que desconocemos nuestros productos y nuestras cocinas. Y si no las conocemos, ¿cómo vamos a poder comunicarlas?

En segundo lugar quiero hablar de algo que me preocupa y de lo cual somos responsables los periodistas. Cierta banalización de la gastronomía entendida como la receta, el plato, y si es instagrameable mucho mejor, y desdibujamos la dimensión cultural de la cocina, pero también desdibujamos el rol del productor que originalmente es el protagonista de la cadena gastronómica.

Y por último quiero decir que estamos en etapa de grandes contradicciones. Hay un boom fenomenal de la gastronomía, se publican muchos libros, hay multiplicación de instagramers, bloggers, youtubers instalando este tema, pero en casa cada vez cocinamos menos. Y los espacios para los medios gastronómicos, sobre todos los gráficos, están en franca retirada. Entonces antes que nada, creo que es necesario cambiar de mirada y de paradigma, y para esto son impres-



---

*"Como periodistas tenemos la responsabilidad de reivindicar a la cocina como hecho social"*

cindibles las políticas públicas, sin eso no vamos a lograr nada. Hay iniciativas muy interesantes, como el Plan CocinAR con el que muchos productores y representantes de nuestras cocinas llegan a Buenos Aires, y los periodistas podemos acercarnos a ellas... pero también, me gusta la idea de ir a buscar las cocinas regionales donde nacieron. A su lugar de origen. En contexto. Con su terruño, su paisaje, su gente, su clima, sus costumbres, las ferias, los mercados, las celebraciones donde la comida y la bebida son fundamentales.

Por otra parte creo que como periodistas tenemos la responsabilidad de reivindicar a la cocina como hecho social, tantas cosas pasan alrededor de los alimentos, alrededor de una mesa, que la cocina inventa vínculos y encierra costumbres y normas. Hay algunos antropólogos que asocian estas normas con una suerte de gramática, porque así como las palabras se articulan en una oración, los alimentos se hilvanan y componen la cocina de los pueblos. Esto abona identidades e idiosincrasia, nos permite decir "nosotros comemos así". También quiero revisar nuestros discursos como periodistas gastronómicos que muchas veces es un tanto elitista y a veces está lleno de tecnicismos, es hermético. ¿A quién vamos a llegar de esta manera? No lo sé, probablemente a una elite, y punto. En ese sentido debemos humanizar nuestro discurso. Y tenemos que entender que hay vida más allá de nuestro ombligo y de nuestro mínimo territorio doméstico.

*\*Periodista especializada en gastronomía y autora del libro Cartas sobre la mesa.*

## La democratización digital

Por Valentín Grimaldi\*

Uno de los grandes problemas que tenemos para comunicar es una falta de responsabilidad muy grande con lo que estamos diciendo, y lo digo desde una plataforma que llega a más de 20 millones de personas. Esto es bueno y es malo. Hoy se descontracturó la cocina. Hoy cualquier persona, más allá de ser cocinero tiene la posibilidad de mostrar lo que come y cómo lo hace. Antes era un núcleo muy cerrado reducido a una élite y esto está bueno porque que nos da posibilidades de poder entrar en un mundo que es extraordinario. Pero, si no se es profesional y no se tiene el respeto por lo que se va a comunicar, también puede ser un problema. Estamos demonizando la alimentación con chicas feed que te dicen qué no hay que comer y un pibe como yo que te dice “metelete panceta a todo”. En la plataforma donde trabajo nunca vas a encontrar un ingrediente que no se pueda conseguir en un margen de 400 metros a la redonda. En la escuela no me enseñaron nada de cocina argentina más que los cinco platos tradicionales que todos conocemos, y tampoco sé la diferencia entre una empanada de ningún lado. Hay voces nuevas y más allá de que sean nuevas tienen ganas de ser respetuosos con lo que comunican. En lo digital está lo que viene en el futuro y lo que está pasando hoy acá es mágico: es el primer cambio que hay que hacer para empezar a comunicar las cosas como corresponden.

*\*Chef y director creativo de Tastemade.*

## Fenomenología de la empanada

Por Ximena Sáenz\*

Cuando hicimos un programa de cocina por televisión con otros compañeros llamado Cocineros Argentinos, empecé a viajar por el país y a conocer productos regionales que no conocía. Lo que me encontré viajando fue que no sabía nada de cocina regional. En Misiones me encontré con el reviro, el desayuno clásico, el desayuno campesino, hecho con harina, agua y grasa, que es un arenado, algo loco si no lo conocés, y que es riquísimo. En Cuyo me encontré con la chanfaina, que es un plato que hacen con todas las vísceras del chivito, con cebolla de verdeo, aceite de oliva y harina, y se emplea como la guarnición del chivo. Investigando me di cuenta que es un plato que viene de España, que en Cuyo es muy tradicional, un plato que yo nunca en la vida había escuchado nombrar. También conocí el tomaticán, ¿qué es eso? En mi familia no me habían enseñado nada de cocina regional pero lo más preocupante es que tampoco me habían enseñado nada en la escuela de gastronomía a la que yo había ido dos años a estudiar. El tomaticán es un guisado riquísimo de tomate que se hace durante la época de la vendimia, y se come con huevos y pan. También conocí el pastel de novia en Tucumán, que se hace para las bodas, con pollo, duraznos, pasas de uvas y merengue. ¿Una preparación dulce con pollo? Suena raro, pero en Tucumán todo el mundo la conoce. Yo... no la conocía. En Misiones me encontré también con unos carritos en la calle que venden el Chipá Mbocá, la masa del chipa envuelta en un palo que se va cocinando sobre las brasas y sale como un cubanito, es muy rica la masa y sobre todo su gustito ahumado. Me encontré con el Api en Jujuy, una bebida con maíz morado, y con el picante de panza y con un montón de recetas más que no conocía. Y yo había estudiado gastronomía y no es que no me había esforzado, pero de todo esto no aprendí nada. No aprendí las diferencias entre una empanada tucumana, una salteña, mendocina, cordobesa, si en Tucumán la hacen con matambre y le ponen un poco de papa, si en Mendoza más cebolla y orégano. No lo sabía. En la carrera de gastronomía nunca hice una empanada ni supe como se hacía la masa casera de empanadas. No sabía hacer un relleno y menos las diferencias de las empanadas entre las provincias argentinas.

Para armar esta disertación fui a buscar las materias que había estudiado en el Instituto de Gastronomía, al que amo y donde aprendí muchísimo. En el programa de estudios tuve cocina asiáti-

ca, italiana, francesa, pero no tuve cocina argentina, lo único que vimos fue el locro, y no recuerdo haberlo preparado. Aprendí a hacer sushi, pero no aprendí a hacer empanadas. Mi conclusión después de todos los viajes que hice es que la verdadera cocina argentina está dentro de las casas, y que como dentro de casa estamos en pijama, creemos que no podemos mostrar eso al mundo, y es todo lo contrario, es la cocina que tenemos que mostrar, la que nos hace diferentes.

Sería genial que las escuelas de cocina de cada provincia estuvieran comprometidas con su patrimonio gastronómico cultural como lo hace Magda Choque Vilca en Jujuy con su proyecto hermoso. También pienso que es fundamental incluir a la cocina regional argentina en la currícula de cualquier carrera de gastronomía en la Argentina. Y para que todo esto no se pierda hay que llegar a los jóvenes y hacerlo con un lenguaje cercano, accesible y amigable.

*\*Cocinera argentina.*



---

*Ximena Sáenz, y sus compañeros del programa "Cocineros Argentinos" en la muestra INTA Expone Cuyo. San Juan. Argentina.*

## ¿Es argentino el alfajor?

Por Jorge D'Agostini\*

El alfajor es uno de los alimentos que transmite identidad a nuestra gastronomía. Suele pasar inadvertido a pesar de que se comen 6 millones de alfajores por día y termina siendo un souvenir de lo más importante en las cocinas regionales. El “llevar alfajores” es un vínculo de nuestra cultura que involucra a pequeños productores. Hay algo que es mágico: se siguen abriendo marcas de alfajores en todo el país y en el exterior, desde pequeños productores de El Chaltén hasta Sydney en Australia, donde han ganado premios, o en Ecuador. Esta vinculación con el turismo incluso internacional lo hace un embajador de nuestra gastronomía.

Sin dudas podemos hablar también de una ruta del alfajor por la diversidad de recetas. Si bien no está en el territorio desde el punto de vista institucional, es un producto que cuando lo investigué aparece en los recetarios más antiguos y al cabo de los años aparecen preparaciones distintas: hay alfajores hechos de chuño, de harina de papa, rellenos con turrón, con arropes, hay cantidad y diversidad que se siguen produciendo.

Y hablando de la comunicación lo que quiero transmitir es que cuando tuve la oportunidad de hablar en forma directa con mucha gente, noté una falta de valor por lo nuestro; lo escucho mucho cuando hablo con la gente, dudan si el alfajor es nuestro o no, si es árabe o no. Considero importante empezar a catalogar distintos productos y ponerlos en su sitio y que la gente esté más segura de que estos productos nos pertenecen. Hay que informar que las cocinas no son procesos estáticos sino más bien de intercambio y que los productos pueden mutar como es el caso del alfajor que vino traído por los españoles, que lo habían heredado de los árabes entre los años 700 y 1400. Y que ese mazapán que llegó acá se transformó totalmente: en España no se usa dulce de leche. También se modificó a través de la mano de los vendedores ambulantes de origen africano, y de los inmigrantes árabes que son una cultura que nos influenció muchísimo.

Desde el punto de vista de la comunicación entiendo que es una gran oportunidad este momento, y creo que ocupar un metro cuadrado en esos eventos de hamburguesas y asados es muy importante. Sería muy bueno que en ese metro cuadrado la gente se acerque y que conozca las

denominaciones de origen de los alfajores que probablemente no las conocemos a todas, ni a los productos que han sido declarados como patrimonio. Somos un país que necesita que trabajemos en mejorar estos aspectos, somos reconocidos como productores de carne vacuna pero no tenemos una denominación de origen de esta carne, que sería muy bienvenida en Europa donde valoran y consumen mucho estas denominaciones que ellos mismos han impuesto.

Para terminar, quiero decirles que hay un régimen de promoción cultural que se llama mecenazgo pero que no incluye a la cultura de la alimentación. Sí pone en su elenco la parte de patrimonio cultural, y probablemente si uno se presenta podría conseguir fondos para hacer actividades de este tipo que hablan siempre de comunicar nuestra cocina y nuestra cultura. Tiene una dificultad y es que no permite que el proyecto sea con fines de lucro y a veces uno intenta hacer algo como un libro y recibir un rédito para poder seguir trabajando, así que el mecenazgo podría ser revisado para incorporar emprendedores, cocineros o gente como yo que simplemente tuvo el impulso de investigar este producto.

Lo último que quiero decir es que sepamos que hay una biblioteca de patrimonio gastronómico que es desconocida, que funciona en el antiguo Museo Munich, que es un lugar emblemático: el primer polo gastronómico que hubo frente al río con espacio verdes y que es una zona que tendríamos que recuperar y podría ser un eje para distintas investigaciones. Hice uso de esta biblioteca que fue abierta con mucha visión para proyectos culturales y me parece importante valorizarla.

*\*Creador de El living y autor del libro Alfajor Argentino.*



---

*Alfajores de maicena.*

## Contemos historias

Por Sabrina Cuculianski\*

Voy a contarles mi experiencia en los medios entre ciertas condiciones de producción y ciertas de reconocimiento, entre producto y consumidor, entre productor y lector. En 1999 comencé a cubrir gastronomía para el diario La Nación, en esa época se publicaban recetas y críticas gastronómicas. De golpe aparece la cocina fusión con cocineros que se forman afuera, y el vino empieza a crecer, y el nicho de la pastilla empieza a copar más centímetros dentro del diario. En ese momento la pregunta era cómo podíamos atrapar el interés del lector. El primer desafío comenzó con el vino, las contraetiquetas y los descriptores: me aburría eso, no podía llegar al lector a través de contar notas de cata, entonces empecé a contar las historias detrás de la botella, quién era el productor, cómo era la zona, por qué lo hacía de tal manera. Hoy con las redes y los cocineros subiendo las fotos de sus platos, tenemos que contar la historia de ese producto o productor, para quien escucha o lee y no tenga la posibilidad de probarlo yendo al restaurante pueda entender también de dónde viene. Así fue como empecé a contar las historias. La productora de porotos pallares que recolecta a mano en Salta o la familia de productores de miel en Misiones, son lugares donde el lector se engancha con el producto a través de las historias de cocinas regionales. Al revelar sus historias y contar su cotidianidad podemos lograr que el producto pueda vender y que el productor quedarse donde está, vendiendo a un precio justo, manteniendo su oficio y estando orgulloso de lo que hace.

*\*Editora del diario La Nación, Argentina.*

## Las audiencias de las cocinas regionales

Por Adriana Santagati\*

Si vamos a hablar de cómo lograr una comunicación efectiva de las cocinas regionales, así como de cualquier comunicación efectiva que quisiéramos lograr, tenemos que mirar un poco quien es el receptor de nuestro mensaje. Y sobre eso quiero poner brevemente el foco yo ahora, sobre las audiencias.

Los medios de comunicación contamos ahora con una ventaja incalculable para hacer nuestro trabajo respecto a lo que sucedía, digamos, como mucho hace unos 10 años. Antes creíamos saber, o mejor dicho muchas veces suponíamos, qué es lo que les interesaba a nuestros lectores. Teníamos una especie de perfil de audiencia al que suponíamos que le interesaban determinados temas, y hacía allí íbamos. Ahora contamos con herramientas tecnológicas que te permiten saber en tiempo real qué le interesa a nuestro público, y qué consume.

En los grandes medios ya existen hoy departamentos de estadísticas que se dedican a monitorear este consumo. Hay varias herramientas específicas y precisas, pero yo quiero contarles de una que cualquiera de nosotros puede consultar, y que es muy útil para analizar en general tendencias, y que es Google Trends. Esta herramienta, que forma parte del paquete de recursos gratuitos de Google, te permite seleccionar distintas palabras de búsqueda y ver



*Crudo de ñandú del chef Germán Martitegui. Argentina.*

cómo se comportan esas búsquedas en el buscador, o, mejor dicho, ver cómo la gente busca esas palabras en el buscador.

Lo primero con lo que nos encontramos es que la cocina genera un alto interés, y que ese interés se mantiene de manera constante en el tiempo. Por ejemplo, si comparamos con la búsqueda de la palabra eclipse, veremos que eclipse se disparó en el último mes, mientras que los términos de búsqueda relacionados con la cocina generan un interés constante. Esto nos da una confirmación de algo que no era difícil de intuir, por lo que vemos todo el tiempo en las redes sociales: de la cocina se habla, la cocina genera interés, nos gusta saber, aprender y mostrar. El que nos gusta aprender lo vemos también por cómo la búsqueda de “recetas de cocina” se mantiene también constante.

Pero hablando particularmente de las cocinas regionales, que es el tema de nuestra charla de hoy, se verifica lo mismo. Con menos participación, hay de todas maneras un interés. La búsqueda de cocina argentina se mantiene constante, y podemos ver que incluso supera a la de cocina peruana. No así cuando cambiamos el término cocina por gastronomía, donde hay más búsqueda relacionada con Perú.

Les cuento para que vean cómo esto puede ser utilizado para difundir mejor una información, que los medios cada vez más utilizamos estos datos (que se engloban dentro de lo que se llama SEO, Search Engine Optimization) para titular nuestras notas, y que eso haga que estén mejor posicionadas en los motores de búsqueda en Internet y tengan una mayor lectura. Es un dato importante al tener en cuenta a la hora de publicar una información en la web, sea en el formato que sea.

A la gente, lo confirmamos, le interesan estos temas. Ahora, ¿cómo aprovechar ese interés? Aquí ya les hablo desde mi experiencia más personal, de lo que yo veo a diario en el diario. Sabemos que hay cosas que funcionan, y funcionan siempre. Me refiero a la receta de cocina. Para el 25 de mayo, por ejemplo, se disparan las búsquedas relacionadas con el locro. Pero tenemos que dar un paso más, y no quedarnos sólo en la receta del locro que el lector va a buscar, aprovechar ese gancho para sumarle algo que él no estaba buscando. Creo que como comunicadores nuestra obligación está en dar ese paso más. Hay productos de nuestra tierra que para muchos de los que vivimos en las ciudades son exóticos. Nosotros podemos contribuir a su difusión y a la difusión del trabajo de todos los productores que están detrás de esos alimentos. Es muy importante que

contemos, pero también que mostremos. Sabemos que en esta época el factor visual es determinante y tenemos que capitalizarlo: mostremos los productos, mostremos los platos, mostremos el trabajo que hay detrás, hagamos que quien está viendo esa nota tenga ganas de ir y probar eso que está viendo.

Coincido totalmente con Sabrina en que tenemos que contar historias. Y tenemos que estar abiertos a los nuevos recursos para contarlas. Por ejemplo, los formatos inmersivos que ya están empezando a explorar sostenidamente otros medios de comunicación en el mundo, como The New York Times o The Guardian. Me refiero a los cardboards, los lentes de realidad virtual que podés usar con el celular y tener una experiencia 360 grados. Pienso, casi en voz alta, qué interesante sería poder viajar al interior y compartir un día con uno de estos productores, mostrar su lugar, su trabajo, su comida. Qué interesante podría ser para cualquier audiencia, en una gran ciudad, meterse, por ejemplo en un paraje de la Puna, con un pequeño productor agropecuario y vivir esa experiencia. Cómo puede cambiar su interés y cómo podría cambiar su experiencia gastronómica al probar alguno de esos productos. Creo que tenemos delante nuestro, insisto, un mundo enorme por explorar. Aprovechar las herramientas tecnológicas con los principios básicos del buen periodismo, nos puede abrir muchas puertas en la difusión de nuestra gastronomía.

*\*Editora del diario Clarín, Argentina.*

## Demandas que nos interpelan

Por Máximo Bontempo\*

Como impulsor del proyecto Del Territorio al Plato quiero decir que este foro resulta un espacio maravilloso que tiene que ver con encontrarnos desde un lugar distinto como la gastronomía y haciéndolo dentro de una organización como INTA que tiene 61 años de historia y que sigue buscando respuestas a problemáticas comunes en toda la Argentina.

En ese sentido vemos que la gastronomía está creciendo en el país de una manera increíble, tenemos una cantidad enorme de demandas en función de esa mayor visibilidad y de la revalorización de las cocinas regionales.

Esta demanda nos interpela y nos llena de preguntas que tienen que ver con qué necesitan de nosotros los productores de todo el país. El INTA tiene muchas cosas para aportar aun cuando nos encontramos en un mundo nuevo, con nuevos actores que estamos tratando de conocer y con nuevas demandas que intentaremos responder durante esta construcción colectiva.

*\*Gerente de Comunicación del INTA.*

## CONVERSATORIO

### **¿Qué necesitamos para promover los alimentos?**

Necesitamos políticas públicas que apoyen la manera de acercarnos a esas cocinas. Y hago un último *mea culpa*: siempre hablamos de productores, y no de productoras, cuando la mayoría son mujeres. Y son las que transmiten las tradiciones culinarias en todo el mundo. Es necesario generar acciones interdisciplinarias. María De Michelis.

Foros como este son fundamentales. Lo que pasa en el INTA hoy nos interpela porque cocinamos con productos que el INTA ayuda a producir. Es necesario cruzar disciplinas y profesiones que son fundamentales para crecer. Ximena Sáenz.

Hay un tema central. Así como hay periodistas deportivos, tendría que incluirse el tema del periodista culinario o gastronómico en las universidades, con esa visión transdisciplinaria, lo fundamental es el ingreso del periodismo a la gastronomía y a las aulas. Que haya un periodista culinario. Isabel Álvarez.

# CAPÍTULO 9

¿Cuál es nuestra responsabilidad en el desarrollo de las cocinas locales?

Sergio Rodríguez Abitia | Guillermo González Castro Feijóo | Oscar Ghezzi





## ¿CUÁL ES NUESTRA RESPONSABILIDAD EN EL DESARROLLO DE LAS COCINAS LOCALES?

SERGIO RODRÍGUEZ ABITIA | GUILLERMO GONZÁLEZ CASTRO FEIJÓO | OSCAR GHEZZI

---

### El momento justo para seguir adelante

Por Sergio Rodríguez Abitia\* y Guillermo González Castro Feijóo\*\*

Vemos que se cumplió el objetivo de este foro sin que les explotara la cabeza a todos. En los Foros uno se tiene que llevar preguntas, la principal y más importante es, ¿qué me toca hacer a mí? Y la respuesta es de cada uno.

A manera muy general elaboramos unas mínimas conclusiones:

- 1.-El interés por las cocinas regionales atraviesa todos los países, ya no es una moda, se ha convertido en una tendencia. Este interés va a seguir creciendo en el futuro.
- 2.-Hay avances para hacer de las cocinas regionales una herramienta para el desarrollo de la producción local, no estamos tan novatos en esto, hemos salido del jardín de infantes, y eso es estimulante.

Pero implica una nueva realidad que requiere nuevas soluciones para resolver nuevos desafíos que se avecinan, y que podemos reducir en lo productivo, aumentar la producción local, artesanal o identitaria. Tenemos que incluir en este proceso lo original con lo vernáculo, y tenemos que conocer esta herencia culinaria en sus distintas vertientes, tenemos que difundir mediante nuevas formas de comunicación todo este conocimiento, desarrollar mercados y marcas que coloquen a esta cocina en el sitio que le corresponde.

Tenemos también un desafío de intercambio entre regiones y entre países, estamos compartiendo problemas, pero también soluciones. El momento actual es propicio para fortalecer las cocinas regionales como herramientas de desarrollo local, sustentable y sano. La cocina y sus

intercambios son la mejor oportunidad de transformación y de interacción regional entre nuestros países. Tenemos frente a nosotros un panorama por demás estimulante y un largo camino para recorrer con un nuevo impulso y con una nueva dinámica que se va a lograr si hacemos un mayor número de intercambios entre nuestros países. ¿Habrá un segundo foro? Tiene que haber un segundo foro. Esto es muy esperanzador. Estamos en el momento justo, estamos en el lugar correcto y hay que seguir adelante.

*\*Miembro del Consejo Asesor del Conservatorio para la Cultura Gastronómica de México.*

*\*\*Jefe del Área de Comercialización de la Fundación ArgenINTA.*

## La respuesta del público

Por Oscar Ghezzi\*

Para quienes llevamos muchos años en la actividad del Turismo y la Gastronomía, la realización de este Foro nos produce una especial satisfacción. La gastronomía ha venido a valorar toda la historia de la cocina y sus productos, desde los pueblos originarios hasta acá, por cientos y miles de años, se ha ido fortaleciendo a través del tiempo, y cada uno de los países le ha dado una identidad y un contenido a toda esa historia trasladada al presente.

Cuando vamos a la OMT, vemos la gastronomía ocupa un espacio central. Se está valorizando por la respuesta del público. Para la Argentina ha sido muy importante formar parte de este crecimiento gastronómico y acompañarlo. La gastronomía es unión cultural, unión de trabajo y proyectos de futuro. Como Cámara Argentina de Turismo nos sentimos honrados y quiero transmitirles mi agradecimiento al trabajo que han llevado adelante con la realización de este foro.

*\*Presidente de la Cámara Argentina de Turismo.*



*El Foro reunió a representantes de países de toda América.*

# Capítulo 10

## Consideraciones Finales

Claudia Bachur | Hugo García | Amadeo Nicora | Alejandro Lastra





## CONSIDERACIONES FINALES

CLAUDIA BACHUR | HUGO GARCÍA | AMADEO NICORA | ALEJANDRO LASTRA

---

### **Trabajando con absoluta libertad**

Por Claudia Bachur\*

En el año 2008 fui invitada a participar del V Congreso de las Cocinas Andinas en Quito, Ecuador; fue a partir de ese momento que enormes posibilidades se abrieron en mi horizonte profesional y personal.

Mi trabajo en este foro es, en parte, una consecuencia de aquella invitación. Hoy pudimos dar un paso muy importante que es unir en un mismo espacio a representantes de muchos de los países de nuestra hermosa América. En los congresos anteriores siempre nos faltaba la participación de países que venían como invitados pero no protagonizaban los contenidos ni eran parte del movimiento. Hoy finalizamos este foro con una gran misión que es la de fundar la Asociación de Alimentos y Cocinas Regionales de las Américas.

Quiero agradecer al ministro de turismo de la nación, Gustavo Santos, y al presidente del INTA, Amadeo Nicora, que han apoyado la realización de este foro sin pedir reaseguro; destacar el acompañamiento constante del Director de Fundación ArgenINTA, Hugo García, quien nos ha permitido trabajar con libertad de criterio para plantear los contenidos e invitar a quienes creíamos debían estar hoy aquí, hemos trabajado con absoluta libertad; valorar la colaboración generosa de Gloria López Morales y Sergio Abitia del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM) y la de Johan Leuridan Huys e Isabel Álvarez de la Universidad de San Martín de Porres de Perú; y por supuesto retribuir con mi agradecimiento y felicitaciones el enorme trabajo que ha realizado el equipo organizador de este Primer Foro de Alimentos y Cocinas Regionales de América.

*\*Directora del Primer Foro de Alimentos y Cocinas Regionales de América.*

## Potenciar las capacidades productivas

Por Hugo García\*

Según la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) “El desarrollo es un concepto amplio y multifacético, que supone no solo mejorar los niveles de vida, sino también lograr procesos de crecimiento sostenibles e inclusivos, que aborden la desigualdad social y productiva”.

El desarrollo sustentable se apoya en el equilibrio de la competitividad productiva, la equidad social y la salud ambiental, a los que se le está sumando un cuarto componente, el cultural. Alcanzar y preservar este equilibrio requiere la reducción de las desigualdades, tanto las actuales como las de oportunidades, de tal manera que las personas puedan asumir sin restricciones sus capacidades productivas.

Desde el INTA y la Fundación ArgenINTA entendemos la complejidad que la diversidad territorial supone para lograr equidad en las condiciones de desarrollo, pero estamos convencidos de que espacios de encuentro a nivel de las Américas, como el compartido en el Foro de Alimentos y Cocinas Regionales, representan un ecosistema técnico y académico donde fundar las bases de una estrategia común dinamizadora del potencial de nuestros territorios.

*\*Director de la Fundación ArgenINTA.*

## Más que un producto es una historia

Por Amadeo Nicora\*

Lo primero que quiero contar es el orgullo que sentimos cuando, en una reunión del Consejo de Administración de la Fundación ArgenINTA, vino Claudia Bachur y nos planteó la necesidad hacer el evento Del Territorio al Plato. Nos dijo que el INTA se tenía que meter en la cuestión de las cocinas.

Cuando el presidente Mauricio Macri me convocó a una reunión para que le cuente la actualidad del INTA, me preguntó, ¿cuál es la dificultad más grande que tenés en el INTA? “Mire presidente, le dije, mi gran problema es a qué decirle que no”. Porque todos los temas que nos plantean son importantes, y por eso es una alegría haber decidido acompañar esta iniciativa que nos presentó Claudia.

No hay que perder la brújula. Nosotros tenemos un rol, que es trabajar con los productores agropecuarios. Nosotros, los profesionales agropecuarios que trabajamos en extensión a veces pensamos que trabajamos con maíces y sorgos, con vacas y arados, y en realidad nosotros trabajamos con personas. Tenemos que entender que lo primero que hacemos es trabajar con personas. Y lo segundo que quiero decir es que lo que estamos haciendo no es producir más vacas y maíz, estamos produciendo alimentos. El gran desafío del INTA es tener en cuenta que nuestro trabajo es con las personas y que lo que producimos no son más kilos de tal o cual cosa, sino que producimos alimentos.

Quiero sumarme a la idea que se planteó acá, que es la cuestión de contar historias, estoy tan convencido de que tenemos que trabajar desde lo profesional y lo técnico como que además tenemos que aprender a ofrecer historias. La gente va a probar un plato no tanto por el producto sino por su historia.

*\*Ex-presidente del INTA.*

## **La cocina en el lugar que se merece**

Por Alejandro Lastra\*

Con el ministro de Turismo de la Nación, Gustavo Santos, nos propusimos darle a la cocina argentina el lugar que debía ocupar. Lo estamos haciendo a través de un Comité Interministerial, entendiendo que tenemos que trabajar en equipo con otros organismos del Estado, con los ministerios de Educación, Cultura, Ciencia, con el sector público y el privado. Hay mucho por hacer: además de transportar alimentos, hay que transportar también turistas. Todo eso es parte de un equipo que tiene claro que el turismo es una política de Estado. Pequeños y grandes productores, restaurantes y cocineros, trabajando junto a las instituciones académicas, entre todos vamos a poner a la cocina en el lugar que se merece.

*\*Secretario de Turismo de la Nación.*



*El proceso de patrimonialización de los acervos culinarios y alimentarios en el mundo tuvo su punto de arranque cuando, en 2010, quedó inscrita la cocina tradicional mexicana en la lista del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO.*

*En ese proceso se organiza el 1er Foro de "Alimentos y Cocinas regionales de América" en el que se subrayó con énfasis la necesidad de salvaguardar un patrimonio gastronómico diverso, milenario, pero también contemporáneo y expuesto para bien y para mal a los avatares de la globalidad.*

*Pero si algo confiere especial valor al Foro realizado en Buenos Aires fue el surgimiento de la iniciativa para crear una organización interamericana que permita el fortalecimiento de las cocinas y la alimentación de la región.*

*Una decisión de gran trascendencia que convierte a Argentina en el epicentro de los esfuerzos regionales para lograr también desde la sociedad civil, desde los círculos donde se cocina, donde se producen los alimentos, donde se crea, donde se genera el conocimiento, llegar a las metas de rescate, salvaguardia y promoción del gran patrimonio culinario de las Américas. Bravo a los organizadores del evento, bravo a las instituciones que lo hicieron posible.*

*Gloria López Morales, presidenta del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana.*

*El logro de este llamado Primer Foro de alimentos y cocinas regionales de América, en tierra Argentina, es trascendente, porque da continuidad a nuestros congresos que fueron gestados en cada país con gran esfuerzo y dedicación, nuestras amadas cocinas lo demandaban, y cuyos resultados en sus contenidos, reflexiones, propuestas y compromisos, señalaron el camino, y hoy este se amplía como corresponde a toda América.*

*Estas son las historias de nuestras culturas fundacionales en nuestros países que no podemos permitir dejar en el olvido injusto y perverso por la vorágine de esta modernidad líquida compulsiva que nos quiere desmemoriados. Tenemos la convicción que los andinos y americanos somos una sola tierra, una sola entrega.*

*Isabel Álvarez Novoa, creadora del Congreso de Cocinas Regionales de los Países Andinos.*

*Desde el INTA y la Fundación ArgenINTA entendemos la complejidad que la diversidad territorial supone para lograr equidad en las condiciones de desarrollo, pero estamos convencidos de que espacios de encuentro a nivel de las Américas, como el compartido en el Foro de Alimentos y Cocinas Regionales, representan un ecosistema técnico y académico donde fundar las bases de una estrategia común dinamizadora del potencial de nuestros territorios.*

*Hugo García, director de la Fundación ArgenINTA.*

ISBN 978-987-521-940-3



Secretaría  
de Agroindustria



Ministerio de Producción y Trabajo  
Presidencia de la Nación

