



Rosa dos Ventos
ISSN: 2178-9061
rrvucs@gmail.com
Universidade de Caxias do Sul
Brasil

Gastronomía y Turismo. Destinos con sal y pimienta

NORRILD, JUANA ALEJANDRINA

Gastronomía y Turismo. Destinos con sal y pimienta

Rosa dos Ventos, vol. 9, núm. 2, 2017

Universidade de Caxias do Sul, Brasil

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473557628011>

DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i2p308>

Gastronomía y Turismo. Destinos con sal y pimienta

JUANA ALEJANDRINA NORRILD
 Universidad de La Plata, Argentina
 Janorrild@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i2p308>
 Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473557628011>

La publicación digital *Gastronomía y Turismo. Destinos con sal y pimienta*, coordinada o anfitrionada por Juana Alejandrina Norrild, ha sido editada en 2017 por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos [CIET], Argentina; y es el primer libro de la colección *Estudios y Realidades*. Cuenta con más de 400 páginas y 23 capítulos distribuidos en un menú de cuatro pasos, carta de vinos y sobremesa, que cubren un amplio espectro de temas relacionados con la gastronomía y el turismo, de los cuales se hace un profundo análisis y se abren jugosos debates. La publicación se puede bajar libremente del sitio web del CIET [cietuturisticos.com.ar] y resulta de interés para un amplio perfil de lectores, desde investigadores académicos, profesionales del área de turismo, docentes, estudiantes, hasta cocineros y otros profesionales gastronómicos. Se realizan interesantes exposiciones y profundos análisis teóricos de los temas de vanguardia del ámbito de la gastronomía y el turismo. Asimismo se presentan enriquecedores estudios de distintos casos de América, España y Portugal.

ENTRADA

El libro es iniciado por Regina Schlüter quien se refiere, a manera de introducción, a los diferentes usos de la gastronomía en el turismo. “Fue la introducción por parte de UNESCO del concepto de patrimonio intangible lo que le dio el gran espaldarazo a la gastronomía y su relación con el turismo ya que éste se basa en el patrimonio para la conformación de la mayoría de sus productos turísticos” (p.2). La autora hace mención al desarrollo de la gastronomía a través de los años y se detiene en la importancia de la innovación y la introducción de elementos creativos. Schlüter (p.6) establece que “se entiende el turismo gastronómico como la visita a los productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje”.

PLATOS PRINCIPALES

En el Capítulo 2, Jordi Tresserras Juan se refiere al efecto turístico de los sellos UNESCO relacionados con la gastronomía en el espacio cultural iberoamericano. Menciona las convenciones y programas vigentes de salvaguarda del patrimonio y la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, en la cual la gastronomía es uno de los siete ejes temáticos. La teoría es ilustrada con el caso de estudio de la cocina catalana (España), candidato al registro de buenas prácticas de salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO.

El Capítulo 3, a cargo de Ewerthon R. Costa, expone la gastrodiplomacia y las indicaciones geográficas como instrumentos para promover la diplomacia cultural y el destino. “En la antigüedad los viajes de conquista y reconocimiento produjeron el intercambio de culturas, incluyendo la cultura gastronómica. Pero con la llegada de la modernidad el turismo surge como vidriera para mostrar a los turistas lugares y culturas diferentes, así como las producciones culinarias y bebidas de distintos terroirs. Pensar en alimentos y bebidas como instrumento diplomático es comprender la importancia de la cultura gastronómica como un poderoso

aliado en las relaciones internacionales, y el turismo es la actividad perfecta para facilitar el intercambio cultural incluso con la ayuda de la gastronomía” (p.29).

En el Capítulo 4, Durán Sánchez et al. analizan la cobertura de la producción científica sobre turismo gastronómico en las bases de datos internacionales. “Hasta la aparición en 2004 de Scopus, WoS era la principal fuente de documentación de carácter multidisciplinar e internacional disponible. A partir de ese momento, con ambas plataformas compitiendo por el mismo espacio, surge la necesidad de identificar cuál de ellas responde mejor a las necesidades de los investigadores para cada área concreta del conocimiento. De este modo, se planteó como objetivo principal de este trabajo determinar si es WoS o Scopus quien realiza una mejor cobertura de la literatura científica publicada sobre turismo gastronómico mediante el análisis bibliométrico de los artículos indexados en ambas bases de datos” (p.65).

En el Capítulo 5, Kerlei Sonaglio se refiere a las Reacciones Adversas a los Alimentos (RAA) en el contexto del turismo gastronómico. “El turismo gastronómico, las preocupaciones por los ingredientes alimenticios, la higiene, la seguridad, la manipulación, el exotismo, las características y modelos de consumo, los intereses/modismos/status y las tendencias gastronómicas (cocina contemporánea, fusión, alimentación saludable, vegana, sin gluten, sin lactosa, orgánica o sin grasa), han impulsado a los chefs a crear diversas combinaciones alimentarias atractivas, pero a veces el “sabor” puede ir unido al “peligro”. “Sabor” cuando se agrada a los paladares y se atraen más visitantes, “peligro” cuando surgen problemas de salud como las RAA provocadas por ingredientes alérgenos (muchas veces desconocidos por los profesionales) o por contaminaciones cruzadas” (p.72).

El Capítulo 6, a cargo de Emmendoerfer et al., hace referencia al rescate y la recalificación de un plato típico para el turismo en una *cittaslow*. Una ciudad *slow* [*cittaslow*] es una propuesta de desarrollo territorial que busca conciliar intereses públicos endógenos al lugar atendiendo los deseos de consumo y disfrute contemporáneos, basada en actividades consistentes con el movimiento *slow*, a partir de la articulación de prácticas relacionadas con el movimiento *slow food* y el *slow tourism*. El objeto de estudio de la investigación es la ciudad de Vizela (Portugal), donde se desarrollaron acciones para rescatar y recalificar un plato típico asociado a la historia y las tradiciones de la ciudad, el Pollo Merendeiro o Frango Merenderiro.

En el Capítulo 7, Gimenes-Minasse e Bastos hacen un interesante análisis sobre los museos de comida y su potencial turístico. Exponen la evolución de los mismos inscripta en el contexto de redefinición de los conceptos de cultura, patrimonio y formas de pensar y hacer historia. “Este capítulo concentra su atención en los museos cuyo enfoque central está en las manifestaciones y contenidos asociados a la alimentación humana. En este sentido, un museo de comida es una institución abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y divulga objetos, contenidos y manifestaciones asociadas al patrimonio gastronómico, divulgando estos elementos con fines educativos y recreativos” (p.121). Si bien se reconoce que un museo da visibilidad al patrimonio gastronómico se concluye que algunas veces pasa desapercibido debido a que la información no está sistematizada.

El Capítulo 8, a cargo de Ewerthon R. Costa, presenta los suvenires gastronómicos o *Geo Foods*. “Este capítulo se basa en la propuesta de Horodyski et al. (2014) y comprende que el suvenir gastronómico es una preparación culinaria con ingredientes que poseen status de especiales, géneros alimenticios y bebidas que cargados de identidad del lugar y pudiendo tener una indicación de origen geográfica, se transforma en un vehículo para la materialización de las experiencias de los viajes turísticos; prolongando la experiencia turística por medio de un recuerdo. De este modo se crean estrategias de marketing para explotar el poder de atracción de los suvenires, como la alusión a la identidad local, los embalajes diferenciados, la facilidad de transporte, entre otras” (p.133).

PLATOS CLÁSICOS

En el Capítulo 9, Juana Alejandrina Norrild analiza el desarrollo turístico de Villa General Belgrano (Córdoba, Argentina), inspirado en la cultura y la gastronomía centroeuropea. Se centra en los festivales gastronómicos en base a las masas vienesas, el chocolate alpino y la cerveza alemana. “Villa General Belgrano es una localidad que se construyó sobre el territorio de los comechingones, habitado luego por criollos y que más tarde adquirió un fuerte carácter germano. Pero cabe plantearse si esa identidad se mantiene artificialmente para que el turista crea el cuento, como dice Centocchi (2013), de que la villa representa una aldea centroeuropea. También cabe plantearse si es genuina la intervención del poder público que según Centocchi (2013) no responde a las necesidades de toda la población sino al interés de la población hegemónica, los inmigrantes germanos. Él dice que VGB tiene un corsé semejante al de los núcleos urbanos nombrados como patrimonio de la humanidad, los cuales por integrar esa lista de la UNESCO se encuentran impedidos de emprender cualquier modificación que altere su espíritu. El planteo es si se conserva o se innova, se altera o se mezcla. Todos estos conflictos de intereses son meritorios de ser tenidos en cuenta al momento de planear un desarrollo turístico” (p.162).

En el Capítulo 10, Noémi Marujo también analiza los festivales gastronómicos, pero en Portugal, con un estudio de caso en la Isla de Madeira. La Isla de Madeira promueve, durante todo el año, un calendario de fiestas y festivales que atrae a muchos turistas a la región. Dichos eventos, más allá de resultar una atracción turística, funcionan como elementos culturales que no solo identifican y diferencian el destino frente a otros destinos de la competencia sino que fortalecen la identidad cultural de la sociedad madeirense. “Las fiestas no sirven sólo para atraer turistas, sino que también tienen la función de conservar la historia, la memoria gastronómica de la isla y enseñar a los más jóvenes las costumbres de la región” (p. 174).

El Capítulo 11, a cargo de Antonio Montecinos, se refiere a la cultura gastronómica como condicionante del turismo gastronómico y presenta el caso de República Dominicana. “La gastronomía ha sido considerada en el turismo de República Dominicana como un conjunto de instalaciones y servicios complementarios del viaje, creados de manera espontánea sin fundamentación teórica, científica, académica, sostenible y con bajos resultados por la falta de un sistema de planificación, como alternativa necesaria ante la improvisación en el desarrollo del turismo gastronómico regional” (p.177). El autor explica en detalle cómo se realizó el plan de trabajo en República Dominicana en seis etapas: (1) Etapa de sensibilización con recorrido físico; (2) Etapa de levantamiento e interpretación de encuestas; (3) Levantamiento físico con prestadores de servicios gastronómicos y turísticos; (4) Encuesta y entrevistas directas con expertos; 5) Taller de turismo gastronómico sostenible con expertos; y (6) Etapa de elaboración del plan con propuesta de programas y proyectos prioritarios.

En el Capítulo 12, Trentin & Martins realizan un análisis del turismo cultural y gastronómico en Parati [Río de Janeiro, Brasil]. “Parati se presenta como una buena práctica en la estructuración de ese segmento. A pesar de que este destino no haya consolidado el segmento gastronómico, ha construido un camino que es indispensable para que eso suceda. La Asociación Polo Gastronómico tiene un rol determinante en ese caso porque actúa como un elemento de gobernanza que promueve y estimula la interacción de diversos actores en el destino” (p. 211).

El Capítulo 13, a cargo de Nara e Nastaja Zamberlan dos Santos, debate sobre la gastronomía italiana y la globalización ilustrando con un estudio de caso en la Cuarta Colonia de Inmigrantes Italianos de Rio Grande do Sul [Brasil]. Las autoras establecen que dicho destino deberá invertir fuertemente en el mantenimiento de su identidad, representada por sus saberes y haceres [especialmente en relación a la gastronomía], para que no se pierdan estas raíces en medio de un mundo con exceso de información y falta de atención e incentivo en la cultura.

En el Capítulo 14, Ormeño Aspauzo y Paz Ríos proponen la construcción de una posible ruta turística inspirada en los granos perdidos de los Andes Peruanos. “Los cultivos de los granos andinos propios

de esta región como la quinua, la cañigua, la kiwicha y el tarwi, involucran un patrimonio cultural y natural inmenso: paisajes, sitios históricos, emplazamientos y entornos construidos; así como biodiversidad, cerámica, tejidos, vestido, tradiciones pasadas y presentes, conocimientos y experiencias vitales que expresan largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales y locales, convirtiéndose en un punto de referencia dinámico y un instrumento positivo para el crecimiento e intercambio en poblaciones que usan la biodiversidad más para su seguridad alimentaria, que para su seguridad económica” (p. 228).

El Capítulo 15, a cargo de Rossi Ferreira y Valduga, presenta un estudio sobre la baixa gastronomía en los establecimientos de alimentación de Curitiba (Brasil). La baixa gastronomía puede ser comprendida como un tipo de gastronomía cuya dinámica de consumo se sustenta sobre tres pilares centrales: la comida (platos sabrosos, bien servidos y de carácter popular que remiten a una cocina simple y cotidiana); el precio (relación costo-beneficio ventajosa) y una buena atención en medio de un clima de informalidad (profesional, pero sin que intermedie ningún protocolo, en un ambiente caracterizado por las relaciones sociales). Se refiere a una expresión particular de la lengua portuguesa, para la cual no se ha encontrado un equivalente en inglés o español, lo que no significa que sea un modelo exclusivo del sector alimentario brasileño.

PLATOS CALLEJEROS

La propuesta de Pertile y Gastal en el Capítulo 16, con el creativo título de Comer sin ensuciar los platos, se refiere a la relación entre la comida callejera y el turismo en la feria Brique da Redenção [Porto Alegre, Brasil], buscando discutir la visión en términos de concepto y prácticas vinculadas a las comidas callejeras ofrecidas por los vendedores ambulantes en la feria. La idea de concepto en esta investigación estuvo pautada por la creación y por el hecho de concebir determinado alimento como una idea. Las prácticas se refieren a la ejecución, procesos, maneras de hacer, costumbres y hábitos vinculados con la preparación de los alimentos y el ejercicio de la actividad en las calles. “Abrir un food truck no es introducir simplemente un camioncito para instalar la cocina y colocar la mesada, sino que se trata de un negocio que precisa maximizarse para hacer frente a las inversiones y el sustento económico que exige. De esta manera, las señoras que participaron de este estudio de campo darán lugar a hombres, a empresarios y a empresas. ¿En este escenario podrá mantenerse el espacio de los tradicionales o aparecerán nuevos discursos higienistas que los harán sucumbir, como ocurrió con los molinos artesanales y los quesos coloniales?” (p.280).

En el Capítulo 17, Rolim Albuquerque et al. analizan el turismo, la cultura y la preservación de la memoria en el Mercado de Santos [Brasil], apuntando a la relación del mercado como atractivo turístico gastronómico con la identidad local. “El Mercado Municipal de Santos posee historia, potencial turístico y espacio para la realización de eventos y proyectos variados. La clave para la promoción y valorización del mismo está en la revitalización de su entorno, convirtiendo al mercado en un espacio más atractivo con el fin de que aumente el volumen y la frecuencia del público visitante, y consecuentemente el número de stands concesionados y también la diversidad de los productos ofrecidos. Otra sugerencia es la creación de un calendario de eventos del Mercado Municipal para que todos los actores involucrados puedan programarse y promocionar el mercado” (pp. 294).

En el Capítulo 18, Pilquimán Vera et al. comparten la experiencia de turismo comunitario en comunidades indígenas mapuche de la localidad de Pucura en la Región de los Ríos en Chile, proponiendo estrategias de reivindicación y revalorización de la cocina mapuche. “Se ha visto cómo la supremacía de un modelo de desarrollo económico sobre otro se constituye también en el predominio de sus discursos, pensamientos y prácticas. En un contexto de “globalización” y de procesos asimiladores que tienen el objetivo de estandarizar la producción y el consumo de alimentos, el mantenimiento y la revalorización de las tradiciones culinarias de las poblaciones originarias puede ser interpretado como una lucha contra esa tendencia. El revivir y mantener la existencia de esas diferentes prácticas alimentarias son manifestaciones de una nueva forma de

resistencia que permite a sujetos sociales invisibilizados por la sociedad nacional y hegemónica y dominante fortalecer y revitalizar expresiones culturales en defensa de sus modos de vida. Recuperar los saberes relativos a la preparación de la comida – siendo conscientes de que esa recuperación ha de contemplarse como una reelaboración propia y actual- y redescubrir antiguos sabores, puede ser una alternativa para que las nuevas generaciones de la población mapuche vuelvan a apropiarse de su pasado, dándole un nuevo significado y una nueva función a sus alimentos: la de reivindicar sus raíces y su pertenencia a la tierra” (p.309).

En el Capítulo 19, Galarza et al. se refieren al patrimonio cultural inmaterial gastronómico del Cantón Antonio Ante en Imbabura (Ecuador). El objetivo es visibilizar las comidas y bebidas que se elaboran en el cantón para que sean concebidas más que como una necesidad fisiológica como un producto capaz de fortalecer el sistema del turismo regional y nacional. El mayor problema encontrado por los autores en el trabajo de campo fue la inexistencia de un inventario gastronómico, la poca valoración y el desconocimiento de los alimentos ancestrales, el hecho de que ciertas preparaciones están a punto de desaparecer y el hecho de que se tiene escaso conocimiento de la relación entre la gastronomía y el contexto social y cultural.

CARTA DE VINOS

En el Capítulo 20, Maximiliano Korstanje hace un análisis reflexivo sobre el uso del alcohol en el ritual de bienvenida. “La sociedad condena el uso furtivo de alcohol en jóvenes locales pero promueve igual cantidad de consumo en extranjeros. Este acto privativo conlleva una idea de performatividad desde el momento en que se los priva de comer y beber de la mejor bebida y comida, para dársela a otros que no conocen (rito sacrificial). Este sacrificio emulado en pacto de hospitalidad les confiere protección y buena suerte para el progreso de sus carreras, la fertilidad del suelo y la bonanza económica, en otras palabras para su subsistencia. Hacer de la restricción un camino a la abundancia es la función central de la hospitalidad” (p. 343).

En el Capítulo 21, Adriana Brambilla hace un análisis del enoturismo en la Región Demarcada del Douro en Portugal, buscando responder cuál es la relación entre la cultura y el enoturismo en las quintas de la RDD, y si la cultura es un medio para asegurar la rentabilidad de las quintas o existe una sensibilidad particular hacia la cultura local.

En el Capítulo 22, Valduga et al. proponen un estudio patrimonial entre México y Brasil, abordando el tequila y la cachaça para descubrir las características culturales que hacen de estas bebidas un referente y un elemento de identificación de cada país. Además se estudia cómo estas bebidas sirven de soporte para el turismo en algunas regiones. En 2016 Brasil y México firmaron un acuerdo de reconocimiento mutuo de la cachaça y el tequila como exclusividades de esos países y la adopción de la nomenclatura cachaça para el producto brasileño y tequila para el mexicano.

SOBREMESA

Finalmente, en el Capítulo 23 José Luis López Ibáñez propone una experiencia innovadora, la posibilidad de organizar una Bienal de Arte Gastronómico en Buenos Aires [Argentina], basándose en tres ejes de investigación: (1) La comida como tema artístico; (2) La comida como material para la creación artística; y (3) El artista como cocinero o anfitrión. “Una Bienal de Arte Gastronómico sería un evento artístico culinario que tendría lugar cada dos años en una misma ciudad o región la cual le debería otorgar identidad y características peculiares vinculadas a lo propio del lugar donde se desarrolla. Dentro de esas características debería figurar su producción, sus métodos de cocción y su cultura gastronómica. De acuerdo a los objetivos que se persigan, su trascendencia y origen de los artistas y cocineros que se convoquen, la bienal podría ser de alcance nacional o internacional. Una bienal de estas características otorga a la localidad o región prestigio y adicionalmente le posibilita ingresar en el circuito internacional de los grandes eventos de las artes y de

la gastronomía. De igual manera debería contribuir para el posicionamiento de una ciudad en el mercado internacional de la gastronomía, el turismo, la producción de alimentos, la innovación y la difusión de la autenticidad” (p. 395).

Gastronomía y Turismo. Destinos con sal y pimienta, es una publicación que expone una gran diversidad de temas innovadores que muestran la evolución que ha tenido la temática a lo largo de los últimos años, e incluso va un poco más allá. Es un libro de profundo rigor científico con una amplia representación geográfica que hace un valioso aporte al ámbito académico con una perspectiva iberoamericana. ¡Bon appétit!



FIGURA 1
Gastronomía y turismo: Destinos con sal y pimienta