



Trabajo Final de Graduación. Manuscrito Científico.

Título: “Tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta, como potencial recurso turístico”

"Gastronomic traditions of the valleys of Lerma and Calchaquí in the province of Salta, as a potential tourist resource"

Apellido y Nombre: María Julia Araoz Vera

DNI: 32.347.709

Legajo: VTUR01871

Carrera: Licenciatura en Gestión Turística

Materia: Seminario Final de Gestión Turística

Profesora: Melina Noel Mansilla

Fecha de Entrega: 13 de noviembre del 2021

Salta, Capital

# Índice

<b>Resumen</b> .....	2
<b>Introducción</b> .....	4
Objetivo General: .....	9
Objetivos Específicos:.....	9
<b>Métodos</b> .....	10
<i>Diseño</i> .....	10
<i>Participantes</i> .....	10
<i>Instrumentos</i> .....	11
<i>Análisis de datos</i> .....	11
<b>Resultados</b> .....	12
<b>Discusión</b> .....	17
<b>Referencias</b> .....	29

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta, con el fin de determinar su potencial turístico. Para dar cumplimiento a los objetivos planteados se realizó una investigación exploratoria con un enfoque cualitativo utilizando tres técnicas de recolección de datos: revisión de bibliografía, entrevistas y relevamiento turístico. Los resultados obtenidos indicaron que la gastronomía tradicional de los valles posee valor patrimonial por ser un elemento que respalda la identidad cultural ya que a través de sus aromas, sabores y procesos de elaboración se llega a conocer íntimamente una comunidad. Sin embargo, a nivel provincial no se encontró ningún marco legal que sustente dicha afirmación. Se concluyó que las tradiciones gastronómicas de los valles poseen potencial como recurso turístico, si bien ya se viene trabajando en lo referente a la promoción de algunos platos regionales, es necesario revalorizar la cadena de valor de las tradiciones gastronómicas y hacer una promoción más inclusiva, fomentando además el empoderamiento de las comunidades y sociedades resilientes y sostenibles.

**Palabras Claves:** Tradiciones gastronómicas, patrimonio cultural inmaterial, recursos turísticos.

## **Abstract**

The objective of this research was to analyze the heritage value of the gastronomic traditions of the Lerma and Calchaquí valleys from the province of Salta, in order to determine their touristic potential. To answer the proposed objectives, exploratory research was carried out with a qualitative approach using three data collection techniques: bibliography review, interviews and tourist survey. The obtained results indicate that the traditional gastronomy of the valleys has heritage value as it is an element that supports the cultural identity since through its aromas, flavors and production processes, a community becomes more intimately known. However, at the Province, no legal framework was found to support this assertion. It was concluded that the gastronomic traditions of the valleys have potential as a tourist resource, although work has already been done regarding the promotion of some regional dishes, it is necessary to revalue the value chain of gastronomic traditions and make a more inclusive promotion, plus encouraging the empowerment of resilient and sustainable communities and societies.

**Keywords:** Gastronomic traditions, intangible cultural heritage, tourist resources.

## **Introducción**

El presente trabajo tiene como finalidad evaluar el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta, con el fin de determinar su potencial turístico.

El concepto de patrimonio es definido por la Organización de las Naciones Unidas por la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014), en el sentido más amplio de la palabra como: un proceso y un producto que suministra a la sociedad recursos que se heredan del pasado.

Otro criterio a tener en cuenta es el patrimonio cultural intangible, que está estrechamente relacionado con la noción de folclore, el cual podría definirse como el estudio de tradiciones culturales y genuinas de un pueblo o comunidad las que, están vivientes o bien pertenecen al pasado reciente, y que procurará hallar en menor grado posible de aculturación. Abarca: artesanías, tradiciones, complejos domésticos, complejos urbanísticos, danzas populares, juegos, diversiones y festejos, literatura oral, mitos y creencias, música y canto popular, cocina tradicional, medicina tradicional, trabajo y producción, usos y costumbres, vehículos y transportes, la vestimenta y el adorno (Fernández Chiti, 2003).

Las tradiciones gastronómicas, tema central de este trabajo, son una de las mayores manifestaciones culturales de un pueblo, ya que a través de sus aromas, sabores y procesos de elaboración es posible conocer la identidad de un lugar.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo gastronómico como:

Un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina (OMT, 2019, p.44).

De acuerdo con Domínguez de Nakayama (1994), para que un elemento de la cultura sea considerado un recuerdo turístico debe cumplir con determinados requisitos:

- Atractividad: determinada por sus cualidades intrínsecas (representatividad, valor estético, etc.), el conocimiento acerca del bien y preferencia de los usuarios.
- Aptitud: dada por su capacidad de uso, satisfacción de usuario y la capacidad de integración.
- Disponibilidad: física, que permita el acceso al bien; temporal (horarios, días y época del año que se puede visitar) y administrativa (está permitido visitarlo)

A partir del análisis de estas tres variables, es posible determinar la potencialidad turística de los recursos.

Los atractivos, sean tangibles o no, tienen una esencia que los identifica y define como símbolo o ícono que se constituye en lo que se denomina distintivos turísticos, que se asocian con un determinado particular y proyectan una imagen de lo que éste es o representa. Por esta razón, es posible asociar objetos, lugares, personas, comidas, bebidas,

música y acontecimientos con un destino o país específico, pues es únicamente en ellos donde estos se encuentran o donde son originarios (Quesada Castro, 2010).

El uso turístico del patrimonio es una alternativa viable que permite garantizar su disfrute y valorización por parte de, no solo de la población local, sino también por los turistas, generando recursos necesarios para la preservación.

Una revisión de investigaciones académicas revela que en los últimos años ha habido un interés creciente en el estudio del patrimonio cultural inmaterial, en sus diversas manifestaciones. Dada la relevancia actual del paradigma de sustentabilidad en la gestión del turismo, resulta de especial interés la investigación “La patrimonización de elementos culturales inmateriales y desarrollo local sustentable”, de Martínez de la Rosa (2015). El trabajo ofrece conceptos como sostenibilidad cultural y social en el contexto del turismo, así como el planteamiento de características deseables para el desarrollo del turismo cultural: interés de conocer y comprender los objetivos y las obras, incluyendo la población local con la que se entra en contacto y el consumo de un producto que contenga un significado cultural. Por otra parte, Martínez de la Rosa (2015) plantea el mercado turístico como un elemento secundario, puesto que lo primordial debe ser cubrir las necesidades de las comunidades mediante el análisis de cómo el turismo podría mejorar sus condiciones de vida. El autor concluye que mientras más se tome conciencia del valor del patrimonio cultural inmaterial, menor será el riesgo de aculturización.

Al momento de hablar sobre patrimonio gastronómico se puede citar a Acha Zapata (2018) en “Patrimonio Gastronómico Peruano: realidades y perspectivas para un programa nacional” investigación que tuvo como objetivo presentar una visión de la realidad gastronómica del Perú dentro del contexto del patrimonio. Luego de realizar una

revisión de bibliografía disponible, concluyó con recomendaciones para la realización de un Programa de Desarrollo.

Otro antecedente que se puede mencionar es el estudio realizado por Puentes, Martínez y Psitale (2012) “Diagnóstico de la potencialidad turística del patrimonio cultural inmaterial. Estudio de casos: Dptos Arauco y San Blas de los Sauces; La Rioja-Argentina”. El objetivo central de este trabajo fue elaborar un Mapa Turístico de la Provincia de La Rioja, con la situación de los recursos y atractivos turísticos, realizando una búsqueda de antecedentes, revisión de bibliografía y relevamiento de sitios. Este relevamiento buscó favorecer el crecimiento social, económico y turístico del área de estudio ya que, no solo le dio valor en el área de turismo, sino que también le dio atributos del entorno que pueden llegar a constituir nuevos atractivos turísticos.

A nivel nacional Conforti y Mariano (2020) en “De ollas y fogones: la producción sociocultural del patrimonio y sus performatividades. Un abordaje de caso en la provincia de Buenos Aires, Argentina” presentaron un trabajo efectuado en el marco del proyecto patrimonial comunitario denominado “De ollas y fogones. Ciclo para la salvaguarda gastronómica de las colectividades”. Este proyecto fue gestado y organizado por un grupo de inmigrantes de Benito Juárez, en conjunto con otras organizaciones, implicando seis encuentros abiertos a la comunidad, bajo la modalidad taller, donde las colectividades presentaron a su país de origen a través de la tradición gastronómica.

Para realizar este trabajo llevaron a cabo técnicas como: la observación participante, registro fotográfico y entrevistas. Llegaron a la conclusión que esto les permitió abordar una práctica cotidiana como lo es el cocinar como disparador simbólico que involucra la memoria colectiva y la identidad, elementos de la patrimonización.

Las autoras Trancaso y Arzeno (2019), realizaron un estudio llamado “Turismo Gastronómico y producción agraria de la provincia de Jujuy (Argentina): actores, dinámicas y transformaciones asociadas a la valorización de productos tradicionales”. Este estudio buscó indagar sobre cómo se transformó el panorama productivo y turístico de la Quebrada de Humahuaca provincia de Jujuy, con la recuperación de alimentos tradicionales, los actores que participan, las producciones que realizan, la relación que existe entre ellos y los turistas, como así también como se vinculan con los diferentes agentes estatales.

Para llevar cabo esto las autoras implementaron como metodología entrevistas semiestructuradas y sistematización de la información generada por organizaciones productoras, restaurantes e intermediarios y llegaron a la conclusión que la recuperación de alimentos es un proceso impulsado tanto por actores propios y externos del área, permitiendo situar este producto en el nuevo mapa mundial de alimentos locales.

Mendez, Cano y Vaca (2019) en “Estudio de la Oferta Gastronómica, para el análisis nutricional de los platos típicos” exponen los resultados de una investigación realizada en el marco del proyecto “Miradas socioculturales de la alimentación para una mejor calidad de vida”. La misma tuvo como objetivo conocer los platos regionales que se ofrecen en los restaurantes denominados turísticos y su valor nutricional. La metodología utilizada fue un enfoque cualitativo de carácter exploratorio descriptivo, y una revisión de bibliografía disponible. Los autores llegaron a la conclusión que la patrimonización de la gastronomía regional a través del turismo gastronómico fomentó la fusión de los platos regionales sin perder la esencia de los mismos, finalizando el trabajo con una enumeración de sugerencias para incorporar una gastronomía regional y saludable en San Salvador de Jujuy.

El presente trabajo de investigación se centra en las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta. Para el mismo se abordan los aspectos de atractividad, accesibilidad y disponibilidad, para así determinar su potencialidad turística.

Las preguntas que guían esta investigación son: ¿Cuál es la potencialidad turística de las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí? ¿Cuál es el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de la provincia de Salta? ¿Cuáles son su atractividad, aptitud y disponibilidad?

La relevancia del tema tradiciones gastronómicas como patrimonio cultural y turístico radica en diversos factores. Por un lado, el mercado turístico actual da cuenta de un acentuado interés en el conocimiento y disfrute de la cultura local como parte esencial de la experiencia turística, creciendo así el interés por el turismo gastronómico. En contra partida, cuando el turismo adquiere masividad, son altos los riesgos de aculturización de las comunidades receptoras, considerando el tema que rige esta investigación, se refiere a las fusiones en las recetas culinarias. En este contexto, el proceso de patrimonización, cuando están sustentados en una gestión eficiente, pueden contribuir a la protección de los elementos culturales.

Objetivo General:

Analizar el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la Provincia de Salta, con el fin de determinar su potencialidad turística como parte del turismo gastronómico.

Objetivos Específicos:

1. Identificar el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los Valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta.

2. Evaluar la atractividad, accesibilidad y disponibilidad de las tradiciones gastronómicas para determinar su potencialidad como recurso turístico.

## **Métodos**

### *Diseño*

Por su alcance, se trató de una investigación exploratoria, ya que las investigaciones que se llevaron a cabo en torno a la patrimonización de la gastronomía regional son relativamente nuevas, sobre todo en la provincia de Salta. Se propuso un enfoque cualitativo, dado que el alcance de la investigación propone dos variables: la valorización de la gastronomía tradicional de los valles de la provincia de Salta como elemento cultural y como recurso turístico. Ambas son cualidades intrínsecas de los elementos culturales en estudio. Se propuso un diseño no experimental y transversal.

### *Participantes*

El objeto de estudio de esta investigación fueron las tradiciones gastronómicas de los valles de la provincia de Salta que, por su valor patrimonial, denotan algún potencial como recurso turístico, como, por ejemplo: empanadas, tamales, humitas, guaschalocro, carbonada, chuchoca, entre otras.

A partir de una muestra no probabilística intencional se realizaron entrevistas a cuatro referentes tanto de la cultura como de la gastronomía salteña, siendo estos diversos actores sociales: dos (2) autoridades del turismo y la cultura, una (1) docente de Historia y dos (2) representante del sector gastronómico.

## *Instrumentos*

Para el abordaje de los objetivos específicos, se propuso trabajar con tres tipos de técnicas de recolección de datos: revisión de bibliografía disponible, entrevistas a autoridades y actores principales y por último relevamiento turístico. Las dos primeras técnicas se emplearon para la concreción del primer objetivo específico, mientras que el relevamiento turístico se orientó al segundo objetivo.

La revisión de bibliografía se aplicó a una variedad de material como: textos literarios, documentos históricos, resoluciones municipales, artículos periodísticos, documentos digitales, videos institucionales y demás fuentes referentes a la gastronomía regional.

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera presencial con una guía de pauta que fueron formuladas con el objetivo de conocer la regionalización tanto de la materia prima como de los productos que se pueden elaborar con ella, la forma de prepararlos y la importancia de la gastronomía tanto para la cultura como para el turismo.

En cuanto al relevamiento se tomó como modelo las fichas técnicas propuestas por Domínguez de Nakayama, las cuales se adecuaron a las necesidades de este trabajo. Para las recetas se registraron principalmente la materia prima utilizada en cada elaboración, como así también a que región pertenece, mientras que para los festivales y ferias se indagó sobre su localización, cuándo se desarrolla el evento, evolución histórica, capacidad de usos.

## *Análisis de datos*

El análisis abarcó dos instancias: En primer lugar y en consecuencia con el primer objetivo específico, a partir de los datos obtenidos tanto primarios como secundarios

(entrevistas y análisis de bibliografía disponible), se realizó una descripción preliminar de las tradiciones gastronómicas. Dicha descripción se centró en las características intrínsecas que dieron cuenta de la relevancia como ícono cultural o su valor simbólico de la comunidad local. El análisis se centró especialmente en aquellas variables que fueron comunes durante la etapa de recolección de datos mediante las técnicas propuestas.

En segunda instancia, el relevamiento turístico implicó un examen profundo de las siguientes dimensiones y subdimensiones de la gastronomía tradicional de los valles de la provincia de Salta, de acuerdo con el análisis desarrollado por Dominguez de Nakayama (1997).

- Atractividad: Cualidades intrínsecas, conocimientos de los usuarios y preferencia de los usuarios.
- Aptitud: capacidad de uso, satisfacción de usuario y capacidad de integración.
- Accesibilidad: física, temporal y administrativa.

## **Resultados**

Para abordar el primer objetivo específico que busca determinar el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de la provincia de Salta, se agruparon aquellos datos que respondían a las mismas variables. A fin de analizar más en profundidad este objetivo se optó por dividirlo en tres partes.

La primera fue indagar qué es el valor patrimonial en lo que a gastronomía se refiere. Se puede decir que, a pesar de su intangibilidad, se ve reflejado en la gastronomía, ya que es un producto de una tradición intergeneracional que contiene una parte material y otra simbólica con rasgos que la caracterizan de otras culturas, lo que permite inferir cuestiones sociales de una comunidad (Torres, Fantón y Santoni, 2004).

Otra variable analizada fue el mapeo de la materia prima utilizada, tomando como base el relatorio del Foro de Planificación y Desarrollo del Turismo Gastronómico que se llevó a cabo en la provincia de Salta en el año 2016 en el marco del plan CocinAR, y las entrevistas realizadas. Así se pudo marcar que en los Valles Calchaquí los ingredientes que sobresalen son: el maíz, anís, cuaresmillo, higo, ñapa, algarrobo, tomate, pimentón, comino y ají. En cuanto al Valle de Lerma, por su ubicación geográfica, recibe gran influencia de todas las regiones y se destacan productos como: quinoa, amaranto, poroto, zapallo, cayote, truchas y pejerrey.

Respecto a este tema la referente del ámbito académico entrevistada amplió más la información, haciendo la diferenciación sobre aquellos productos propios de la zona, es decir aquellos de herencia prehispánicas (como el maíz o la quinoa) y aquellos que fueron introducidos durante la conquista (la carne vacuna)

También al respecto los chefs entrevistados no dudaron en remarcar que, por el terruño que caracteriza a los valles, los sabores y aromas de estos productos son más nobles que aquellos que ya están industrializados.

Una vez identificada la materia prima, se pudo enumerar algunos de los platos que se pueden elaborar y que hasta el día de la fecha se siguen realizando: picante de pollo, empanadas, humitas, tamales, cabeza guatiada, trucha, chanfaina, guaschalocro, locro, chuchoca, charquisillo. También se puede nombrar postres como: empanadillas, anchi, mazamorra, leche planchada, dulce de cuaresmillo, o bebidas como la chicha y la aloja. Al igual que con la materia prima, se puede diferenciar entre platos que realizaban los aborígenes (chuchoca, por ejemplo) y los que se comenzaron a hacer luego de la conquista (ejemplo empanadas).

Respecto a las elaboraciones los chefs remarcaron que actualmente se encuentra en auge el volver a las bases de las preparaciones de la comida regional, es decir que

aquellos procesos que se industrializaron de alguna manera para ahorrar tiempos y abaratar costos, hoy se los está dejando de lado para volver a las raíces.

Por último, se relevaron digestos circunscriptos a la geolocalización de esta investigación y que marcaran precedentes, tal fue el caso de la distinción realizada por el Congreso de la Nación Argentina que mediante, Ley N° 27.259 (2016), declara a la localidad de Chicoana como Capital Nacional del Tamal; debido que la mencionada localidad hace más de 30 años se convirtió como difusora de las tradiciones gastronómicas a través del Festival Nacional de Doma y Festival del Tamal.

También la ordenanza 12.086 (2003), del Concejo Deliberante de la Ciudad de Salta establece el día 4 de abril como día de la Empanada Salteña; en sus considerandos expone que, en el boletín oficial del Instituto Güemesiano número 12 se hace referencia que, en 1820 el entonces gobernador, Gral. Martín Miguel de Güemes, dispusiera el pago de 29 pesos y 6 reales para solventar el gasto de las empanadas que fueron consumidas por las tropas. Así mismo la cronista Paredes Candia (1999) relata que, cuando Juana Manuela Gorriti junto con su familia fueron exiliados a Tarija para poder sobrevivir vendían empanadas, y con el paso del tiempo fueron reconocidas como empanadas salteñas (“salteñas” solamente).

Al abordar el segundo objetivo específico que busca determinar la potencialidad turística de las tradiciones gastronómicas de los valles de la provincia de Salta se optó, a fin de dar mayor tangibilidad los resultados, presentar la gastronomía tradicional en general y se analizará brevemente eventos relacionados al tema de estudio.

Siguiendo el análisis propuesto por Domínguez Nakayama (1994). Al momento de hablar de atractividad de los platos típicos, una de las cualidades intrínsecas, se da por la realización de festivales en los que se puede degustar gastronomía regional.

Algunos de los festivales son: Feria Artesanal de los Valles Calchaquíes, Festival Nacional de la Chicha (La Caldera), Fiesta del Tomate (Payogasta), Festival del Choclo (San Lorenzo), Encuentro Nacional de Doma y Festival del Tamal (Chicoana), Fiesta Provincial del Pimiento (Payogasta) y Serenata a Cafayate (Cafayate).

También se suman las ferias gastronómicas que se establecieron de manera permanente en algunas localidades, y los concursos que se llevan a cabo, como ejemplo el concurso de la Empanada o de la Humita, que se realizan tanto en la ciudad de Salta, como en otros puntos de los valles.

Dada la importancia que revistan estos eventos a continuación se presenta un breve análisis de los mismos: Su capacidad de integración está dada por la difusión del folklore, por lo que se encuentran calendarizados, es decir que forman parte del calendario oficial con el que se realizan promociones desde los organismos públicos, en promedio su capacidad de uso ronda los tres mil espectadores y su capacidad de integración está dada por la realización de actividades como la degustación y venta de comidas regionales y exposición y ventas de productos artesanales. Se realizan en predios al aire libre, con instalaciones provistas de patio de comidas, sanitarios, ambulancias y presencia de personal de seguridad, el costo de las entradas puede variar de acuerdo al día y los artistas que actúen.

Para abordar lo relacionado al conocimiento que tienen los turistas sobre la gastronomía vallista, se puede hacer mención a las innumerables notas, blog de viajeros e incluso páginas de conocidas OTA (*Online Travel Agency*) que junto con la información del destino hacen referencia a las comidas regionales (empanadas, humitas y tamales) y los lugares donde pueden consumirlos. Incluso una de las plataformas de búsqueda más reconocidas a nivel mundial desde su extensión destinada al arte y cultura tiene un minisitio destinado a la comida del norte argentino.

Respecto a la preferencia de los turistas, si bien no se encontraron estudios específicos sobre el perfil del turista que gusta de realizar este tipo de turismo mediante el anuario del año 2018 del Ministerio de Cultura y Deportes de la Provincia de Salta, se puede observar que más de un 85% de los visitantes de la provincia concurren a una peña folclórica, lugar donde no tan solo se ofrece espectáculos folclóricos, si no donde se puede degustar platos regionales.

Al momento de abordar la aptitud y más específicamente la satisfacción del usuario, se consultó sobre la respuesta que recibe la gastronomía tradicional por parte de los turistas. Uno de los referentes de turismo mencionó que es uno de los puntos destacados por su calidad y sabores, mientras que el otro representante manifestó que, al ser pueblo, los pocos lugares donde se ofrece comidas tienen la categoría de comedor familiar, salvo uno que realiza comida ancestral por lo que es poco conocida. Sin embargo, en el anuario 2018 del Ministerio de Turismo Cultura y Deportes de la Provincia, en el apartado del perfil del turista un 5% del total de los encuestados afirmó que la gastronomía es lo mejor de la provincia.

En cuanto a las acciones que se llevan a cabo para promocionar la gastronomía regional, uno de los referentes afirmó que se está trabajando para desarrollar un producto que no solo revalorice la gastronomía regional, sino que fomente la comida fusión recuperando los productos locales, potenciando además los corredores gastronómicos.

Con relación a la capacidad de integración, si bien no se encontró un circuito exclusivamente gastronómico, se puede observar que en la ruta del vino dentro de los prestadores se sumaron establecimientos gastronómicos y grandes bodegas que ofrecen, aparte de la visita y degustación, el servicio de restaurante.

Finalmente, al abordar la disponibilidad, haciendo mención a la parte física, la gastronomía tradicional ya se viene ofertando en restaurantes principalmente en la ciudad de Salta y en los puntos más relevante de los Valles Calchaquí. Como se mencionó anteriormente también en festivales y ferias, por lo que durante todo el año se pueden encontrar productos regionales disponibles, siendo quizás su única limitante temporal la estacionalidad de algunas de las materias primas.

Es necesario hablar sobre el estado de rutas que unen los puntos turísticos que conforman los valles y que permite el acceso de los turistas a la gastronomía: Ruta Nacional 68 que une la ciudad de Salta con Cafayate, Ruta Provincial 33 que vincula Salta con la localidad de Cachi y Ruta Nacional 40 trayecto que une Cachi-Cafayate, éstas se encuentran en buen estado, aunque se debe destacar que la RP 33 cuenta con 22 km de tierra que corresponden a la Cuesta del Obispo, al igual que la ruta que conecta Colomé con la RN 40. En cuanto a los valles de Lerma, el ingreso a Salta por autopista como por cornisa son asfaltada y se encuentran en buen estado para circular.

Por último, se analizó la disponibilidad administrativa de la cual no se encontró ninguna restricción relacionada a los platos típicos, salvo aquellas que hacen a la venta de alimentos como lo son aquellas referidas a higiene y seguridad, o habilitaciones comerciales.

## **Discusión**

La presente investigación se basó en el estudio de la potencialidad turística de las tradiciones gastronómicas de los valles de Lerma y Calchaquí de la provincia de Salta, tomando como punto central su valor patrimonial. La importancia de este tipo de investigación radica principalmente en recobrar los orígenes hoy para conservarlos mañana (Bonardi y Frigerio, 1995). Específicamente este trabajo es relevante ya que se

encontraron pocas publicaciones respecto al objeto de estudio y muchas menos si la búsqueda se realizaba desde la perspectiva del turismo, lo que da pie a introducir en el escenario un relevamiento sobre el patrimonio cultural inmaterial tan necesario para la cultura y el turismo.

La gastronomía, desde la mirada turística, pasó de ser una actividad secundaria, es decir: satisfacer una necesidad básica del ser humano a ser el motivo principal del viaje, dando lugar a un nuevo segmento: “el turismo gastronómico”, que en la última década tomó mayor relevancia y abarca no tan solo el producto final (plato típico de la región), sino también la cadena de producción, elaboración y de consumo convirtiéndolo en un importante recurso de desarrollo local.

Este estudio en particular trata una temática relevante en la actualidad, ya que uno de los objetivos del turismo gastronómico es contribuir a salvaguardar el patrimonio y dar a conocer a través de él la cultura del país. A su vez puede resultar de interés para profesionales del turismo que deseen continuar con investigaciones relacionadas a la gastronomía desde la perspectiva del patrimonio y el turismo.

No obstante, esta investigación presenta debilidades relacionadas principalmente a la escasez de antecedentes académicos disponibles. Las publicaciones que se encontraron de características similares eran de otros países y las que pertenecían al territorio nacional giraban alrededor de las comunidades migrantes en Argentina y las influencias que estas ejercieron en la cultura argentina.

Por otro lado, los pocos artículos que trataban sobre la gastronomía de Norte argentino ya resultaban atemporales, por lo que no se los pudo usar como antecedentes académicos.

Con relación al primer objetivo específico que determinó el valor patrimonial de las tradiciones gastronómicas de los valles de la provincia de Salta, se optó por analizarlo en dos instancias.

Inicialmente, se analizó el valor patrimonial de la gastronomía regional: si bien se encontraron antecedentes como el Día de la Empanada en la ciudad de Salta o el nombramiento de la localidad de Chicoana como Capital Nacional del Tamal, no se halló a nivel provincial ninguna norma que declare o resguarde a la gastronomía como parte del patrimonio inmaterial de Salta, aunque se está trabajando en una ley marco.

La carencia de normativas que resguarden la gastronomía regional como patrimonio cultural inmaterial, hace que la provincia no posea un registro patrimonial de los elementos que la conforman, corriendo el riesgo de que queden olvidadas recetas invaluable, que con la fusión de elementos pierdan sus orígenes, es decir que no se contribuye a la salvaguarda del patrimonio.

Uno de los retos que afronta el sector turístico es el de contribuir a través de su desarrollo a la identificación, protección y salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. La salvaguardia consiste en asegurar su viabilidad a través de su recreación y transmisión continua. Se debe garantizar la función propia del patrimonio, logrando un equilibrio entre las relaciones de las comunidades y otros interesados, y que el uso comercial no distorsione el significado del patrimonio ni su finalidad (Secretaría de Turismo de la Nación, 2018, p.7).

Desde el ámbito provincial y municipal, principalmente el capitalino, se llevan a cabo acciones tendientes a preservar y promocionar la gastronomía regional, como lo es el proyecto de fortalecimiento de gastronomía “Sabor a Salta”, implementado por el

Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, que busca ser el motor de desarrollo económico, cultural y social de las localidades que lo integran, o las distintas acciones de promoción llevadas a cabo por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Municipalidad de la Ciudad de Salta, como la revolución gastronómica, celebración del día de la empanada o los cortos publicitarios gastronómicos “Cocina con Alma”. Acciones que dan una pseudo patrimonización de la gastronomía regional.

No obstante, se puede afirmar que el valor patrimonial del recetario tradicional de los valles, está dado por la puesta en valor de las comunidades que se ven reflejadas a través de sus elementos, productos, técnicas y sabores, las que son transmitidas de generación en generación.

Seguidamente, se identificó a aquellos elementos que pertenecen a la gastronomía de los valles, notando que, si bien existe una regionalización de la materia prima y de los platos emblemáticos, algunos son compartidos a nivel provincial como: las empanadas, tamales y humitas e incluso, debido a la influencia incaica; también son compartidos con otras provincias y países latinoamericanos. Claro ejemplo de ello es el maíz base de la comida aborigen, consideradas por muchos un alimento sagrado de Iberoamérica, o la quinoa nombrada como alimento sagrado de las antiguas culturas andinas.

Tal como afirma Fernández Chiti (2002), el patrimonio cultural intangible está estrechamente relacionado con el folclore, que no es más que el estudio de las tradiciones culturales y genuinas de un pueblo.

Se puede afirmar que al momento de degustar una empanada salteña no solo se está consumiendo el legado transmitido de generación en generación, si no que se está ante una “verdadera” embajadora culinaria (Sorba, 2021),

Ésta empanada, en el caso de Salta, está compuesta por los ingredientes de los valles, comino, pimentón, ají, cebolla verde o de verdeo, papa, huevo, carne vacuna, es la conjugación perfecta entre productos ancestrales y aquellos que fueron traídos por los españoles.

Como concluyen las investigaciones realizadas por Martínez de la Rosa (2015), la patrimonización de elementos culturales inmateriales ayuda a reducir el riesgo de aculturización de las sociedades.

Así mismo Acha Zapata (2018) resalta la importancia de contar con un programa nacional del patrimonio gastronómico.

En la misma línea, el estudio realizado por Conforti y Mariano (2020) concluye que una práctica cotidiana, como lo es el cocinar, involucra la memoria colectiva y la identidad de una comunidad, por lo que es posible trasmitirla a otros, como parte fundamental de la patrimonización.

Como conclusión de este primer objetivo, se puede afirmar que a pesar de no contar con una norma escrita que lo afirmen, las tradiciones gastronómicas poseen valor patrimonial.

Respecto al segundo objetivo específico que plantea la potencialidad turística de las tradiciones gastronómicas, evaluando su atractividad, aptitud y disponibilidad se las trató de manera general lo que se refleja en diversos eventos muy representativos de los valles de la provincia.

En cuanto a la atractividad, al observar las cualidades intrínsecas y al analizar los resultados obtenidos en el primer objetivo, se puede afirmar que la representatividad y autenticidad, que poseen las tradiciones gastronómicas de los valles, está dada por la riqueza de sus sabores y de su cultura.

Cuando se analiza cómo el turista obtiene información sobre la gastronomía de los valles se observa que los blogs de viajeros, medios del *trade* turístico y notas relacionadas a la temática, poseen un escaso conocimiento de las comidas regionales de la provincia. *Influencer* que se dedican al turismo durante su estadía destacan, la mayoría de las veces, las particularidades de la gastronomía salteña, donde siempre se mencionan las empanadas, tamales, humitas.

En cuanto a la comunicación que realizan las instituciones públicas, al navegar por las webs oficiales, lo relacionado a la gastronomía no es de fácil acceso, la información que está cargada es solo un breve párrafo descriptivo que contiene un link para descargar más información. Si a esto se lo compara con sitios oficiales de otras provincias como la de Jujuy o Santiago del Estero se observa que la información se presenta de manera más amigable.

Al momento de realizar la búsqueda de información relacionada al perfil de los turistas, no se encontró ningún estudio por parte de los organismos públicos. No obstante, la Organización Mundial del Turismo (2019) indica que los visitantes que efectúan turismo gastronómico son aquellos que tienen como motivo principal de viaje conocer y disfrutar de la identidad culinaria del destino dándole la misma importancia a la gastronomía y a la visita de museos.

Lo siguiente a analizar es la aptitud, en el estudio de perfil del turista que lleva a cabo el Ministerio de Turismo de la provincia, se indaga brevemente sobre la percepción de la gastronomía, pero la información obtenida resulta insuficiente para poder determinar a ciencia cierta el grado de satisfacción de los visitantes, tampoco permite tener información sobre: los platos elegidos, los lugares dónde los consumió, cuáles fueron los que más le gustaron, etc.

Actualmente la provincia carece de circuitos que sean netamente relacionado a las tradiciones culinarias, las mismas pasan a ser un complemento de circuitos como los del vino en los que el turista arriba a un local gastronómico en el que puede optar por comida de pasos (maridajes), o por elaboraciones que incluyan el vino. Sin embargo, se encontró que los eslabones que forman parte de la cadena de valor la gastronomía regional no trabaja de manera conjunta.

Así mismo se resalta la ausencia de un centro de interpretación en donde se inculque al turista la historia de la gastronomía de Salta y su evolución, siendo éste un eje elemental a la hora de demostrar la importancia de la gastronomía salteña.

Finalmente analizando la disponibilidad es necesario remarcar que la provincia de Salta, es un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional, solo en el año 2018 arribaron 1.817.968 turistas (Ministerio de Turismo y Cultura de la Provincia de Salta, 2018), y que el área geográfica que circunscribe esta investigación, más elegida por los turistas, es la comprendida por las localidades: Salta Capital, Cafayate, Cachi, San Carlos, Molinos, Seclantás, Coronel Moldes, Chicoana, La Caldera, San Lorenzo, por lo que cuenta con infraestructuras y caminos en buen estado para poder lograr que los turistas se desplacen sin tener mayores inconvenientes.

La provincia de Salta es un destino para visitar durante todo el año, por este motivo los establecimientos gastronómicos ofrecen en sus menús comidas regionales durante todo el año, ejemplo de ello es la empanada que no lleva materia prima de estación por lo que sin importar en que época se visite Salta es posible consumirla, incluso en algunos locales venden empanadas frizadas posibilitando el traslado de las mismas a otros puntos de la república.

Con relación a la disponibilidad temporal de las materias primas, una de las referentes de la gastronomía, remarcó que el choclo en chala, zapallo anco y cayote, son algunos de los productos que son de estación, no obstante, en algunos lugares se trabaja con algunos ingredientes que mediante mejoradores se puede llegar a cosechar todo el año, o se trabaja con materia prima congelada, lo que permite contar con ella y con productos regionales todo el año.

A modo de conclusión de este apartado se puede afirmar que, si bien se encuentra disponible información sobre la gastronomía, la misma es escasa y siempre remite a los mismos platos, por lo que se debería trabajar en una promoción más inclusiva que permita que de apoco se vayan conociendo otras opciones. Así mismo resulta imperativo gestionar operativos que permitan observar e interpretar las principales tendencias de turismo gastronómico en los valles. Finalmente, la capacidad de integración que tiene la gastronomía es muy amplia, si bien ya se viene trabajando en algunos circuitos, es necesario hacerlo de manera cooperativa.

Por último, tal como se indicó al comienzo, se presenta la discusión de eventos culturales de la zona de estudio, que resaltan por la importancia que tomaron a nivel nacional como festivales folclóricos, y también por la afluencia de turistas que generan.

Comenzando por la atraktividad, la cualidad intrínseca de estos eventos está dada por ser grandes difusores del folclore. Si bien la gastronomía no es el eje principal de los mismos, generan un gran movimiento a nivel local, por lo que los pueblos ven colmada su capacidad hotelera lo que habilita la venta de comida regionales tanto en el predio, durante la realización del festival como en el pueblo durante todo el día. Al ser eventos que ya cuentan con renombre, forman parte del calendario de eventos nacionales. El

visitante que quiere participar de ellos puede encontrar mucha información navegando en la web.

Si bien, al igual que con la gastronomía, no se encontraron estudios específicos relacionados a las preferencias de los turistas, el que la capacidad hotelera se vea colmada por la realización de estos eventos denota la gran atraktividad que tienen.

Respecto a la aptitud son acontecimientos de gran convocatoria, la capacidad de uso varía de acuerdo al día y a los artistas, tal como se lo mencionó en el apartado de resultados, no obstante, generan una gran afluencia en los pueblos, por lo que muchos optan por disfrutar de otras actividades que se realizan de manera simultánea. La capacidad de integración de los eventos está dada por la realización de actividades complementarias. Por la gran convocatoria que poseen es posible la implementación de productos que vinculen a toda la cadena de valor de la gastronómica incluyendo su aprendizaje. Por último, se analizó la disponibilidad: los festivales se encuentran en localidades que cuentan con rutas de acceso en buen estado y los servicios de líneas, en esas fechas, refuerzan sus servicios.

Los eventos centrales se realizan en lugares ya establecidos, al aire libre; los predios cuentan con un sector de venta de comida regional. Estos festivales se llevan a cabo en los meses considerados temporada alta con el propósito de obtener mayor afluencia turística.

Finalmente, para concluir se puede afirmar que estos eventos son de gran atractivo tanto para turistas como para salteños. Al igual que con la gastronomía, es necesario realizar un estudio en profundidad para conocer el perfil del turista y amoldar la oferta a lo que se busca. La realización de este tipo de eventos ayuda a la puesta en valor de las tradiciones gastronómicas ayudando a las mismas a integrarse a la oferta de las localidades.

Tal como sostiene Domínguez Nacayama (1994) para que los bienes culturales sean considerados de interés turístico deben cumplir con tres grandes requisitos.

En esa línea las investigaciones realizadas por Puentes, Martínez y Pisitale (2012), Troncaso y Arzeno (2019) y Méndez, Cano, Vaca (2019) que abordan al turismo gastronómico desde distintas perspectivas, afirman que esta tipología de turismo va tomando mayor importancia con el correr del tiempo por lo que resulta imperativo continuar con estudios que tengan como eje no tan solo lo tradicional, sino también las fusiones que se realizan.

En conclusión, teniendo en cuenta todo lo expuesto, se puede afirmar que la gastronomía regional forma parte del patrimonio cultural inmaterial de la provincia de Salta, aunque carezca de un marco legal que sustente dicha afirmación y que a su vez poseen potencialidad turística ya que lo referido a las tradiciones culinarias resultan atractivas, principalmente por que la identidad salteña se ve reflejada en los platos, con un valor intrínseco tanto a nivel turístico como cultural.

Atraer al turista para satisfacer una necesidad natural, como es el alimentarse, resulta una experiencia doblemente satisfactoria: ya que se toma contacto con la cultura típica y además se experimentan nuevos sabores.

El turismo gastronómico busca además el desarrollo de las comunidades, la creación de puestos de trabajos decentes que ayuden a construir una economía y sociedades resilientes y sostenibles (OMT, 2021). Esto quiere decir que el turismo no solo es atractivo para la demanda, si no que pasa a ser un impulsor económico para las comunidades.

Esta investigación se puede complementar con entrevistas a otros actores de la sociedad, como pueden ser sociólogos o nutricionistas que expliquen cómo fue

evolucionando la gastronomía hasta la actualidad, teniendo en cuenta los motivos por los que se dejaron de utilizar algunos de los ingredientes, si existió reemplazo de los mismos, y la eventual historia de su modificación o desaparición, es decir contar la historia detrás de los platos, lo que enriquecería la narrativa. Por otro lado, se recomienda ampliar el territorio que abarca la investigación ya que como se mencionó anteriormente, muchas de las tradiciones gastronómicas son un común denominador en toda la provincia, compartiendo incluso la misma narrativa.

Si bien ya se viene trabajando en torno a la promoción de las tradiciones gastronómicas de los valles, se recomienda dar mayor protagonismo a platos como el guaschalocro, carbonada o postres como el anchi, platos que no cuentan con tanta difusión. También es necesario trabajar de manera coordinada y conjunta con todos los eslabones que forman parte de la cadena de valor de la gastronomía, desde el agricultor hasta el chef que prepara y vende los platos, para poder diseñar productos innovadores que revaloricen las tradiciones gastronómicas.

La cultura culinaria puede, con las nuevas técnicas e ingredientes, producir resultados de gran interés; por lo que es necesario incorporar el turismo gastronómico como un elemento de recuperación del turismo.

Para lograr este posicionamiento es necesario la creación de un circuito turístico que tenga como protagonismo las tradiciones gastronómicas, en donde cada localidad oferte sus platos emblemas, como la carbonada, guaschalocro, sus formas de preparación y cocción. Además, poder guiar al turista hacia lugares y personas que respondan al conocimiento ancestral de los alimentos, lo que resultaría un doble atractivo. Una ruta gastronómica permite revalorizar la producción local, une a productores, cocineros y establecimientos gastronómicos, también permite disminuir la estacionalidad productiva

local, es decir que durante todo el año el turista encontrará estos productos lo que ayuda a respaldar la identidad cultural de los destinos.

## Referencias

- Bonduri, C. y Frigerio, L. (1995). *Salta a la Olla*. Salta, AR: Sca Canal 2.
- Conforti, M. & Mariano, M. (2020). De ollas y fogones: La producción sociocultural del patrimonio y sus performatividades. Un abordaje de caso en la Provincia de Buenos Aires, Argentina. *Revista Cuadernos* 57. PP 73-93. Recuperado de <http://revista.fhycs.unju.edu.ar/revistacuadernos/index.php/cuadernos/article/view/368>
- Domínguez de Nakayama, L. (1994). *Relevamiento Turístico*. Santa Fe, AR Centros de Estudios Turísticos.
- Donadio, P. (10 de Junio del 2012). *Sabores de Cachi*. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2338-2012-06-10.html>
- El Gourmet (S.F). *Comer en los Valles Calchaquies*. El gourmet. Recuperado de <http://elgourmet.com/noticias/comer-en-los-valles-calchaquies>
- Fernández Chiti, J. (2003). *Artesanía, folklore y arte popular*. Buenos Aires, AR: Condorhuasi.
- Google Arts & Culture. (2021). *Argentina a la mesa*. Recuperado de <https://artsandculture.google.com/project/argentinian-food>
- Honorable Congreso de la Nación Argentina. (21 de julio del 2016). *Declaración de Capital Nacional del Tamal*. [ Ley 27.259 del 2016]. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27259-263646/texto>
- Honorable Concejo Deliberante de Salta. (14 de noviembre del 2003). *Establecer en el ámbito de la ciudad de Salta el 4 de abril como día de la empanada salteña*. [ Ordenanza 12.988 del 2003]. Recuperado de <http://200.68.105.23/cdsalta-digesto.gov.ar/ordenanzas/O-2003-12086.htm>
- Mendez, F; Cano, F. & Vera, J. (2019). Estudio de la oferta turística , para el análisis nutricional de los platos típicos Revista. *Difusiones* 17 (17). PP 236-260. Recuperado de <http://revistadifusiones.net/index.php/difusiones/article/view/216>
- Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes. (2018). *Sabor a Salta*. Salta Argentina. Recuperado de <http://turismo.salta.gov.ar/contenido/2735/sabor-a-salta>
- Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte. (2018). *Anuario de gestión*. Recuperado de [http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/anuario\\_2018.pdf](http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/anuario_2018.pdf)
- Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2021). *Cocina y Vinos*. Recuperado de <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/cocina-y-vinos/>
- Ministerio de Turismo y Deportes. (2021). *¿Qué Hacer?* Recuperado de <http://turismosalta.gov.ar/contenido/2308/Qu%C3%A9%20hacer%20y%20conocer>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de Turismo de la OMT*. Madrid España. DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>

- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico de la OMT y el Basque Culinary Center*, Madrid España DOI: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-05-13/guia-para-el-desarrollo-del-turismo-gastronomico-de-la-omt-y-el-basque-culi>
- Puente, M. Martínez, G. & Spitade, G. (2012). Diagnostico de la potencialidad Turística del Patrimonio Cultural Inmaterial. Estudio de Casos: Dptos Arauco y San Blas de los Sauces, La Rioja -Argentina. *Revista TURyDES* 5(13) Recuperado de: [https://www.eumed.net/rev/turydes/13/potencialidad\\_turistica\\_patrimonio\\_cultural.html](https://www.eumed.net/rev/turydes/13/potencialidad_turistica_patrimonio_cultural.html)
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos del turismo, Teoría, clasificación y actividad*. San José, CR: Universidad Estatal a Distancia.
- Secretaría de Cultura y Turismo Ciudad de Salta. (14 de Agosto 2019). *Carbonada de Campo* (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VEzxrkc1YA>
- Secretaría de Turismo de Santiago del Estero. (2021). *Gourmet*. Recuperado de <http://www.turismosantiago.gob.ar/index.php?id=gourmet>
- Secretaria de Turismo Presidencia de la Nación. (2018). *Plan estratégico de turismo gastronómico de la República Argentina*. Recuperado de <https://www.yvera.tur.ar/cocinar/documentos/a1abe9ca-0cfb-42d4-b0e2-da7c0736481a.pdf>
- Secretaria de Turismo Presidencia de la Nación. (2016). *Relatoría Foro CocinAR Salta*. Recuperado de <https://www.yvera.tur.ar/cocinar/documentos/7d09e80c-d533-487f-bf6d-d1d7b0d7d7e9.pdf>
- Sroba, P. (2021). *Santa Empanada*, BuenosAires, AR: Planeta.
- Troncoso, C y Arzeno M. (2019). Turismo, gastronomía y producción agraria en la provincia de Jujuy (Argentina): actores, dinámicas y transformaciones asociada a la valorización de productos tradicionales. *Investigaciones Turísticas* (18) PP 169-192. Recuperado de <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.18.08>
- Torres, G., Fontán, L. y Santoni, M. (2004). El alimento, la cocina étnica, la gastronomía nacional. Elementos patrimoniales y un referente de la de identidad cultural, *Scripta Ethnologica*. (26). PP 55-66. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/98744?show=full>
- UNESCO (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo Manual Metodológico*. PP132-140. Recuperado de [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd\\_manual\\_metodologico\\_1.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf)
- Zapara Acha, S. (2018). Patrimonio gastronómico peruano realidades y perspectivas para un programa nacional. *Turismo y Patrimonio*. PP 9-24. Recuperado de : <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.01>
- Word Tourism Organization [UNWTO] (24, octubre de 2021). Felicitaciones por el 76 aniversario de las Naciones Unidas [Publicación de Instagram]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CVZ9JUToQ3Q/>