

Gastronomía y atractivos turísticos en Salta (Argentina): entre las políticas públicas y el conocimiento experto

Claudia Alejandra Troncoso¹

Resumen: La gastronomía de la provincia de Salta (Argentina) se ha perfilado como un atractivo turístico relevante en los últimos años. Este trabajo aborda los procesos por los cuales ciertos alimentos se instalan como atractivos en esta provincia de la mano de una propuesta oficial que los presenta como patrimonio. El diseño metodológico de la investigación involucra el análisis e interpretación de un conjunto de fuentes secundarias (documentos oficiales y material promocional), así como de información primaria (entrevistas personales con referentes del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta y con expertos que participaron de las iniciativas oficiales para promover la gastronomía). Los resultados dan cuenta del proceso por el cual se definen las especificidades de una gastronomía salteña presentada como patrimonio y orientada al turismo, donde se destaca una alianza entre la política pública y el saber experto gastronómico para la elaboración de un “mapa” gastronómico provincial.

Palabras clave: turismo; gastronomía; patrimonio; Salta; Argentina.

Gastronomia e atrativos turísticos em Salta (Argentina): entre as políticas públicas e o conhecimento de especialistas

Resumo: A gastronomia da província de Salta (Argentina) emergiu como uma importante atração turística nos últimos anos. Este artigo aborda os processos pelos quais certos alimentos são promovidos como atrações nesta província por uma proposta oficial que os apresenta como patrimônio. A metodologia da pesquisa inclui análise e interpretação de fontes secundárias (documentos oficiais e material promocional), bem como de informação primária (entrevistas semiestruturadas com representantes do Ministerio de Turismo e Eportes de Salta e com especialistas que participaram das ações oficiais de promoção à gastronomia). Os resultados mostram o processo pelo qual se definem as especificidades de uma gastronomia local apresentada como patrimônio e orientada para o turismo, destacando a aliança entre a política pública e especialistas em gastronomia, com o objetivo de elaborar um “mapa” gastronômico provincial.

Palavras-chave: turismo; gastronomia; patrimônio; Salta; Argentina.

Gastronomy and tourist attractions in Salta (Argentina): between public policy and expert knowledge

Abstract: Salta's gastronomy has emerged as a relevant tourist attraction in recent years. This paper addresses the processes by which local food is promoted as a heritage attraction in this Argentinian province. This process was initiated as part of an official proposal that presents them as local legacy. The methodology involves the analysis and interpretation of a set of secondary sources (official documents and promotional material), as well as primary information (personal interviews with representatives of the Ministerio de Turismo y Deportes de Salta and with experts who took part in the official gastronomy initiatives). The results show details of the process by which the specificities of local gastronomy are defined by an alliance between tourist public policy and gastronomic experts in order to elaborate a provincial gastronomic “map”.

Keywords: tourism; gastronomy; heritage; Salta; Argentina.



Como citar este artículo: Troncoso, C. (2025). Gastronomía y atractivos turísticos en Salta (Argentina): entre las políticas públicas y el conocimiento experto. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 8(16), e55446. <https://doi.org/10.26512/patryter.v8i16.55446>

Recibido: 1 de septiembre de 2024. **Aceptado:** 4 de noviembre de 2024. **Publicado:** 15 de mayo de 2025.

¹ Profesora Adjunta de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Investigadora del CONICET/Argentina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1390-2594>. E-mail: claudia.a.troncoso@gmail.com.

1. Turismo y gastronomía: dimensiones patrimoniales en juegoⁱ

La historia del vínculo entre turismo y gastronomía es extensa y en el proceso de consolidación de esta relación algunos aspectos referidos a la comida recibieron atención y tratamiento patrimonial por parte de diversos sectores de la sociedad y, de forma específica, por actores involucrados con el turismoⁱⁱ. El interés turístico por la comida remite, en buena medida, a las especificidades culturales y geográficas que parecen representar determinados alimentos o preparaciones (Hall & Sharples, 2003). Así, conocer lugares a partir de un viaje turístico ha implicado, entre otras cosas, acceder a una gastronomía específica que progresivamente irá asociándose al conjunto de manifestaciones culturales de estos lugares de destino.

Esto se vincula, a su vez, con procesos de interés y reconocimiento patrimonial que, durante el siglo XX, han involucrado un conjunto cada vez más nutrido de aspectos vinculados con la cultura. La idea de patrimonio asociada inicialmente a objetos materiales (patrimonio material construido) incluye progresivamente distintas manifestaciones culturales, entre ellas, aquellas identificadas como inmateriales o intangibles. La propia UNESCO (que otorga la distinción de Patrimonio Mundial desde 1972) aprueba, en 2003, la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial la cual crea una Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad que contiene el conjunto de manifestaciones culturales que han sido reconocidas por el organismo en esta categoría. En la década de 2010 el organismo comienza a reconocer en ella distintos aspectos y manifestaciones vinculadas con la gastronomía y la alimentación (Bak-Geller, Matta & Suremain, 2019; Hernández Ramírez, 2018)ⁱⁱⁱ. Pero también otras formas “no oficiales” de reconocimiento patrimonial tendrán lugar. En efecto, el tratamiento en clave patrimonial de alimentos, prácticas culinarias y gastronomía, sin mediar designaciones oficiales que los reconozcan como tales, cobra relevancia. Y esto se hará presente en iniciativas que buscan incentivar el turismo presentándolos con cualidades patrimoniales (producto de tradiciones, herencias, costumbres específicas de determinado lugar).

El interés del turismo por la gastronomía también se comprende tomando en cuenta las formas más generales de considerar los alimentos y la gastronomía desde las últimas décadas del siglo XX en las sociedades occidentales. En un contexto

de estandarización en las formas de producir alimentos (a partir de la progresiva consolidación de un mercado mundial) y de tendencias que parecen marcar la homogenización del mundo, las particularidades culturales asociadas a la producción y preparación de alimentos cobran una valoración especial (Hernández Ramírez, 2018; Csergo 2016). En este contexto, el interés por las comidas locales, étnicas, específicas de determinados lugares se destaca (Csergo 2016). Esto vendrá de la mano de la consagración de chefs que adquieren renombre internacional con propuestas gastronómicas innovadoras y creativas asociadas, en muchos casos, a estas cocinas tradicionales^{iv} (Matta, 2019; Barnes, 2017).

En este contexto, los actores interesados en estimular el consumo turístico trabajarán en esta asociación entre destinos turísticos y especificidades gastronómicas como parte de los procesos para crear atractivos turísticos y estimular el turismo en determinados lugares (Contreras & Medina, 2023; Hall & Sharples, 2003; Richards, 2002). La presentación de la gastronomía como patrimonio (formalmente reconocida o no) será un aspecto que también entrará en juego. Las narrativas que se construyen, por ejemplo, desde la promoción oficial elaboran asociaciones entre comidas y lugares que hablan de dónde se producen los alimentos, cómo esto se lleva adelante y a quiénes involucra (Kneafsey, Maye, Holloway & Goodman, 2021). En las iniciativas oficiales, esto implica, en ocasiones, recurrir a expertos que esgrimen saberes validados socialmente para avalar este tipo de narrativas patrimoniales, gastronómicas y geográficas. En efecto, las asociaciones entre el estado y los expertos han sido analizadas como procesos por los cuales se legitima el accionar de ambos actores: el conocimiento de los expertos (especialistas convocados a participar en la acción pública) es ofrecido al estado para llevar adelante prácticas específicas con información respaldada por la ciencia, al tiempo que el reconocimiento estatal a los expertos también legitima socialmente su carácter de especialista (Clavaud & Prud'homme, 2018; Neiburg & Plotkin, 2004). Estas ideas respecto de los expertos podrían ser consideradas también para otro conocimiento no necesariamente académico o científico, como el relacionado con la formación y el entrenamiento profesional en materia gastronómica. La figura de los chefs viene siendo notoria e influyente en las formas en que se concretan las prácticas de alimentación y los sentidos y valores que se otorgan a los alimentos (Matta, 2019; Barnes, 2017). También constituyen una voz autorizada a la que el turismo ha recurrido con frecuencia cuando

se trata de crear asociaciones entre una gastronomía específica y un destino turístico (Richards, 2002).

La Argentina no ha sido ajena a estos procesos. En el norte del país, la presencia de productos y preparaciones asumidas como locales se han destacado como atractivos turísticos a lo largo de tiempo. Recientemente, y acompañando la valorización de la gastronomía en general, y especialmente por parte del turismo, en la provincia de Salta (figura 1) se han generado varias iniciativas para incentivar la valorización de alimentos y preparaciones locales como atractivos haciendo énfasis en su carácter patrimonial.

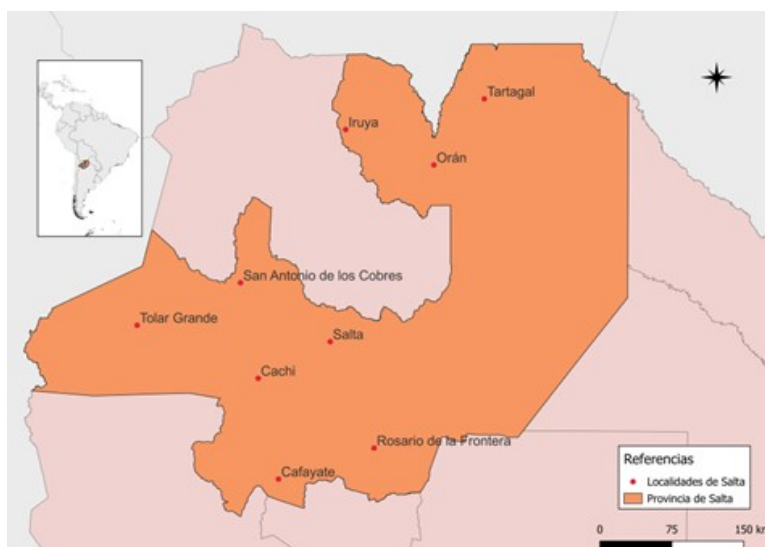
A partir de estas iniciativas el trabajo propone los siguientes interrogantes que orientan la indagación: ¿quiénes (y cómo) definen cuáles son los productos y preparaciones asociadas a la identidad salteña que se cargan de valor patrimonial?; ¿qué conocimiento está involucrado en esta selección?; ¿cuáles son las estrategias que permiten establecer vínculos entre alimentos típicos/gastronomía y territorio provincial para dar cuenta del carácter (cultural y geográficamente) específico de esta gastronomía?

Considerando estos interrogantes, el trabajo tiene por objetivo abordar los procesos por los cuales ciertos alimentos se instalan como atractivos turísticos de la provincia de Salta como parte de una propuesta oficial que los presenta con un carácter patrimonial (es decir, referentes identitarios, típicos y distintivos de la provincia). Este proceso se analiza atendiendo a los actores involucrados (específicamente el poder político y el saber experto), las formas de conocimiento implicadas y las ideas difundidas que construyen un vínculo entre territorio provincial y

alimentos/gastronomía. Estas indagaciones, en definitiva, buscan sumar elementos para conocer los procesos -y los actores y prácticas concretas que le dan forma- por los cuales se definen elementos patrimoniales involucrados en correspondencias exclusivas entre aspectos culturales/patrimoniales (gastronómicos) y ámbitos geográficos específicos (Kneafsey, *et al.*, 2021; Goodman, Goodman & Redclift, 2010; Cook & Crang, 1996).

El diseño metodológico de la investigación involucra el análisis e interpretación de un conjunto de fuentes secundarias reunidas a partir del relevamiento de documentos variados, así como de información primaria generada a partir de entrevistas personales. Entre las fuentes secundarias se analizaron documentos oficiales (lineamientos de política pública, informes con resultados de relevamientos sobre alimentos y preparaciones gastronómicas, propuestas para la implementación de programas específicos, etc.) y material promocional dirigido a turistas que difunde información acerca de alimentos y preparaciones gastronómicas salteñas. Las fuentes de información primaria, por su parte, se componen de un conjunto de entrevistas personales realizadas con referentes de la política pública provincial encargados del fomento de la gastronomía como atractivo turístico (Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta, áreas de Desarrollo de Productos – actualmente Experiencias Turísticas- y de Capacitación) y otras realizadas a expertos en actividades productivas agrarias y en gastronomía local (quienes han sido convocados para las iniciativas de política turística relacionadas con la promoción de la gastronomía como atractivo provincial).

Figura 1 – Localidades de la provincia de Salta, Argentina



Fuente: elaboración propia, 2024.

2. Salta y su gastronomía: actores y estrategias en la creación de atractivos relacionados con alimentos

La gastronomía del norte argentino ha sido uno de los atractivos valorados a lo largo del tiempo para este destino turístico. En particular, en el conjunto de alimentos y preparaciones consolidados como atractivos turísticos se han destacado platos de la cocina regional (por ejemplo, las empanadas, el locro, la humita, los tamales, entre los más conocidos) que suelen ser apreciados durante las visitas turísticas a la zona. En las últimas décadas, diferentes lugares del norte fueron consolidándose como destinos turísticos, destacándose en el contexto nacional. En ellos la gastronomía fue cobrando protagonismo como un elemento específico de estos lugares de la mano de estos platos tradicionales, así como también de otros asociados a una gastronomía innovadora en base a productos agrarios de la zona (distintos tipos de maíces y papas, frutas, hortalizas, condimentos, hierbas, carne de llama, etc. sumados a platos asociados a una gastronomía refinada) (Troncoso & Arzeno, 2019; Arzeno & Troncoso, 2012). Como parte de este proceso, en la provincia de Salta, este consumo turístico de productos gastronómicos y agrarios ha sido incentivado en el marco del impulso oficial que se le ha dado al turismo en esta jurisdicción desde inicios del siglo XXI.

2.1. La política pública: apelar a la gastronomía como atractivo (en clave patrimonial)

El estímulo a la gastronomía como atractivo turístico ha ocupado un lugar protagónico en los planes de desarrollo del turismo salteño diseñados a nivel provincial en las últimas dos décadas (Plan Estratégico de Turismo Salta Sí+ 2010-2020 y Plan Estratégico de Turismo de la provincia de Salta 2022-2027). En efecto, en estas iniciativas, la gastronomía se ha definido como uno de los ejes (o “productos”) en los cuales se trabaja para definir una identidad turística provincial (que también se apoya en otros productos como el turismo de naturaleza, el turismo cultural y el turismo del vino). Este lugar otorgado a la gastronomía tiene, a su vez, base en una intensa tarea de promoción oficial a través de varias campañas publicitarias diseñadas por el gobierno provincial donde la gastronomía local tiene un lugar central (Troncoso, 2021)^v (figura 2).

Entre las iniciativas específicas orientadas a incentivar la gastronomía se destaca el Programa de Fortalecimiento a la Gastronomía iniciado en 2016 (que formaba parte del Plan Estratégico de Turismo

Salta SI+ vigente en ese momento). El programa incluyó un relevamiento de alimentos típicos o tradicionales en el contexto provincial y la capacitación a emprendedores turísticos en cuestiones relativas a productos y preparaciones tradicionales^{vi}. Como resultado del relevamiento se elaboró una cartilla que se distribuyó como material promocional dedicado a difundir los atractivos vinculados con alimentos y gastronomía en la provincia (*Sabor a Salta* de 2018 –Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2018-)^{vii}. La capacitación, por su parte, implicó la organización de instancias de formación con interesados en el desarrollo de emprendimiento gastronómicos. Esta capacitación estuvo a cargo de chefs vinculados a una escuela de cocina con sede en la ciudad de Salta (capital provincial) reconocida por sus propuestas para apostar a una gastronomía innovadora recurriendo a productos tradicionales del norte argentino. Ambas tareas se pensaron de manera articulada en tanto el relevamiento proveería insumos para los cursos de capacitación (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2015). Como parte de este programa, además, a partir de 2022 se desarrolla un programa complementario que busca incentivar la vinculación de los prestadores de servicios de gastronomía con los productores de alimentos típicos. Este programa (Programa Restaurantes Slow Food Km 0) se inscribe en la filosofía general del movimiento Slow Food; especialmente en Salta otorga certificaciones a productores y establecimientos gastronómicos que cumplen con ciertos estándares requeridos para acceder a estas distinciones. En el caso de los productores se prioriza la producción orgánica o agroecológica, las huertas saludables, etc. En el caso de los restaurantes se premia la vinculación con este tipo de productores, la incorporación en el menú de preparaciones con productos identitarios o recetas ancestrales y el abastecimiento en las cercanías al establecimiento (menos de 250km) (Entrevista personal, Áreas de Productos Turísticos y de Capacitación, Ministerio de Turismo y Deportes, diciembre de 2022).

¿Qué buscaba el Programa de Fortalecimiento a la Gastronomía? En sus documentos se afirma que la meta era: “impulsar a la gastronomía - basada en la diversidad cultural, social y étnica- como motor del desarrollo económico, cultural y social” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016a, p. 1) para lo cual se preveía como pasos previos (también incluidos en el propio programa):

Figura 2 – Promoción turística oficial de la gastronomía salteña



Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de Salta. Material entregado en la vía pública en 2019.

... un necesario impulso al rescate de tradiciones; la investigación científica y tecnológica de la gastronomía, la identificación de productos originarios vinculados a zonas geográficas y acervos culturales específicos, que podrían ser registrados y protegidos con marcas, sellos de calidad o con denominaciones de origen; la sistematización de nuestras comidas regionales, el estudio de productos emblemáticos. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016a, pp. 1)

Asimismo, también se procuraba generar condiciones para vincular de manera concreta los intereses en materia turística con otros relacionados con la dinámica productiva (especialmente para pequeños productores agropecuarios). Específicamente se buscaba que esta iniciativa: "... coopere con la inclusión social de empresas micro, pequeñas y medianas vinculadas a los alimentos y bebidas", así como "la articulación con el ámbito rural y de producción de alimentos regionales" (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2015, p. 3).

Estos puntos de partida sobre los que se apoya el programa permiten recuperar algunas ideas

nucleares de la iniciativa. Por un lado, la clara intención de apelar a una gastronomía con herencia recuperando tradiciones históricas en materia culinaria que no tienen distinciones formales como patrimonio. Por otro lado, la asociación entre productos alimentarios, zonas geográficas y acervos culturales. Asociado a esto, la intención es generar formas de reconocimiento distintivo (tanto por la procedencia geográfica como por las cualidades en términos de calidad). Esto, a su vez, tendría como horizonte alcanzar condiciones de desarrollo para los actores involucrados (especialmente aquellos dedicados a actividades agropecuarias). Se expresa, a su vez, que todas estas cuestiones requieren estudios detallados y conocimientos especializados que estarían involucrados en los dos aspectos centrales del plan: relevamiento y capacitación. Interesa en los dos puntos a continuación comentar y analizar: el relevamiento en materia de productos, preparaciones y tradiciones culinarias realizado (2.2) y las especificidades que definieron las instancias de capacitación del programa (2.3). Estos dos aspectos son analizados como instancias en los que se ponen en juego diferentes formas de la experticia en materia de producción agraria, alimentos y culinaria para definir una gastronomía atractiva desde el punto de vista turístico.

2.2. Conocimiento científico, relevamientos y repertorios patrimoniales gastronómicos

El Programa de Fortalecimiento de la Gastronomía para Salta implicó poner en marcha una tarea específica que ha sido denominada Relevamiento, Investigación Histórica y Mapeo de la Gastronomía de Salta. Este trabajo estuvo a cargo de una especialista en agronomía y gastronomía contratada como consultora para realizar la tarea. El relevamiento implicó un recorrido por la provincia visitando distintas localidades y consultando a los pobladores acerca de los productos y preparaciones históricas que guardaban vigencia en la actualidad. El recorrido por la provincia fue realizado con personal del Ministerio y desde el organismo se proveyó un listado de entrevistados potenciales. Asimismo, al llegar a cada localidad los representantes de los organismos municipales de turismo fueron organizando las tareas en cada jurisdicción (visita a establecimientos productivos, gastronómicos, encuentro con entrevistados, etc.) (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, p. 6). Así, en gran medida, desde la órbita estatal se seleccionó al conjunto de referentes para la realización de las entrevistas a partir de las cuales se recogieron las apreciaciones locales respecto de los

alimentos. La idea, según la consultora, era recopilar la información que brindaran los entrevistados de tal modo que los resultados tuvieran la validación de ellos (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022).

Como resultado del relevamiento se elaboró un informe en el que se presenta el panorama gastronómico provincial acompañado de un recetario en el que se buscó sistematizar recetas de platos tradicionales vigentes en el contexto provincial. El informe se presentó como

... un mapa de sabores por regiones de la provincia que incluye: comidas elaboradas típicas y representativas; sistemas productivos de alimentos vinculados a la región, que además son insumo de las comidas de la región, siguiendo el concepto 'del campo al plato' por un lado, y de sustentabilidad local que permite el comercio local de productos y comidas por el otro; la historia y las costumbres que enmarcan tanto a las comidas elaboradas como la producción de alimentos actual. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 2)

Más allá de crear información de interés sobre alimentos y preparaciones culinarias, el relevamiento tenía también otros propósitos. Por un lado, brindaría las bases para posicionar a Salta como destino a través de “incentivar innovaciones que contribuyan al posicionamiento regional, nacional e internacional de la gastronomía de Salta” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016a, p. 1). Por otro lado, se instaba a que este relevamiento pudiera dar paso al diseño futuro de itinerarios turísticos vinculados con la gastronomía y a la generación de marcas distintivas para los alimentos. Así se expresa en uno de los documentos:

No debe dejar de incluir tanto alimentos como productos alimenticios que puedan adquirirse en la región, o que hablen de la parte historia de la misma generando un producto turístico que pueda dar respuesta a una ruta alimentaria, así como identificar productos de calidad o emblemas de la región (productos que califiquen potencialmente como DO, IPG, Orgánicos, etc.). (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2015, pp. 15)

El propio esquema de relevamiento suponía desde el inicio un recorrido más o menos exhaustivo por el territorio provincial focalizando en lo distintivo de cada lugar en relación con los temas señalados. ¿Cuáles son, entonces, estos aspectos distintivos de la gastronomía provincial según el programa? En principio, al dar cuenta de las especificidades que tiene la gastronomía provincial,

el trabajo de relevamiento destaca un conjunto de elementos que parecerían ser propios de la provincia (en el sentido de que no se encuentran en otras jurisdicciones a nivel nacional). De manera complementaria, también va a ser central la pervivencia en el tiempo de la utilización de productos, técnicas y preparaciones. Esto implica trazar una genealogía que se extiende desde momentos iniciales establecidos en un contexto prehispánico hasta la actualidad. Estas ideas aparecen de manera central en el documento cuando se afirma:

Detrás de cada comida hay una historia. La cultura culinaria salteña tiene esta característica que la diferencia del resto de las cocinas provinciales, la historia de cada pueblo y la consistencia cultural que mantiene viva esta historia en el curso del tiempo. En términos generales las comidas salteñas tienen una fuerte impronta indígena, manteniendo su sabor y aroma originario, trazadas por la historia en cada pueblo... (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 59)

Los alimentos que se producen en términos generales son autóctonos de la región americana. Por este motivo, al ser alimentos que se producen hace centurias, están totalmente arraigados y se manifiestan en la cultura del comer en todo sentido y en todas las localidades. Las variaciones de productos podrían responder a algunas mejoras genéticas que son producto de la selección natural en casi todos los casos y permanecen casi intactos en todos los menús. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 73)

A partir de sentar un origen de la gastronomía provincial en momentos prehispánicos, los cambios generados en el contexto colonial se suman a un devenir de la culinaria local de manera no problemática resultando en una fusión armónica donde productos y preparaciones se complementan:

Algunos cultivos que fueron introducidos en la etapa de la colonización fueron adoptados e incorporados a los menús diarios, sin dejar de lado los alimentos originarios, que siguen vigentes en el consumo general de alimentos de los salteños. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 73)

Otro de los rasgos de la gastronomía salteña al cual se le dará relevancia es la correspondencia actual entre lo que se produce y lo que se come en cada lugar de la provincia: “Respecto a los

ingredientes cultivados y las recetas que se cocina en la actualidad, existe una fuerte correlación. Casi en la mayoría de las regiones *lo que se cultiva es lo que se come.*” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, p. 60; énfasis en el original).

Asimismo, el panorama salteño de producción de alimentos destaca la pequeña escala. La atención en este tipo de producción tiene que ver con los propósitos del estudio en sí que busca focalizar en pequeños productores asumiendo que su vinculación con el turismo (a través de la gastronomía) podría ser una vía para mejorar sus condiciones productivas. A su vez, la atención se centró en la producción de *specialties* y no de *commodities* (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022) y por este motivo, si bien las actividades productivas comerciales a gran escala tienen un lugar destacado en el panorama productivo provincial, el énfasis en ellas es menor contribuyendo a esta idea de una provincia de pequeños productores especializados en cultivos tradicionales.

Además de los aspectos que distinguen a la gastronomía salteña de otras, hay un énfasis marcado en resaltar las especificidades regionales dentro de la propia provincia. Esta idea está en la base del relevamiento (diseñado, justamente, para generar información en este sentido) pero también recupera una estrategia que se venía implementando desde la órbita estatal provincial procurando multiplicar la diversidad de la gastronomía salteña al interior provincia (Troncoso, 2021).

La identificación de particularidades se apoya en señalar una relación estrecha entre los aspectos físico-naturales de las diferentes áreas de la provincia, la producción de alimentos que en ellas se desarrolla y las preparaciones elaboradas con esos alimentos. La gastronomía, a su vez, aparecerá fuertemente asociada a otros aspectos culturales (conocimientos, técnicas y herramientas empleadas en la producción agraria y la elaboración culinaria; usos de los alimentos y eventos en los que se consumen, etc.): “Todas las combinaciones de relieve, suelo, clima y agua, más el agregado cultural permite regiones que se distinguen por sus producciones de alimentos, cocina y paisaje” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, p. 28) (figura 3).

Este panorama regional diferencia distintas situaciones. Por un lado, se distinguen áreas donde estas correspondencias se encuentran bien “consolidadas”; es el caso de los Valles Calchaquíes (localidades de Cafayate y Cachi), para los cuales se afirma: “A diferencia de otras regiones, la gastronomía presenta platos de comida que son anteriores a la conquista del inca, dando una fuerte

Figura 3 – Promoción de producción de pimientos en Valles Calchaquíes



Fuente: Página oficial de Instagram del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (@visitsalta).

Publicación: 20 de mayo de 2021.

identidad diaguita a la región, algo distintivo, con fuerte arraigo y cuyo valor permanece en el tiempo” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, p. 34).

Por otro lado, se identifican zonas para las cuales estas correspondencias son laxas. Para el sur de la provincia (alrededores de Rosario de la Frontera), lugar de producción de cultivos comerciales (soja, poroto) asociados a procesos de modernización de la agricultura, se afirma: “...a diferencia de las arraigadas costumbres vallistas [Valles Calchaquíes], muchos lugares de la provincia y del país también, tiene producciones de alimentos que no tienen que ver con la identidad de la población circundante. En esta región es el caso” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016c, p. 2-3).

En otros casos, el relevamiento sobre gastronomía provincial parece no responder a ciertas expectativas previas respecto de lo que señalarían los locales en relación a sus prácticas culinarias. Este fue lo que aconteció en torno a la sopa de maní. Esta preparación generalmente asociada a la gastronomía boliviana, también tiene una presencia importante en la provincia. En el relevamiento que se realizó aparecía como una de las preparaciones más consumidas en el norte salteño

(donde se localizan Orán y Tartagal). Al respecto la consultora explica: “En el Ministerio no querían tomar la idea de que la sopa de maní es la comida más comida de Orán. Es una comida boliviana. Pero es la comida más comida en Orán. Entonces, ¿cuál es la comida emblema del lugar?” (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022).

A partir de lo señalado, se evidencia que las influencias que ha recibido la gastronomía provincial son tratadas de diferente manera: mientras aquellas provenientes de un pasado más remoto (colonización española) son presentadas como una incorporación armónica, aquellas más recientes vinculadas a los procesos de modernización agraria y las relacionadas con aspectos comunes con países limítrofes parecen atentar contra la idea de una gastronomía salteña con características propias y distintivas con raíces históricas y asentadas en el tiempo. Es decir, no todas las situaciones encontradas en el relevamiento parecen responder al carácter patrimonial que busca atribuirse a la gastronomía provincial. El caso de la sopa de maní, además, pone en tensión la idea de exclusividades salteñas asociadas a su gastronomía^{viii}.

El tratamiento patrimonial de la gastronomía provincial también se ilustra con el recetario elaborado como producto del mismo relevamiento. Éste debía incluir una serie de recetas de las preparaciones culinarias identificadas en la provincia y como resultado del trabajo fueron relevadas 300 recetas en diferentes localidades (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022). Aquí nuevamente se fijaron puntos de partida y se crearon consensos para el trabajo de consultoría. Desde el organismo estatal, el interés en la elaboración del recetario estaba vinculado con la progresiva pérdida de las formas tradicionales de las preparaciones culinarias locales:

Uno de los objetivos de la provincia era tratar de recuperar las viejas formas de preparación. Sobre todo de la empanada porque (...) notaban que se iba perdiendo la forma de hacer. De cómo hacían las abuelas. Entonces muchas de las entrevistas fueron a personas que pudieran transmitir la forma de hacer de comidas originarias de cuando ellos eran chicos. (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022)

La elaboración del recetario suponía, así, una tarea consensuada en torno a sus objetivos y alcances, entre los que se incluía la estandarización de las recetas que lo componían para evitar estas transformaciones. Esto implicaba la homogenización de las preparaciones en términos

de sus ingredientes, cantidades y formas de presentación. Así se expresa esta idea en uno de los informes en relación con la empanada:

Respecto a las recetas el objetivo es generar la información necesaria para que los elaboradores de comida (sea cocineros profesionales, propietarios) tengan la empanada salteña estandarizada para poder sostener la calidad en el tiempo, y que además esto sea homogéneo para los que venden este producto tan emblemático. Entre otras cosas el ingreso de nuevos actores a la producción de comidas elaboradas, al modificar las recetas, diluyen el producto original alejándose del sabor y técnica original, lo que hace perder la identidad alimentaria. El recetario intentará marcar un camino para que tanto la comida como el proceso se mantengan en el tiempo. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2015, pp. 15)

Para esto se establecen “modelos” que sirven de patrón para hacer empanadas. En efecto, en uno de los informes se señala que se estableció “un paradigma de la empanada salteña” que tiene como modelo las empanadas de dos locales comerciales de la ciudad de Salta. Parte del trabajo de consultoría consistió en degustar esas empanadas para “identificar los sabores genuinos”. Esto incluía tener en cuenta imágenes de estas versiones en su presentación final que también servían para orientar el aspecto que debe tomar el plato terminado (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2015, p. 15-16).

Estos consensos buscaron fijar y congelar en el tiempo una versión (actual y vigente, pero con referencias a una herencia incorporada) de la receta de la empanada que parece estar al borde de una transformación irreversible. Caben, en relación a esto, todas las observaciones realizadas en torno al tratamiento que el patrimonio recibe en las sociedades actuales: el recurrir al pasado para una activación con motivos e intereses del presente; la cristalización de una versión (entre otras posibles) de una expresión gastronómica y cultural; la negación de las transformaciones hacia el futuro (a partir de esa cristalización) que está en consonancia con su inmutabilidad a lo largo del tiempo (reforzada por la valoración positiva acerca de las comidas que no han cambiado) (Hernández Ramírez, 2018; Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Esta caracterización sustenta de manera fuerte una lectura patrimonial sobre la gastronomía salteña que ha sido su marca distintiva como atractivo turístico. Linaje, genealogía, pervivencias y proyección al futuro se definen a partir de una herencia actualizada por actores específicos

interesados, en este caso, en apuntalar una identidad turística apoyada en la gastronomía.

Pero más allá de lo pautado por el Ministerio y lo acordado al inicio del relevamiento también la consultora puso a consideración algunas ideas propias a modo de recomendaciones “fuera de agenda”. Así, por ejemplo, sugiere la creación de rutas alimentarias en torno a un producto en particular (como propuesta propia y no algo previsto inicialmente desde la esfera oficial) aprovechando las diferentes manifestaciones que tiene en distintos lugares de la provincia:

Si bien el espíritu de esta investigación surge de la necesidad de identificar diferentes opciones culinarias para diferenciarse de las tradicionales empanadas, humitas y tamales fue notable las particularidades encontradas en cada región respecto a estas comidas, donde nuevamente lo cultural y la disponibilidad alimentaria genera una interesante base estratégica que podría posibilitar construcciones para nuevos productos turísticos con rutas culinarias que a partir de un producto pudieran trazarse a través de las diferentes regiones. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 60)

Y se ofrece un ejemplo:

Como ejemplo se mencionan las humitas que son diferentes en cada región y que bajo una misma denominación expresa diferencias culturales, de proceso, de sabor, de forma y de ingredientes en cada región, siendo plausible la construcción conceptual de “la ruta de la humita”. Este concepto es trasladable a otras comidas que cumplan con las mismas características. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2016b, pp. 2-3)^{ix}

Esta iniciativa pone en evidencia que el relevamiento no estuvo completamente dirigido desde la órbita estatal y la experta fue más allá de los intereses específicos fijados por el ministerio. Retomando el caso de la sopa de maní, ésta también da cuenta de miradas diferentes respecto de cómo considerar a la preparación entre estos actores involucrados en este proceso: los representantes del estado y del saber experto no necesariamente coinciden en sus apreciaciones. En este caso, además, la consultora buscó “validar” su postura frente a las autoridades del organismo (Entrevista personal concedida por consultora, julio de 2022) recurriendo a la información relevada acerca de la relevancia de esta preparación en el norte de la provincia (a pesar de sus fuertes asociaciones con la cultura culinaria boliviana). Las discusiones en torno a esta preparación, además de cuestionar las

correspondencias exclusivas entre lugares y gastronomía, ponen en evidencia las negociaciones existentes entre los actores que participan de la elaboración de estas caracterizaciones patrimoniales, en este caso, asociadas al interés por destacar la gastronomía como atractivo turístico.

2.3. Saber y experticia culinaria: rescate de lo tradicional y recurso a la creatividad

La participación de los expertos en estas iniciativas de la política pública incluyó a aquellos que se desempeñan como chefs. Ellos brindaron las capacitaciones orientadas a titulares y cocineros de emprendimientos gastronómicos provinciales. La capacitación procuraba iniciar a los emprendedores en la utilización de una gama amplia de productos tradicionales salteños para generar, a su vez, nuevas preparaciones a ser incorporadas en los menús en sintonía con la gastronomía local distintiva que se buscaba instalar. Esta intención queda graficada en las expresiones que una de las funcionarias del ministerio utilizó en dos oportunidades en el contexto de entrevistas personales realizadas. En mayo de 2022 puntualizó que el programa buscaba que los empresarios gastronómicos se diversificaran para que “salgan de la milanesa con papas fritas” y en diciembre de ese año señaló que procuraba: “sacarlos de la humita y el tamal” (entrevistas personales, Área de Productos Turísticos, Ministerio de Turismo y Deportes, 2022). En la mirada oficial, la tradicional comida regional salteña precisaba ser acompañada de otros platos para diversificar lo ofrecido en materia gastronómica y esto requería innovación y creatividad. Asimismo, demandaba fortalecer el vínculo entre productores y empresarios gastronómicos (entrevista personal, Área Capacitación, Ministerio de Turismo y Deportes, diciembre de 2022).

En efecto, estas capacitaciones se ofrecen en un contexto provincial donde el uso de productos distintivos locales en la gastronomía es un proceso relativamente reciente que ha ido creciendo con el tiempo. En general, estos productos formando parte de propuestas gastronómicas “gourmet” se ofrecen en algunos restaurantes puntuales de los destinos más concurridos de la provincia (ciudad de Salta y Cafayate y Cachi en los Valles Calchaquies) en un proceso que se inició a comienzos del siglo XXI. Este proceso estuvo marcado por dificultades, por parte del sector gastronómico, para hacerse de estos productos, incorporarlos a platos y sumarlos a una carta. Así lo expresa uno de los capacitadores que además es un reconocido chef que ha iniciado esta tendencia a la

incorporación de productos locales en la gastronomía salteña:

Esta es la época de todo lo que son los tubérculos andinos, porque no solamente son papas, y la variedad que hoy conseguimos en los mercados, hace diez años ni la soñábamos” [...] “Todo lo que es las yungas salteñas que vendría a ser la selva, ya hay productores de frutas tropicales. Ahora conseguimos maracuyá fresca que antes era imposible. (Entrevista personal concedida por chef capacitador, mayo de 2022)

Si bien esto ha cambiado a lo largo de los años y hoy es posible encontrar productos de toda la provincia en el Mercado Municipal de la ciudad de Salta, donde se abastecen los chefs, las dificultades perviven. En efecto, es frecuente que los restaurantes obtengan los productos para sus platos de lugares fuera de Salta. La provisión de quinoa, por ejemplo, se realiza desde Bolivia y desde la provincia de Jujuy donde se están dando procesos de recuperación de este cultivo en el marco de políticas agrarias de a nivel nacional (Troncoso & Arzeno, 2019). La producción de papas andinas, por su parte, proviene de una cooperativa con sede en Jujuy (aunque también, en menor medida, de una fundación que organiza su producción en Salta) y para abastecerse de carne de llama (otro de los productos estrella asociados a la gastronomía del norte argentino) los chefs salteños recurren también al ámbito jujeño donde hay circuitos de comercialización de este tipo de carne.

Más allá de estas dificultades, las capacitaciones procuran brindar los puntos de partida para consolidar estas tendencias de aprovechamiento de productos y preparaciones locales por parte de los establecimientos gastronómicos salteños orientados al turismo. En el contexto provincial existen chefs renombrados que han buscado definir una identidad profesional a partir de recrear preparaciones históricas poco conocidas en la actualidad y también a partir del uso novedoso de alimentos tradicionales. Desde inicios de la década de 2000 existe una escuela de cocina especializada en lo que denomina “cocina andina” y “cocina de altura”. Para la primera (cocina andina), según lo que se plantea desde la escuela, se recrean “de forma fiel los platos precolombinos” mientras que “la cocina de altura es utilizar esos productos [productos tradicionales andinos] fusionándolos, si se quiere, con la técnica de la cocina de vanguardia, la cocina moderna, para crear platos más gourmet o con más trabajo” (Entrevista personal concedida por chef capacitador, mayo de 2022). Esta institución de formación gastronómica es la que

participó de las instancias de capacitación que organizó el Ministerio de Turismo y Deportes desde 2018 a 2022. Asimismo, fueron estas concepciones respecto de ambas cocinas las que se pusieron en juego en estos cursos de formación. Desde la escuela, además, se equiparan estas cocinas con la filosofía de Slow Food y Km0 (que se busca promover desde el gobierno) en tanto se afirma que ellas tienen en su base la idea de una elaboración culinaria “con aquello cercano y propio del lugar” (entrevista personal concedida por chef capacitador, mayo de 2022).

Las capacitaciones se orientaron a ofrecer un panorama de las formas de aprovechamiento gastronómico de productos locales de la provincia, identificados por áreas dentro del territorio provincial (los contenidos de la capacitación distinguen productos de la Puna, de los Valles Calchaquies, del sur provincial y de las Yungas) (entrevista personal concedida por chef capacitador, mayo de 2022). Aquí se recurre a la idea de identidad asociada a productos alimenticios y gastronómicos como elemento articulador de la propuesta de capacitación. Así, en uno de los cursos se afirma como punto de partida que: “Pocos aspectos de la cultura reflejan tan bien la identidad de una región como su cocina, en ella se sintetiza la memoria histórica que integra tradiciones, fiestas, creencias; son expresión del medio geográfico, del clima, de las raíces” (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2020). También se agrega que:

Los productos típicos de una región no solo sirven para afirmar los rasgos propios de esta y caracterizarla frente a la demás, sino que además pueden constituir un valiosísimo recurso económico a partir del turismo. Entonces es preciso arraigarse, en nuestras cocinas, en los sabores que forjan nuestra identidad y permanecer en armonía con el territorio para lograr ese valor que busca y disfruta el turista. (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2020)

Aquí aparece, nuevamente, la idea de la gastronomía como un elemento identitario en la que se conjugan aspectos naturales y culturales específicos (y exclusivos) pero también se invita a los emprendedores salteños a reconocer en la gastronomía un referente de su propia identidad. Y esto, a su vez, se presenta como un paso indispensable para ofrecer un servicio gastronómico: reforzar una identidad propia es el vehículo de una propuesta gastronómica de interés para el turista.

En relación con esto último, las capacitaciones involucran de manera más explícita

las demandas del turista actual. Así lo explica uno de los chefs encargados de la capacitación:

... un francés no va a venir a comer comida francesa a Salta porque seguramente en Francia va a comer mejor. Viene a probar nuestros productos y no solamente a probar nuestros productos, sino a contar toda la historia que hay atrás de esos productos o de algunas preparaciones. Ellos vienen a buscar una experiencia más que otra cosa, entonces servir un plato que carece de identidad o carece de una historia por detrás es medio vacío. Si lo podemos hacer y poder contarle la historia que hay atrás de ese plato, de esos productos es como mucho más completa la experiencia y por supuesto el turista lo agradece. (Entrevista personal concedida por chef capacitador, mayo de 2022)

Aquí se pone en juego la idea de experiencia, tan cara al marketing y a las estrategias de comercialización turísticas actuales. Lo que se vende, además del plato de comida con carácter patrimonial, es la experiencia que vincula producto agrario, cultura, saberes, entornos geográficos, historia en pos de generar experiencias sensoriales, emotivas, cognitiva, etc. que vuelvan significativo el viaje turístico (Collinson, 2018).

Si se considera el aporte experto en este caso, el conocimiento, la indagación y la experticia culinaria puestas al servicio de estas cocinas se presentan como un trabajo de rescate que implica recuperar “lo que se ha perdido”. Así, en la mirada de los chefs, el aprovechamiento de producciones locales para brindar servicios gastronómicos depende de un saber construido a partir de trabajo de investigación que ha permitido dilucidar cómo eran los platos culinarios en la actual Salta antes de la llegada de los españoles para intentar recuperar ingredientes, preparaciones, técnicas que fueron olvidadas. Aquí la situación de otros países andinos como Bolivia y Perú es una referencia insoslayable:

Porque nosotros tenemos una cultura gastronómica, una historia muy rica que, a diferencia de Perú y de Bolivia, acá quedó en el olvido. [...] Los productos que tenemos son muy parecidos incluso los platos, y la gastronomía que había y la forma de prepararlo eran iguales. Pero Perú y Bolivia supieron conservar esa cultura y acá fue totalmente reemplazada. Si se quiere no solamente por la conquista, sino después por la corriente inmigratoria que tuvimos que fueron muy fuertes” [...] “Es como que hay un movimiento y se están empezando a generar esos productos para reconstruir esa gastronomía que teníamos olvidada (Entrevista personal

concedida por chef capacitador, mayo de 2022).

Rescate y reconstrucción del patrimonio gastronómico son encarados por este saber experto culinario que pone el conocimiento al servicio de iniciativas públicas y del desarrollo de una actividad que se concibe como clave para el desarrollo provincial.

3. Consideraciones finales

La investigación llevada adelante procuró conocer dimensiones de aquellos procesos por los cuales la gastronomía se instala como un atractivo turístico presentado como patrimonio en la provincia de Salta. Para ello se analizó en particular el accionar del estado a partir de las iniciativas recientes delineadas desde el organismo oficial dedicado al turismo en la provincia. Este accionar implicó la participación de expertos a quienes se recurrió para avalar estas propuestas a partir del despliegue de sus conocimientos, sus interpretaciones y su experticia. En relación con esto, interesa aquí exponer algunas reflexiones retomando aspectos tratados en los puntos precedentes.

En términos de sus alcances, el análisis realizado muestra que estas iniciativas de estímulo al turismo gastronómico recurren a un tratamiento de alimentos y preparaciones culinarias que apoyan la idea de que la gastronomía es objeto de un tratamiento patrimonial. Para ello la gastronomía se presenta como un referente de la identidad provincial. De manera complementaria, las interpretaciones que realizan los actores involucrados están permeadas por una apuesta al carácter “objetivamente” auténtico (Wang, 1999) de la gastronomía mostrándola como genuina, verdadera, no intervenida y como pervivencia sin cambios (o con cambios positivos o armónicos que otorgan otras vetas a este carácter auténtico). Por último, como acontece con otros elementos patrimoniales, aparece expresada la necesidad de resguardar esta gastronomía para su proyección hacia el futuro evitando que atravesase ulteriores transformaciones.

Esta identidad gastronómica es activamente creada a partir de la participación de los actores vinculados a estas iniciativas de política turística; tanto su condición de patrimonio como su carácter auténtico es producto de un proceso social en el que se destacan actores específicos. En este sentido, por un lado, desde el estado y con la colaboración de los expertos se moldea, consensúa y negocia una forma de presentar la gastronomía provincial que pivotea entre las exclusividades provinciales (“lo salteño” en

el contexto nacional) y una riqueza interna distribuida en regiones que se presentan como claramente diferenciadas, con identidades propias que la gastronomía ayuda a precisar. Por otro lado, estas acciones se presentan como un rescate activo porque, si bien este legado se presenta como vivo, su vigencia se actualiza constantemente, entre otras formas, mediante intervenciones como las que encara el estado provincial recurriendo al saber experto. Por último, la innovación creativa en materia gastronómica también se presenta como parte de este rescate y, lejos de oponerse a la “autenticidad” de la gastronomía local (en tanto implica una transformación), es asumida como un cambio que parece resaltar e incluso honrar ese legado.

Estas ideas y acciones están respaldadas por saberes validados socialmente puestos al servicio de iniciativas públicas que también buscan legitimarse a partir de valorar referentes identitarios que son presentados como patrimonios compartidos a nivel provincial: la iniciativa vinculada a estimular el turismo está respaldada frente a la sociedad en general por sus intenciones de rescate patrimonial (el cual se asume cercano a su desaparición) y de búsqueda del desarrollo (para contextos que lo requieren).

Para concluir, se puede señalar que en este impulso a la gastronomía no están ausentes las inquietudes, demandas, preocupaciones vigentes en las sociedades actuales que valorizan lo diferente, lo no estandarizado, lo local en materia gastronómica tanto en las prácticas cotidianas como en los viajes turísticos. Así, el interés del turista se cuela también interviniendo en estos cambios, orientando las formas que toman las gastronomías locales (Hernández Ramírez, 2018). Este aspecto en particular puede ser un punto de partida para futuras indagaciones que complementen lo trabajado aquí.

4. Referencias bibliográficas

- Arzeno, M. & Troncoso, C. (2012). Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la Quebrada de Humahuaca (Argentina). *Revista de Geografía Norte Grande*, 52, 71-90. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022012000200005>
- Barnes, C. (2017). Mediating good food and moments of possibility with Jamie Oliver: Problematising celebrity chefs as talking labels. *Geoforum*, 84, 169-178. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.09.004>
- Claveau, F. & Prud'homme, J. (2018). *Experts, sciences et sociétés*. Montreal: Les Presses de l'Université de Montreal.
- Collinson, P. (2018). Consuming traditions; artisan food and food tourism in Western Ireland. In X. Medina & J. Tresserras (Ed.). *Food, gastronomy and tourism. Social and cultural perspectives* (pp. 31-48). Guadalajara: Universidad de Guadalajara
- Contreras, D. de J. & Medina, X. (2023). *Las valoraciones del patrimonio alimentario y sus vínculos con el turismo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Cook, I. & Crang, P. (1996). The world on a plate: culinary culture, displacement and geographical knowledges. *Journal of Material Culture*, 1(2), 131-153. <https://doi.org/10.1177/135918359600100201>
- Csergo, J. (2016). Tourisme et gastronomie. Quelques réflexions sur les conditions d'émergence d'un phénomène culturel. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 35(2). <https://doi.org/10.7202/1040342ar>
- Goodman, M., Goodman, D. & Redclift, M. (2010). *Consuming Space. Placing Consumption in Perspective*. Farnham: Ashgate.
- Graham, B., Ashworth, G. & Tunbridge, J. (2000). *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*. Londres: Arnold Publishers.
- Hall, C. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (Ed.). *Food Tourism around the World. Development, management and markets* (pp. 1-24). Burlington: Elsevier.
- Hernández Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Cultura-Hombre-Sociedad*, 28(1), 154-176. <https://doi.org/10.7770/cuhso-v28n1-art1236>
- Kneafsey, M., Maye, Holloway, D. L. & Goodman, M. (2021). *Geographies of food. An introduction*. Londres, Nueva York, Oxford, New Delhi, Sydney: Bloomsbury Academic.
- Bak-Geller, S., Matta, R. & Suremain, Ch-E. (2019). Introducción. In S. Bak-Geller, R. Matta & Ch-É. de Suremain (Coord.) *Patrimonios alimentarios. Entre consensos y tensiones* (pp. 17-29). San Luis de Potosí: El Colegio de San Luis.

- Matta, R. (2019). Celebrity chefs and the limits of playing politics from the kitchen. In J. Dürrschmidt, & Y. Kautt (Ed.) *Globalized eating cultures. Mediation and mediatization* (pp. 183-201). Cham: Palgrave Macmillian.
- Ministerio de Deportes y Turismo de Salta (2015). *Primer informe de avance de consultoría. Plan de trabajo y propuesta metodológica aprobado por el MCyT*, octubre de 2015.
- Ministerio de Deportes y Turismo de Salta (2016a). *Informe provisorio de consultoría*, septiembre de 2016.
- Ministerio de Deportes y Turismo de Salta (2016b). *Informe Final de consultoría. Relevamiento de los principales antecedentes de la Gastronomía de Salta en las diferentes épocas y regiones, desde el Incario a la actualidad*, octubre de 2016.
- Ministerio de Deportes y Turismo de Salta (2016c). *Quinto informe de avance de consultoría. Informe de actividades de relevamiento realizadas en el período del 01/08/ al 04/08*, septiembre de 2016.
- Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2018). *Sabor a Salta*. Salta: Ministerio de Turismo y Deportes de Salta.
- Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2020). *Clase "Cocina con identidad". Programa integral de Re-capacitación Turística*, mayo de 2020. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=rucgOCOX108>
- Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2022). *La receta para un verano inolvidable*, 1:11 min. <https://www.youtube.com/watch?v=K0T9Twdz6vw>
- Neiburg, F. & Plotkin, M. (2004). *Intelectuales y expertos*. Buenos Aires: Paidós.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? In A. M. Hjalager & G. Richards (Ed.). *Tourism and gastronomy* (pp. 2-20). Londres: Routledge.
- Troncoso, C. (2021). Turismo, comida y lugares: imágenes de la promoción oficial para el noroeste argentino. *Espacios. Revista de Geografía*, 12(22), 213-237. <https://doi.org/10.25074/07197209.22.2046>
- Troncoso, C. & Arzeno, M. (2019). Turismo, gastronomía y producción agraria en la provincia de Jujuy (Argentina): actores, dinámicas y transformaciones asociadas a la valorización de productos tradicionales. *Investigaciones Turísticas*, 18, 169-192. <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.18.08>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

Notas

ⁱ Investigación realizada en el marco del Proyecto “Turismo ‘en los márgenes’. Nuevos atractivos y lugares de destino de la Argentina turística” PIP-CONICET 2015-2017.

ⁱⁱ Para un análisis histórico de este vínculo, véase Csergo (2016).

ⁱⁱⁱ Durante esa década, la gastronomía mexicana, la francesa y la dieta mediterránea contarán con el sello de Patrimonio Mundial de la UNESCO en esta categoría y otras le seguirán desde ese momento.

^{iv} Tal vez los casos de los chefs Alex Atala (para el caso de Brasil) y Gastón Acurio (para Perú) sean los más destacados de este fenómeno en el contexto latinoamericano.

^v Esta promoción de la gastronomía tuvo su punto destacado en la pieza audiovisual elaborada en 2022 (“La receta para un verano inolvidable”) organizada a partir de un guion en el que los atractivos turísticos de la provincia son presentados como ingredientes de una receta (la receta, a su vez, constituye la experiencia turística de visitar la provincia y disfrutar de todos los atractivos presente en el territorio salteño). La pieza incluyó como elemento novedoso la participación de dos generadores de contenido en redes sociales especializados en el rubro gastronómico que se mostraban cocinando una receta de empanadas y visitando distintos lugares de la provincia de Salta (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2022).

^{vi} Esto coincide, temporalmente con el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo Gastronómico de la República Argentina (conocido como Plan CocinAR) iniciado en 2016 que también buscó destacar como atractivo turístico a la gastronomía argentina a nivel nacional.

^{vii} La cartilla retoma buena parte del contenido de los informes generados como parte del programa que se analizan en este trabajo (algunos aspectos sobre este tema serán comentados más adelante).

^{viii} La sopa de maní fue, finalmente, incluida como preparación emblema de la región identificada como norte verde en el folleto que elaboró el ministerio para difundir la gastronomía salteña (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2018, p. 28).

^{ix} El folleto *Sabor a Salta* brinda una receta única para la humita (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2018, p. 17) aunque la variedad de expresiones aparece reconocida en la publicación (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2018, p. 12).