



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

SDI
SECRETARÍA DE
DESARROLLO INSTITUCIONAL



ITP
Instituto de Trabajo
y Producción

► **2013**
Año del Bicentenario
de la Asamblea General
Constituyente de 1813

Proyecto

Rutas Gastronómicas Mendoza

OBJETIVO GENERAL

Promover el desarrollo del turismo sustentable en la provincia de Mendoza por medio del **posicionamiento** de los **alimentos y técnicas gastronómicas** que presenten **identidad territorial**.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Definir de manera precisa el concepto **Rutas gastronómicas** y sus alcances.
2. Relevar experiencias de posicionamiento de rutas gastronómicas activas, atendiendo a las características distintivas que adquieren en otras regiones del Mundo, América Latina y Argentina.
2. Articular con sector privado, organismos públicos y ámbitos académicos vinculados a la actividad.
3. Desarrollar una propuesta de zonificación de **potenciales** rutas gastronómicas en la provincia de Mendoza.

Avanzar en el **perfeccionamiento y aplicación** concreta de un modelo de rutas gastronómicas de Mendoza a partir de un trabajo interdisciplinario.

FUNDAMENTACIÓN

El patrimonio tiene un carácter dinámico, muy alejado de los planteamientos que tienden a relacionarlo con la tradición resaltando su carácter estático, pretendiendo lastrar en el pasado el lógico devenir al que están sometidas todas las sociedades y todas sus producciones culturales (Aguilar, 2005).

Una tradición no es propiedad exclusiva de la cultura que la inventa, sino más bien de quienes la usan, porque es a partir de esta función que un objeto adquiere un significado real vinculándose, objetiva y simbólicamente, a la sociedad a la que se incorpora.

Los alimentos que ocupan la posición protagónica en el desarrollo de las rutas gastronómicas, son recursos vinculados al territorio, unión de la que aflora su carácter patrimonial.

El territorio es una construcción social que procede, a la vez, de un patrimonio ambiental y de un patrimonio cultural. Ambas dimensiones quedan estrechamente vinculadas: un recurso natural no existe como tal, y ni siquiera se reconoce, si no se movilizan al mismo tiempo tanto los conocimientos técnicos como las instituciones, los valores sociales y las representaciones, que condicionan su aprovechamiento en un ámbito social dado. (Linck, 2006).

El término patrimonio es idóneo para identificar el territorio pues sugiere una proyección temporal larga. Plantea además la imagen de un recurso complejo, cuyos componentes forman un sistema: el ecosistema artificializado, las infraestructuras, las interacciones sociales y los conocimientos, las representaciones y los valores que le dan estructura. En este sentido el patrimonio es memoria colectiva, a la vez registro de acontecimientos y experiencias pasados y sobre todo, capacidad de proyección hacia el futuro. Según Linck (2006) la patrimonialización de los recursos territoriales se relaciona con la construcción de dispositivos de apropiación colectiva, destinados a fijar los derechos de uso y de manejo y a establecer la responsabilidad de sus depositarios hacia los territorios y la sociedad.

El territorio ha adquirido valor de mercado de la mano de la globalización al revelar la convivencia de las tendencias a la homogeneización con la heterogeneización como partes indisolubles de la misma realidad global (Friedman, 1990, citado por Aguilar 2005) o, planteado en otros términos, como la coexistencia de la tipicidad con la generalización. El enfoque patrimonial del territorio propicia una visión de la calidad que tiende a definirse menos en relación con las oportunidades del mercado y a las expectativas de los consumidores y más en relación con los recursos territoriales y a sus exigencias de preservación y valorización. En otros términos, en forma no contradictoria con el planteamiento clásico, la calificación puede reinterpretarse como un proceso de incorporación (en los procesos productivos) de recursos específicos (propios del territorio considerado). Linck (2006).

Es así que la tipicidad -o sea el grado de arraigo territorial medido por la intensidad de incorporación de recursos territoriales- emerge como un atributo de calidad propio. Pero la calidad es también una construcción social, o sea, la expresión no previsible de una elección colectiva. Desde nuestra perspectiva, al enlazar la calidad con el patrimonio asumimos que ésta no puede cristalizarse porque en su esencia -el territorio- anidan fuerzas contradictorias y dinámicas, las mismas que operan en la comunidad de pertenencia. La calidad, por lo tanto, no podría quedar fijada. Sin embargo el modelo más difundido de incorporación del territorio a la definición del producto, las Indicaciones Geográficas (IG), constituyen un ejemplo en sentido contrario, pues fijan, inmovilizan, lo que por naturaleza es dinámico.

Las IG constituyen uno de los modelos hasta ahora más exitosos de apropiación del patrimonio territorial y se relacionan íntimamente con otro mecanismo de capitalización, el turismo, y especialmente cuando éste asume el formato de las rutas gastronómicas. La naturaleza, el territorio y sus tradiciones dan significado simbólico y favorecen la inserción en nichos de mercado de los alimentos que por su carácter histórico, o por exitosas estrategias comerciales, consiguen embeberse de esa identidad. Las rutas alimentarias juegan un papel importante en ambos casos, validando una imagen o construyéndola.



El vínculo entre las rutas alimentarias y las indicaciones geográficas no es caprichoso. Vinos y Quesos son los alimentos que acumulan más distintivos de calidad referenciados territorialmente y son también ellos los que muestran mayor cantidad de rutas alimentarias desarrolladas. Las IG se han desarrollado en Europa y muy poco en otros lugares del mundo; notándose además un fuerte predominio, casi un uso exclusivo, en los países del Mediterráneo: Francia, Italia, España y Grecia. Las rutas alimentarias, tomadas en sentido amplio cómo el vínculo construido entre el alimento y el turismo, existen en casi todo el mundo aunque no siempre adquieran carácter formal.

En éste proyecto se presentan experiencias de rutas gastronómicas con el formato que adquieren en América Latina, Europa y USA, reconociendo las intersecciones de forma que existen pero afrontando la necesidad de establecer políticas particulares de acuerdo a los diversos estadios de desarrollo que se presentan, especialmente en el sector agrario. Se abordan los diversos formatos y su vínculo con las políticas agrarias y turísticas, enfatizándose también los aspectos relativos a la organicidad y la calidad de las rutas. Las diversas políticas que se aplican en torno al desarrollo de las rutas alimentarias quedan a la luz al considerar las fuentes de financiamiento y los subsidios con las que algunos países apoyan estas iniciativas, lo que se contrapone con la estrategia jurídica de otros o el dejar hacer de algunos que prácticamente no intervienen.

Se relacionan las rutas alimentarias con la temática de los negocios turísticos inclusivos y se aborda la situación de los alimentos nostálgicos desde la perspectiva de los países de origen abordando el potencial exportador que éste vínculo territorial genera para los países más pobres.

Finalmente, se abre un campo de discusión en torno al valor de las Indicaciones Geográficas como instrumento de valorización territorial para los países del nuevo mundo. Se propone aquí considerar la existencia de una doble normatividad, la de las IG basada en la patrimonialización del territorio y aplicable a las exportaciones, y otra basada en los estándares de inocuidad, que rige a las importaciones.



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

SDI
SECRETARÍA DE
DESARROLLO INSTITUCIONAL



► **2013**
Año del Bicentenario
de la Asamblea General
Constituyente de 1813

Proyecto

Rutas Gastronómicas Mendoza

INFORME DE CIERRE

LINEAMIENTOS GENERALES

LA ESTRUCTURA ORIGINAL PROPUESTA EN EL PROYECTO CONTEMPLABA LAS SIGUIENTES LINEAS:

1. Definir de manera precisa el concepto de Rutas Gastronómicas

Mendoza y sus alcances.

. Promover el consumo de la gastronomía regional de la provincia.

. Promover vinculo de la gastronomía regional con los vinos de la

provincia.

2. Relevar experiencias de posicionamiento de rutas gastronómicas

activas, atendiendo características distintivas que adquieren en otras regiones del Mundo, América Latina y Argentina

EUSKADI GASTRONOMIKA - PAIS VASCO

MUCHO GUSTO EN AYACUCHO - PERÚ

RUTA DEL CAFÉ - COLOMBIA

CAMINOS DEL VINO - ARGENTINA

RUTA DEL ACEITE DE OLIVA – ARGENTINA

3. Articulación con el sector privado, organismos públicos y ámbitos académicos vinculados a la actividad

- . Citar a chef, sommeliers, para que puedan contribuir al proyecto en cuanto a experiencia o información.
- . Citar referentes del sector privado (bodegas, restaurantes, bares)
- . Citar árbitros académicos

4. Desarrollar una propuesta de zonificación de potenciales rutas gastronómicas en la provincia de Mendoza

- . Establecer regiones vinculada por su identidad gastronómica.
- . Definir categorías al interior de cada región: Cocina tradicional, Popular, Étnica, Alta gastronomía.

5. Avanzar en el perfeccionamiento y aplicación concreta de un modelo de Rutas Gastronómicas de Mendoza, a partir de un trabajo interdisciplinario

Elaborar, en gestión conjunta Público/Privado/Universidad, una guía de desarrolladores gastronómicos por región, en donde sea posible degustar comidas de la provincia y el mundo.

6. Plantear soporte de aplicación vía Tics, que facilite el acceso de los potenciales clientes a las Rutas Gastronómicas Mendoza



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

SDI
SECRETARÍA DE
DESARROLLO INSTITUCIONAL

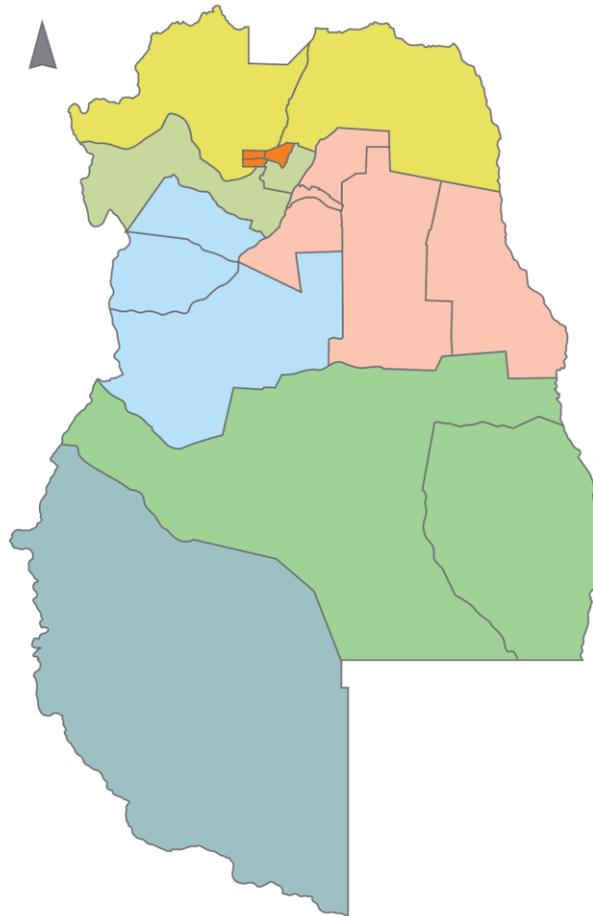


► **2013**
Año del Bicentenario
de la Asamblea General
Constituyente de 1813

Propuesta de zonificación desarrollada



RUTAS GASTRONÓMICAS DE MENDOZA



RGM 1 - ZONA URBANA
Ciudad, Guaymallén, Godoy Cruz

RGM 2 - NORTE
Lavalle, Las Heras

RGM 3 - OASIS CENTRAL
Lujan, Maipú

RGM 4 - VALLE DE UCO
Tupungato, Tunuyán, San Carlos

RGM 5 - ZONA ESTE
Junin, La paz, San Martín, Rivadavia, Santa Rosa

RGM 6 - VALLE SUR
San Rafael, General Alvear

RGM 7 - SUR ANDINO
Malargüe



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

SDI
SECRETARÍA DE
DESARROLLO INSTITUCIONAL



► **2013**
Año del Bicentenario
de la Asamblea General
Constituyente de 1813

Resultado

En función de la gestión desarrolla con el área de Relaciones Institucionales del Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza, se logro la incorporación de elementos de la propuesta de zonificación y armado general del proyecto al Programa **RUTAS GASTRONÓMICAS DE MENDOZA**, lanzado por el citado ministerio a mediados del mes de Mayo de 2013.