

# La experiencia gastronómica como dinamizadora de la oferta turística local. El caso de la localidad de San Antonio en la provincia de Jujuy

**Autor:** Darío Maximiliano Cruz  
**Institución:** Universidad Católica de Santiago del Estero  
**E-mail:** [dariomaximiliano@live.com](mailto:dariomaximiliano@live.com)  
Licenciado en turismo

## Resumen

El presente trabajo es resultado de una investigación que hemos desarrollado en una región de la provincia de Jujuy con el propósito de conocer las potencialidades que ofrece el patrimonio gastronómico como propuesta dinamizadora para el fortalecimiento de un destino turístico, que coadyuve a quebrar la marcada estacionalidad.

Seleccionamos para esta investigación a la localidad de San Antonio, ubicada en la región de los Valles y nos interesó observar, por una parte, las promociones turísticas relacionadas con la gastronomía local, y por otra, las manifestaciones del patrimonio cultural relacionadas con la gastronomía regional; para ello analizamos el calendario cultural anual y participamos de celebraciones religiosas, festividades populares, rituales ancestrales y eventos como ferias de productores y artesanos.

Nuestro interés se focalizó en el turismo cultural como instrumento dinamizador del desarrollo local, en relación con el patrimonio alimentario de la región, reflexionando sobre



las posibilidades que ofrece el turismo gastronómico para desarrollar productos innovadores que contribuyan al fortalecimiento del destino.

## Palabras clave

Gastronomía, Patrimonio, San Antonio, Turismo cultural

### *Abstract*

*This work is the result of research that we've developed in a region of the province of Jujuy with the purpose of knowing the potentials offered by gastronomic heritage as a dynamizing proposal for the strengthening of a tourist destination, which helped to break the marked seasonality.*

*We selected for this research the town of San Antonio, located in the Valleys region and we were interested to observe, on the one hand, the tourist promotions related to local gastronomy, and on the other, the manifestations of cultural heritage related to regional gastronomy; for this we analyze the annual cultural calendar and participate in religious celebrations, popular festivities, ancestral rituals and events such as farmers' fairs and artisans.*

*Our interest focused on cultural tourism as a dynamizing instrument of local development, in relation to the food heritage of the region, reflecting on the possibilities offered by gastronomic tourism to develop innovative products that contribute to the strengthening of the destination.*

### *Key Words*

*Gastronomy, Heritage, Cultural tourism, San Antonio*

## Introducción

En este trabajo presentamos resultados de un trabajo de investigación destinado a conocer las potencialidades que ofrecen las manifestaciones del patrimonio cultural relacionadas con la gastronomía para el fortalecimiento de un destino turístico. El estudio de caso se desarrolló en San Antonio, una localidad de los valles de la provincia de Jujuy

Desarrollamos la investigación desde un paradigma interpretativo empleando un enfoque cualitativo destinado a comprender fenómenos socioculturales relacionados con el turismo gastronómico. Partimos considerando que, el turismo gastronómico, no estaba suficientemente posicionado como una de las opciones más relevantes entre las ofertas turísticas de la provincia. Particularmente, en el caso de la región que nos ocupaba pudimos constatar que existían débiles propuestas turísticas en relación con otras regiones como la Quebrada de Humahuaca y la Puna de Jujuy.

Ante ello, planteamos algunos interrogantes de investigación relacionados, por una parte, con la factibilidad de ampliar la oferta turística de San Antonio a partir del turismo gastronómico, y por otra parte, con la posibilidad de considerar al patrimonio alimentario como atractivo turístico que contribuya a diversificar la oferta del destino. Así definimos como problema de investigación: ¿El patrimonio alimentario de San Antonio, posee potencial para convertirse en propuesta dinamizadora para el turismo gastronómico fortaleciendo el destino?

Los objetivos fueron conocer las potencialidades que ofrece el patrimonio alimentario local e indagar la calidad de los servicios relacionados con el turismo gastronómico que se ofrecen en la localidad de San Antonio, en los valles de Jujuy.



Figura 1- Cartel de Bienvenida al ingreso de la localidad. Fotografía del autor



Para el abordaje metodológico consideramos al campo de trabajo, en términos de Guber (2004) como una construcción propia del investigador que nutre la intelectualidad del mismo a través del proceso de investigación; por ello, nuestro campo fue constituido por prácticas y discursos relacionados con el turismo y la gastronomía de San Antonio.

Realizamos un análisis de documentación turística, observaciones en eventos culturales y entrevistas semiestructuradas. Recurrimos a diversas fuentes de información en las cuales, se contemplaron las redes sociales, la folletería y páginas web, con el objetivo de conocer los modos en que se comunican y promocionan los destinos. Participamos en distintos eventos culturales que suelen ser promocionados con fines turísticos e implementamos entrevistas semi-estructuradas a informantes clave, relacionados con la identidad local, para conocer aspectos del patrimonio gastronómico.

Codificamos y clasificamos la información a través de cuadros de análisis desagregados de conceptos, que nos permitieron desarrollar el análisis y la interpretación de los discursos en base a categorías y subcategorías analíticas establecidas a priori, en sus funciones cognitiva, pragmática y comunicativa. Dicho análisis se complementó con la técnica FODA que nos permitió realizar una síntesis aproximativa a las potencialidades del patrimonio gastronómico local y acceder a un conocimiento general de la planta turística del destino.

## El turismo gastronómico y sus perspectivas

La investigación se enmarcó en las perspectivas teóricas del turismo cultural el mismo es definido por algunas instituciones internacionales como el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), como:

“... aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (ICOMOS, 1976:1).

Dentro de las actividades culturales que se proponen en los destinos, una tipología que se adecua a este contexto desde lo teórico es el llamado “Turismo experiencial”. Este representa una excelente oportunidad de innovación para las áreas rurales, porque implica una puesta en valor de sus recursos naturales y culturales. Como sugieren algunos especialistas, es imposible separar un producto turístico de su espacio – tiempo, por ello no podemos escindir los aromas y sabores de su carga simbólica, de su geografía y de su historia. Entonces, el turismo gastronómico es una de las formas más perfectas del turismo experiencial, porque a través del disfrute de alimentos y bebidas, el turista vive una experiencia más amplia que le permite acceder al conocimiento de las tradiciones de una

cultura a través de las recetas y los modos de preparación de los diversos platos (Mora 2016)

Sabemos que las costumbres de las comunidades locales, añaden valor a las visitas turísticas, principalmente desde lo gastronómico. Detrás de cada plato de cada aroma hay un sinfín de historias que invita al disfrute en cada una de las visitas.

El turismo gastronómico es un tipo de turismo cultural experiencial. Este tipo de actividad invita a viajar para conocer la gastronomía, degustar alimentos, conocer nuevas cocinas, vivenciar otros sabores, experimentar nuevas sensaciones a través de diferentes platos y bebidas. Luego, un destino puede convertirse en algo memorable, cuando las actividades y servicios gastronómicos superan las expectativas generadas de los turistas, entonces de esta manera, el turista puede vivenciar una inmersión cultural en nuevas propuestas como el enoturismo, el agro ecoturismo, las rutas alimentarias; que se convierten en experiencias dignas de recordar (Bonilla 2006)

De esta manera el turismo gastronómico está relacionado con la participación de personas cuyas actividades comportamientos e incluso la selección del destino, está influenciada por la gastronomía. En este sentido podemos diferenciar al turista que viaja para comer del que come porque viaja. El primero, focaliza su visita y valora a la misma como un destino en sí, disfrutando de los alimentos de una región diferente al de su residencia. La segunda tipología tomará como secundaria a la gastronomía, entendiendo a esta como algo fisiológico y necesario (Torres Bernier 2003)

Este tipo de actividad está sujeta a posibles variaciones en lo que refiere a gustos y preferencias de los turistas, porque es desde allí, que la demanda puede variar, generando nuevas opciones para esta clase de turistas. Ello hace que se renueven las posibilidades de disfrute, en base a lo que desea el turista o visitante en el destino (Hall y Sharples 2003)

Las comunidades poseen diversas prácticas culturales que, frente a los ojos del turismo, resultan fuertemente atractivas a la hora de ofrecer un destino de manera responsable y atrayente. Es por ello que, las manifestaciones del patrimonio cultural en una región juegan un papel substancial y revelador, para el goce de una factibilidad cultural y turística (Hall y Sharples 2003; Torres Bernier 2003).

Reconocer la importancia de las manifestaciones del patrimonio cultural es sumamente significativo para diagramar en conjunto con la actividad turística un posterior desarrollo. En definitiva, la valorización que realizan las comunidades anfitrionas de sus manifestaciones culturales, se relaciona en forma directa con la promoción del destino y afecta el modo en que son apreciadas por parte del turismo y de los mismos turistas. El patrimonio no es algo dado; es una construcción social (Prats 1997), y el valor turístico del mismo es dinámico, está asignado tanto por parte de la comunidad local, como por parte de operadores profesionales e idóneos del turismo, y de los mismos turistas (Hall y Sharples 2003; Torres Bernier 2003).



Desde una corriente teórica entendemos al Patrimonio como todas aquellas manifestaciones culturales, tangibles o intangibles que deriven en la identidad a través de éstas manifestaciones, por parte de una comunidad. Son los “ojos” de la cultura en donde se ve reflejada toda una comunidad, atendiendo a este “reflejo” como una identidad significativa, que derive a un sentido de pertenencia y de reconocimiento mutuo, cuando en la actividad se dan ambas corrientes: turismo y cultura (Prats 1997)

## Potencialidades del patrimonio gastronómico de San Antonio

El análisis de la promoción turística que se realiza desde instituciones estatales y gubernamentales puso en evidencia que la misma es escasa y no contribuye a la visibilización de esta región; tampoco permite quebrar la marcada estacionalidad existente, (que en este caso es estival), por lo que consideramos que, resulta poco favorecedora para el fortalecimiento del destino.

En cuanto a servicios y productos turísticos locales, advertimos una frágil relación entre oferta/demanda de productos turísticos gastronómicos y las principales actividades culturales de la región. Observamos que, la oferta en auge en esta región es el turismo alternativo con actividades como trekking, senderismo y montañismo, donde, por el momento, la gastronomía no toma el protagonismo que merece. Advertimos una notable ausencia de registro en pernóctes; posiblemente se deba en parte a una escasa presencia de actividades culturales y recreativas vespertinas que favorezcan el pernócte en el destino. El estudio diagnóstico de planta turística nos permitió relevar la oferta de productos y servicios gastronómicos existentes y su potencialidad en función de la infraestructura. En las visitas a diferentes espacios productivos de San Antonio conocimos detalles relacionados con modos y ritmos de producción de algunos de ellos como, las preparaciones de maíz como humitas, pastel de choclo, loco y tamales, las empanadas al horno de barro, las carnes asadas de vacunos, el quesillo con miel de caña, los dulces tradicionales como el de cayote y de membrillo, los panes artesanales, las masas dulces con anís, los buñuelos, la miel, y las bebidas como vinos regionales, licores y la ancestral chicha de maíz.

Pudimos acceder a los discursos de las familias emprendedoras para conocer detalles de la producción artesanal, motivaciones al momento de desarrollar sus productos, principales limitaciones, perspectivas de crecimiento en el marco de propuestas de cambio de matriz productiva que se está implementando en la provincia, y en ese contexto fuimos analizando su potencial en relación con la oferta y la demanda de productos turísticos gastronómicos. Las entrevistas a emprendedores gastronómicos nos permitieron indagar acerca de la

percepción de calidad del producto que brindan; están convencidos de que se trata de productos cuidados desde el momento de la producción de la materia prima que proviene en muchos casos de huertas y granjas propias y que consideran tradicionales y parte de su identidad.

Durante el proceso investigativo nos encontramos con una comunidad local amable e interesada en nuevas propuestas de desarrollo turístico, que valora y respeta profundamente su patrimonio, tanto inmaterial como material; por ello, conserva las tradiciones que anualmente activan la memoria social de su identidad gaucha a través de festejos y celebraciones donde las comidas y bebidas típicas de la región tienen un gran protagonismo.

Pensamos que San Antonio, posee potencial para el desarrollo turístico: cuenta con recursos agroalimentarios y una cultura atrayente que prevalece en sus calles, en su arquitectura, en su gente. Es por ello que fomentar los emprendimientos turísticos culturales tanto de gastronomía, como de talabartería y otras artesanías que se dan en la región, aportarían al dinamismo de la oferta turística del destino.



Figura N°4 A y B: Cocinero en el festival del quesillo. Fotografía del Autor

El patrimonio alimentario de la región puede considerarse un valioso recurso de interés turístico; los actores locales sostienen que la importancia gastronómica de San Antonio radica en su reconocimiento provincial como “la capital del Quesillo”. Comentaron que su identidad es parte de “la cultura gaucha”, que se refleja en todas las manifestaciones festivas y/o religiosas, y que les permite ofrecer a los visitantes la posibilidad de vivenciar tradiciones gastronómicas que recuperan recetas ancestrales que fusionan con nuevas técnicas y productos que les otorgan nuevos aromas, texturas y sabores a sus platos y bebidas.

Los habitantes nos manifestaron su interés por poner en valor sus celebraciones cívicas y religiosas que podrían organizarse en un calendario turístico-cultural; el mismo podría servir como marco de referencia para desarrollar propuestas turísticas que impulsen a la gastronomía como un atractivo complementario. Entre las festividades, destacamos la





Fiesta Patronal de San Antonio (13 de Junio), y la Festividad de la Purísima (8 de Diciembre) que se vuelven espacios centrales para degustar las delicias de la gastronomía local.

Se puso en evidencia la necesidad de que se implementen políticas que impulsen los emprendimientos familiares artesanales para favorecer el desarrollo económico de la región a partir del turismo gastronómico desde un enfoque sostenible y sustentable. Algunos entrevistados mencionaron la importancia de mejorar los servicios básicos (alojamiento, restauración, cajeros automáticos, seguridad) y de contar con servicios complementarios (mayor conectividad, guiados, excursiones, venta de artesanías) que permitan ofrecer productos turísticos de calidad.

Hemos advertido cierto grado de preocupación por parte de la Comunidad de la región de los Valles, por no haber logrado hasta el momento un posicionamiento fuerte como destino de interés turístico, pese a tener un amplio potencial para destacarse, y ofrecer a turistas y visitantes una alternativa en la elección de destinos que, generalmente es captada por otras regiones como la Quebrada de Humahuaca y en el caso de la Puna: el destino Salinas Grandes, que se están posicionando con mayor efectividad.

Algunos actores locales refieren como limitante del desarrollo turístico a la proximidad de otros destinos como El Carmen, que proponen productos similares a los de San Antonio y presentan una mayor promoción y organización, lo que les permite competir y hasta posicionarse como líderes en la región Valles, captando un importante flujo de visitantes y turistas. Una opción posible, sería articular los emprendimientos gastronómicos de diferentes localidades de la región de los valles a través de acciones cooperativas que puedan gestionar de modo participativo y con equidad, las actividades turísticas.

Observamos además que, la sustentabilidad puede convertirse en eje de los desarrollos productivos de esta región que posee condiciones privilegiadas para implementar propuestas turísticas que contemplen una producción alimentaria respetuosa del medio ambiente. En el trabajo de campo, pudimos observar diferentes productos alimentarios relacionados con lo que ellos denominan la “cultura gaucha”; se trata mayormente de producciones familiares dedicadas a la agricultura, horticultura, apicultura, cría de animales de granja y de ganado vacuno, que transforman los insumos tales como leche, carne, legumbres, frutas, miel, y hortalizas, en platos tradicionales y bebidas regionales, completando un círculo virtuoso de productividad local cuyos procesos pueden ser considerados amigables con el ambiente.

En cuanto a la gastronomía local, pudimos observar también, que reúne en si una variedad de alimentos: algunos prehispánicos, otros que llegaron con la conquista española y otros que se sumaron luego, con la llegada de migrantes en el siglo XX; también los modos de saber hacer que se han transmitido a través de generaciones y hoy constituyen su rico patrimonio gastronómico muestran una dinámica que se actualiza en forma permanente, sin perder de vista su raíz gaucha y argentina.



## Palabras Finales

En la actualidad, nuevas tendencias invaden el mundo del turismo, una de ellas es el movimiento slow que privilegia experiencias en lugares tranquilos, alejados del bullicio de las grandes ciudades y marca tendencias de vanguardia; dentro de quienes practican este tipo de turismo, gran parte se desplazan con el fin de acceder a las delicias gastronómicas regionales que les permita comprender una cultura a través de los aromas y sabores de sus platos y bebidas. De esta manera estamos en condiciones de afirmar que gastronomía, patrimonio y turismo crean una sinergia productiva que favorecen al desarrollo sustentable de una región, y en el caso de San Antonio las condiciones están dadas para desarrollar productos turísticos gastronómicos innovadores.

La gastronomía reúne en si misma dimensiones materiales y simbólicas que significan la existencia individual y colectiva a partir de saberes y modos de preparación, cocción y presentación de los platos que a través de sus aromas, texturas y colores expresan elementos distintivos de su patrimonio cultural. En tal sentido, pudimos reconocer que la cocina de San Antonio posee una mágica diversidad que expresa un caudal de conocimientos tradicionales que podrían agregar un plus de valor a cada propuesta gastronómica que el turismo cultural ofrezca a visitantes y turistas, partiendo desde lo intangible que habita en cada plato para desarrollar una experiencia de sabor que permita conocer a la comunidad a través de la gastronomía.

Pensamos que es necesario desarrollar productos turísticos que aporten al desarrollo económico local desde una visión de equidad que promueva una dinamización de la oferta turística incluyendo a los emprendedores turísticos y a los productores locales como principales protagonistas. La pluralidad de sabores, aromas y colores que asoman en cada plato constituyen, un cumulo de saberes tradicionales que la comunidad puede poner a disposición de visitantes y turistas para invitarlos a vivir una experiencia en los Valles de Jujuy, a través de este producto de turismo gastronómico con un perfil sostenible que se presenta como una opción para diversificar la oferta actual, posicionar el destino y contribuir al desarrollo turístico de San Antonio.

Creemos que uno de los desafíos actuales para la industria turística, consiste, en ofrecer la posibilidad de vivenciar momentos felices y experiencias dignas de ser recordadas a lo largo del tiempo, a partir del disfrute de productos y servicios de calidad, que sobrepasen las expectativas que se hacen los turistas antes durante y post viaje. San Antonio constituye un destino de interés para el turismo cultural gastronómico, en un entorno natural privilegiado, que invita al desarrollo de propuestas de turismo slow, donde el legado histórico vinculado a la tradición gaucha se refleja en sus productos gastronómicos que se convierten en potenciales atractivos para visitantes y turistas.



## Bibliografía

- Arévalo, J.M. 2004 La tradición, el patrimonio y la identidad. Revista de estudios Extremeños, vol. 60, 3: 925 – 956. Asociación Extremeña de Antropología.
- Bonilla Moya, M. 2006 Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. Investigación y análisis, Universidad Wogeningen, Países Bajos (Consultado el 14/07/2016). [http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo\\_vivencial.pdf](http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_vivencial.pdf)
- De Luis Blanco, A. (2011). Una aproximación al turismo Slow. El turismo Slow en las Cittaslow de España. Investigaciones Turísticas N° 1: 122-133.
- Guber, R. 2004. El salvaje metropolitano. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Hall, C. M. y Sharples, L. (2003). Food tourism around the world: Development, management and markets. Butterworth Heinemann Oxford:.
- Lehn, E. (2010). Comida para todos: Alimentación y cultura. Diario de campo, nueva época. Año I, NUM 1. México, D.F.
- Mora, M. (2016). La muerte del turismo experiencial. Blog Emo-turismo, (Consultado 08/08/2017) <https://www.emoturismo.com/la-muerte-del-turismo-experiencial>
- Nunes Do Santos (2007). Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. Estudios y perspectivas en Turismo 16:234-282, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.
- Piaggio, L. R. y Solans, A. M. (2014). Alimentación y Cultura. Enfoques socioculturales de la alimentación. Akadia, Buenos Aires.
- Rivera Mateos, M. (2012). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. Universidad de Córdoba. (Consultado el 13/ 07/ 2016). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/>
- Torres Bernier, E. (2003). Del turista que se alimenta al que busca comida. Reflexiones sobre las relaciones entre gastronomía y turismo. Gastronomía y turismo. Cultura al plato, Vol 2: 305-316. CIET, Buenos Aires.
- Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. Comunicación cedida por la autora al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en línea en la sección Análisis Sectoriales: Estudio Compartido sobre “Turismo y Cultura”. (Consultado el 12/12/2017). <http://eco.mdp.edu.ar/archivos/ptyr2-2016.pdf>
- Vicent, L. (2013). Movimiento slow. Boletín Ecos N° 21. Fuhem eco social. (Consultado el 06/06/17). [http://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Boletin\\_ECOS/21/Ficha-movimiento-Slow.pdf](http://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Boletin_ECOS/21/Ficha-movimiento-Slow.pdf)

Páginas Institucionales Consultadas

Carta del ICOMOS para el Turismo Cultural (1976)  
[http://ipce.mcu.es/pdfs/1976\\_Carta\\_turismo\\_cultural\\_Bruselas.pdf](http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf)