

Gourmetización del alimento andino y la estetización del agricultor como parte del boom gastronómico peruano

Gourmetizacion of Peruvian Aliment and Beautification of Farmer as Part the Gastronomic Peruvian Boom

María Mercedes Palomino Gonzales

Pontificia Universidad Católica del Perú

mercepalm@gmail.com

Fecha de recepción: 3 de mayo 2016

Fecha de recepción evaluador: 1 de junio de 2016

Fecha de recepción corrección: 5 de julio de 2016

Resumen

Hace aproximadamente veinte años el Perú viene experimentando un boom gastronómico¹ que ha sido motivo de un coro de elogios de parte de políticos, empresarios y académicos. Se le ha puesto como ejemplo de lo que se debe hacer para conseguir el éxito. Numerosas tesis se han preguntado por el cómo a modo de hallar una fórmula que sea replicada en los diversos sectores industriales y de servicios. El presente artículo explora la gourmetización del alimento andino como parte del proceso para lograr el boom gastronómico. Este se revela como un paso necesario para la aceptación nacional de la cocina peruana. El reconocimiento oficial de las cualidades de la cocina peruana pasaba porque inicialmente el grupo dominante de la sociedad lo aceptara como tal. Como ocurre con la alta cultura, la cocina peruana tuvo que estilizarse, uniformizarse en las cocinas de los hoteles, para que su reconocimiento se extendiese en medios de comunicación y todos los estratos sociales. Por otro lado, uno de los factores clave que hizo que los líderes de opinión, empresarios y académicos, reconocieran en el boom gastronómico su carácter social fue la inclusión del agricultor peruano en el discurso. Se

creó una alianza denominada Cocinero-Campesino que tenía como figura principal, de parte de los cocineros, al chef Gastón Acurio; mientras que, del lado de los agricultores, los nombres iban rotando según zonas geográficas y productos. Acurio y los cocineros que lo acompañaban se mostraban cercanos al agricultor y recogían para sí un capital simbólico y cultural que la sociedad limeña prontamente empezó a reconocer e imitar. Nos interesa aquí analizar si el acercamiento de la población limeña a los agricultores es un acto estético y superficial, o si ésta es más bien parte de cambios profundos de una ciudad como Lima, que históricamente ha dado la espalda al agricultor andino.

Palabras clave: Gourmetización, Alimentación Peruana, Racismo, Capital.

Abstract

Over the last 20 years, Peru has witnessed a gastronomic boom that has been applauded by politicians, businesspeople and academics alike. It has been heralded as an example of how to achieve success, and many studies have investigated it in the pursuit of a formula that could be replicated in the industrial and service sectors. This article explores the gourmetization of Andean foods as part of the process that led to the gastronomic boom. This appears to be a necessary step for Peruvian cuisine to be accepted at a national level. The qualities of Peruvian food could be recognized officially because it had first been accepted by the social dominant. In the same way as happens with high culture, Peruvian cuisine had to be sterilized and standardized in restaurant's hotels, so that it could be acknowledged more widely in the media and across all social groups. On the other hand, one of the key factors why opinion leaders, businesspeople and academics acknowledged/acclaimed social dimension of the gastronomic boom was the inclusion of the Peruvian farmer in its discourse. A Cook-Farmer alliance was created, where the main cook figure was the chef Gaston Acurio, while on the farmers' side, names varied per geographical area and product. Acurio and the cooks who accompanied him seemed to have a good relationship with the farmer, benefitting at the same time from symbolic and cultural capital that the society in the capital Lima would soon start to imitate. The critical point to analyze here is whether people from Lima turned towards farmers only in an aesthetic and superficial move, or whether this new attitude is part of deeper changes in a city that has historically turned its back on Andean farmers.

Keywords: Gourmetización, Peruvian Feeding, Racism, Capital.

Antecedentes de la discriminación hacia lo andino

Los orígenes del racismo al indígena en el Perú, para Manrique (1999), datan de la época de la conquista y es, en esencia, un racismo colonial, construido por las ideologías que los españoles recogieron de sus conflictos con judíos y musulmanes.

Surgió a partir del siglo XIV, junto a la construcción de la identidad española, un cristianismo que privilegiaba al cristiano viejo, y menospreciaba al converso, exacerbándose hasta el grado de descalificar a todo aquel que era de sangre infecta (los nuevos cristianos).

Por su parte, Portocarrero (1992) señala que la discriminación surge en el siglo XIX, y que es un fenómeno más bien moderno, pues en la época de la colonia no se necesitaba discriminar pues eran dos sociedades distintas: la de los vencedores y la de los vencidos. El racismo más bien nace con la República, con la idea de la sociedad compuesta de individuos iguales, pero, paralelamente, en segundo lugar, con la idea de que no todas las razas son iguales.

Esta posición es reforzada al destacar que los españoles, al llegar al Perú, encuentran una jerarquía social que reconocen, donde pueden hallar diferenciaciones sociales. Se valieron de ello para crear una nobleza indígena de la colonia, conocida en la historia como cacicazgo, la cual tendría diversos beneficios como acceso a los tributos de los tributarios y educación para sus descendientes (Rowe, 1954).

Manrique encuentra, en cambio, en la historia pre republicana los orígenes de la condición subalterna del indígena, la misma que se agudiza tras la rebelión de Túpac Amaru II, quien luego de intentar unificar a indios, mestizos, negros y españoles americanos en un proyecto nacional y multirracial, son vencidos sangrientamente en 1781.

La derrota fue seguida de la paulatina extinción de la nobleza incaica y su deslegitimización. De esta forma la población indígena fue golpeada profundamente y sumado a ello la mirada de los criollos y españoles sobre los indios fue de recelo y desconfianza. La rebelión tupacamarista le agregó al indio una visión de negativa y de desprecio, haciendo necesario su sometimiento (Méndez, 2000).

Otro de los hitos del racismo peruano fue la ideología del nacionalismo criollo. En la época de la emancipación, los criollos tuvieron que disputarse con los indios la legitimidad del liderazgo y el lugar que le correspondería a cada quien en una potencial nación. El nacionalismo criollo, para evitar rebeldías indígenas, se apropió de la exaltación del pasado inca, haciéndola convivir contradictoriamente con su desprecio por el indio. De esta forma, negaban la posibilidad de que los sectores indígenas crearan una propia ideología nacional, que los incluyera a ellos (Méndez, 2000).

A partir de los años cuarenta del siglo pasado, el número de migrantes que llegaba de los Andes a Lima, creció considerablemente. Estos se fueron adaptando a lo urbano, hablando español, usando ropa más urbana, y haciendo actividades económicas urbanas mayormente relacionadas al sector informal. (Ypeij, 2013). La característica de su trabajo y su vivienda en la ciudad ha sumado algunos estereotipos adicionales a los

históricamente impuestos al indígena por las clases dominantes: desorden, venta ambulatoria, lo urbano-marginal (Estupiñán, 2010).

En 1969, el Gobierno militar del general Juan Velasco Alvarado eliminó la palabra indio de los documentos oficiales y lo reemplazó por campesino. En la actualidad la palabra indio es usada de forma despectiva, a modo de insulto, sobre todo en las zonas urbanas del país.

Basta echar un vistazo a la publicidad de consumo masivo actual para entender que el Perú es una sociedad con dificultades para reconocerse en un rostro indígena. Uno de los elementos publicitarios que así lo expresa es el rostro del agricultor de papas de la marca Lays. Es un agricultor mestizo, aun cuando los grupos étnicos mayoritarios en la pequeña agricultura son el andino y amazónico, que agrupados conforman 83% del total (INEI, 2009; en Ginocchio, 2010).

Figura 1. José Antonio Duarte, agricultor Lay's.



Podría entonces decirse que la publicidad, diseñada en base a investigaciones sobre el consumidor peruano, diagnostica que el peruano actual prefiere no exaltar sus rasgos oriundos. La predilección por el *blanqueamiento* del peruano en la publicidad denotaría una aspiración, un deseo de ser de una sociedad que ha sido constantemente

ideologizada sobre las características que se les atribuyen a ciertas etnias, incluso en menosprecio de la suya propia.

Deborah Poole (2010) hace un aporte importante al tema con sus investigaciones sobre la economía visual en la producción de imágenes del mundo andino. Describe una de las herramientas de la fotografía de retrato de mediados del siglo XX, como fue el *emblanqueamiento* facial, utilizado en los estudios fotográficos de las ciudades andinas. Poole señala que una de las frases que se utilizaron para denominar al proceso fue mejorar la raza. La aspiración de ser otro se materializaba de forma perdurable en el tiempo en un artefacto visual, ideologizando a las familias a través de generaciones.

Según una encuesta elaborada por Estudio para la Defensa de los Derechos de la Mujer - DEMUS (2005), la sociedad peruana es una sociedad que se sabe desigual. El 90% de los encuestados piensa que la distribución de la riqueza en nuestro país es injusta, precisando que existen poblaciones más vulnerables que otras como es el caso de los indígenas andinos y amazónicos. Además de ello, el estudio refiere que existen ciertas categorías ocupacionales que experimentan niveles de discriminación superiores, como es el caso de obreros o campesinos, y si se les suma el lugar de residencia, la discriminación experimentada sería el doble, como ocurre con las personas que viven en zonas rurales y que trabajan en la agricultura.

Diseño del producto “cocina peruana”

En 1986 Bernardo Roca Rey, biólogo e investigador de la gastronomía peruana, y el cocinero Luis “Cucho” La Rosa dan inicio a lo que se conocería en los meses siguientes como cocina novoandina. Se trataba de utilizar ingredientes de la cocina inca en la elaboración de platos sofisticados, inspirados en la *nouvelle cuisine*. Roca Rey soñaba entonces en que algún día se empiecen a usar los insumos andinos que él como biólogo reconocía de gran valor nutricional: la quinua, la kiwicha, la moraya, el cochayuyu, la maca, la coca, el ucho, el olluco, la oca, y otros. Roca Rey lo cuenta así en una entrevista al diario La República de 2015:

Por aquel entonces si tú ibas a una boda lo que te servían eran volovanes franceses con latas de champiñones que las habían abierto en la cocina. Y si decías que debían servir quinua, te respondían: “qué te pasa, eso es para los pollitos, estás tú loco, eso es comida de serranos”.

La palabra serrano se encontraba entonces -y aún- directamente relacionada a lo indígena. Era una palabra usada en menosprecio del otro. Los andinos y amazónicos son representados como rurales, con poco poder adquisitivo, como pobres, incivilizados y atrasados; en contraposición a lo moderno, a la cultura y al protagonismo económico y a los patrones estéticos (Estupiñán, 2010).

Bernardo Roca Rey Miró Quesada, nacido en Lima, es miembro de una de las familias más acomodadas e influyentes del Perú (Los Miró Quesada, dueños del diario El Comercio). Se formó en los colegios más prestigiosos de Lima y su formación superior la realizó en Sevilla, España. Al volver al Perú fue un incansable viajero y conocido bon vivant. Por su condición privilegiada, tuvo constantes acercamientos con las mejores cocinas del mundo y eso lo llevó a ser uno de los primeros investigadores en los ochenta de la nueva cocina peruana, junto a otros académicos como Fernando Cabieses, Antúnez de Mayolo, el cocinero Luis La Rosa, el periodista Raúl Vargas, la cocinera y antropóloga Isabel Álvarez, el escritor y crítico gastronómico Rodolfo Hinostroza, la investigadora Rosario Olivas, entre otros.

Entre fines de los ochenta e inicios de los noventa, cuando parecía que la cocina peruana empezaba a ocupar espacio en las columnas de crítica gastronómica de diarios como La República, es que se da inicio al conflicto armado. El terrorismo crecía en todo el Perú bajo el mando de Abimael Guzmán, y pronto darían el zarpazo final en Lima (Hinostroza, 2006).

La gente no salía a ninguna parte y menos a los restaurantes porque era muy peligroso. Cuando estalló el coche-bomba en Tarata, causando decenas de víctimas mortales (...).

Es por aquel entonces que la gastronomía peruana empieza un receso en lo logrado y no es sino hasta 1992, con Abimael Guzmán capturado, que las inversiones extranjeras empiezan a interesarse en el Perú. Llegan entonces hoteles cinco estrellas a los barrios residenciales de Lima, trayendo sofisticación y estandarización en sus cocinas, donde se tenía predilección por la cocina francesa.

A inicios de los noventa retorna al Perú una nueva generación de chefs nacionales, educados todos en escuelas europeas y americanas de gran prestigio como Cordon Bleu de Francia, International Culinary Institute de Nueva York, entre otros. Ellos no tenían los prejuicios de una profesión antes relegada. Entre ellos se encuentran: Sandra Tuss, Paola Marsano, Rosemarie Schuler, Gonzalo Angosto, Guillermo Esparza, Jorge Ossio y Magaly Loen.

Se crea entonces una especie de halo alrededor de una nueva oportunidad para construir la revolución de la cocina peruana, una más sofisticada. Los cocineros y gastrónomos pensaban en una forma de hacer que la cocina nacional típica, o cocina peruana, tomara un reconocimiento más homogéneo, que traspasara los estratos sociales. Por aquel entonces se tenía a las cocinas foráneas como superiores a la nuestra, y en los medios de comunicación era común preguntarse qué hacer para que la cocina alcance la internacionalización pues se la consideraba como provinciana o modesta (Álvarez, 2008).

Existía un pesimismo generalizado en la sociedad, que hacía que no pudiera reconocerse lo propio como lo bueno. La cocina peruana tenía gran consumo, pero existía

una dualidad al no considerársela de nivel. Incluso lo natural era que para la boda de un hijo se hiciera un gran gasto familiar con tal de presentar una cocina internacional, con platos de nombres ininteligibles. (Álvarez, 2008). Sobre ello Méndez (2000) explica que el pesimismo en sí conlleva un rechazo y desprecio por lo propio, creando una admiración por lo extranjero.

Mariano Valderrama, doctor en Ciencias Sociales, fue uno de los primeros en poner en igual nivel la cocina de huariques con la de los restaurantes en un programa radial llamado por entonces Huariqueando. Por su formación en sociales, Valderrama reconocía una mirada dominante tal como Gramsci refiere por grupos subalternos y sus hábitos, como estos espacios gastronómicos reservados para el paladar popular. Valderrama lo explica en un artículo del 16 de junio de 2010, en la página web de Apega:

Pasaba que hasta las altas esferas gubernamentales y sociales guardaban cierto sentimiento de inferioridad con la comida nacional. Era evidente el menosprecio por lo sabrosamente autóctono y la debilidad patológica por lo que viniera de afuera, y si era de Europa mejor.

A inicios de los noventa Bernardo Roca Rey debatía con otros gastrónomos el proceso que estaba siguiendo la cocina peruana y el que debía seguir en los próximos años. Al respecto Roca Rey señalaba en la transcripción de esta discusión publicada en 1994, en el número 30 de la revista Hueso Húmero:

La primera etapa que ha pasado (la cocina típica peruana) era llegar a la mesa, a la mesa importante, o sea de los señores. Después se refina, indudablemente. Ahora tenemos que pasar a la parte hotelera. Es donde la cocina se estandariza. Se hacen las fórmulas internacionales.

Esta cita que recogemos de Roca Rey explica a grandes rasgos el proceso que tuvo que seguir la cocina para ser aceptada en los diversos espacios. Resulta aquí interesante señalar que la cocina peruana se iba creando consciente o inconscientemente como lo hace un producto en su proceso formal según los estudios de la mercadotecnia. Consideramos para producto el concepto que le da Bassat (1993), que es todo aquello que posee la propiedad de existir para satisfacer las necesidades del consumidor. Es más sencillo cambiar el producto que el público, sentencia al respecto Bassat.

Estamos entonces ante un proceso de hacer de la cocina peruana un producto que agrade a todos, que represente lo que somos, pero que visibilice lo que queremos ser. La cocina peruana no fue aceptada como tal, con su carácter criollo y con sus insumos andinos, tuvo que ser sofisticada, estandarizada.

En este proceso era necesario que los insumos también empiecen a experimentar ciertos retoques. El insumo andino se fue incluyendo en platos foráneos a modo de refinamiento. Es entonces cuando se bautizan a algunos insumos andinos oriundos del Perú, como ocurre con una de las variedades de la papa, la *papa cóctel*. El nombre nos

refiere a una *delicatessen*, a un espacio refinado, que en Lima suele ser una reunión social entre amigos o conocidos para brindar o celebrar un evento, y que proviene de la palabra inglesa *cock-tail*.

La papa, alimento de origen andino, es uno de los alimentos más identificados a lo largo de la historia –junto con la quinua y el maíz– con la alimentación vegetal de los peruanos prehispánicos. Los agricultores aprendieron a aprovechar los diversos pisos ecológicos del Ande con papas que pudieran crecer en cada uno de estos. (Cabieses, 1997). Según el Centro Internacional de la Papa, ubicado en Lima, en el Perú se pueden encontrar hasta 4 mil variedades de papas.

La *papa cóctel* en las zonas de cultivo era conocida como *papa pequeña* o *pequeño*, antes de su denominación urbana de finales del noventa e inicios del 2000, según refiere Victoriano Fernández, productor de papas nativas de Huánuco y presidente de la Asociación Nacional de Productores de Papa (APAPA). En la nueva cocina peruana se le bautiza con este nombre para introducirla al espacio gourmet, donde se empezaban a crear bocaditos o piqueos de sabor nacional, los mismos que eran introducidos por una breve descripción del mesero o el anfitrión.

La quinua fue otro de los insumos andinos ampliamente gourmetizados o sofisticados. Su principal espacio de promoción fue sin duda la cocina novoandina, de Roca Rey y La Rosa. A partir de su divulgación es que restaurantes de cocina peruana moderna como la Huaca Puccllana, inician el viaje de la quinua por la cocina occidental, llevándola a los ahora conocidos risotto de quinua o quinotto.

Este grano andino sería originario de los alrededores del lago Titicaca, entre Perú y Bolivia. Incluso en tumbas peruanas de más de dos mil años, los arqueólogos hallan estos granos. Según relata Cabieses (1997), era de tal uso en el imperio incaico que se promovió su cultivo desde el norte de Colombia, hasta el sur de Chile.

A fines del noventa los restaurantes peruanos de los jóvenes cocineros que retornaron de Europa y Estados Unidos, empezaban a abandonar la cocina francesa, siguiendo a sus precursores Luis La Rosa y Bernardo Roca Rey y se embarcaban en la construcción de la nueva cocina peruana, una cocina peruana que exaltaba sus rasgos mestizos. Estaban en ese proceso Pedro Miguel Schiaffino en la Huaca Puccllana y Gastón Acurio, en su restaurante Astrid y Gastón, de Miraflores, el cual abrió sus puertas en 1994 con una carta de solo cocina francesa clásica. La cocina peruana empezaba a servirse entonces cada vez más en los restaurantes de las zonas residenciales de Lima sobre mantel blanco.

Alianza cocinero-campesino: ¿una tregua ciudad-campo?

Gastón Acurio es el hijo predilecto del boom gastronómico peruano. Nació en Lima en 1967 y cursó educación básica en un colegio religioso de la capital. Hijo de un ex ministro y ex senador cusqueño, cursó sus estudios universitarios en Madrid, los cuales abandonó por una formación en Cocina en París.

Retornó al Perú con su esposa francesa Astrid Gutsche en 1993, y en 1994 abrió un restaurante en el barrio residencial limeño de Miraflores, donde presentaba una carta exclusivamente francesa. Con el paso de los años y con una efervescente comunidad gastronómica peruana, Gastón decide seguir los pasos de Luis La Rosa y da un giro en su cocina introduciendo productos peruanos.

Gastón se sumaba entonces a una cada vez más sólida comunidad de gastrónomos que veían en la biodiversidad y en la cocina peruana todo un nuevo mundo que mostrar al público nacional e internacional. El discurso gastronómico de entonces giraba en torno a una cocina que había experimentado siglos de mestizaje, y que fue nutriéndose de las cocinas de los migrantes que llegaron al país: italianos, chinos, moros y africanos.

El 2008 se crea la Sociedad Peruana de Gastronomía – Apega, presidida inicialmente por Gastón Acurio, pero conformada por diversos investigadores, cocineros y periodistas. Entre los objetivos con los que se creó Apega estaba el de rescatar las cocinas regionales, ponerlas en valor; y visibilizar el trabajo del pequeño agricultor, entre otros. Crean para ello una feria gastronómica que tuvo el nombre Perú Mucho Gusto; para el 2009 esta misma feria tomaría el nombre de Mistura, con el cual se la conoce hasta la actualidad.

El 2009 se crea la Alianza Cocinero-Campesino entre Apega y dos organizaciones del agro peruano: Conveagro (Convención Nacional Agraria) y ANPE (Asociación Nacional de Productores Ecológicos). Esta alianza se transforma en una campaña de promoción de la labor del campesino, que cobra mayor visibilidad en Mistura 2009. Esta se convierte en motivo de muchos reportajes y artículos en los medios de comunicación. El cocinero compartía su posición mediática junto a rostros de mujeres y hombres agricultores que iban variando de acuerdo a los productos y las zonas geográficas. Gastón Acurio, el hombre formado en Europa, pide a la sociedad, mediante los medios de comunicación, que se valore el trabajo del agricultor peruano, que se reconozca su trabajo en la preservación de la biodiversidad.

Hablaba entonces a unos medios que -a través de imágenes- divulgan ideologías alrededor de los temas de raza. En ellos la imagen del andino no es tema de noticia excepto que se trate de un bloqueo de carreteras o un desastre natural. Por ideologías nos referimos al concepto que explica Hall (2010) cuando dice que tal como ocurre con el tema de género, el tema de raza es una ideología profundamente *naturalizada*, que puede

ser producida de forma consciente o inconsciente. El andino era constantemente relacionado a problema, a desborde.

Siguiendo a Spivak (2003), que a su vez se inspiraba en los escritos de Gramsci, la imagen de los cocineros junto a los agricultores podría considerarse como la del grupo subalterno, junto a la del grupo dominante, que solo estando al lado de este último puede ser escuchado o visibilizado ante los medios. Si bien, tienen una voz, su voz no tendría audiencia si no fuera por este espacio compartido con los afamados cocineros.

Los cocineros -y de forma más visible Gastón Acurio- recogieron de los agricultores su capital cultural. A los agricultores se los asocia a los saberes ancestrales, a la herencia de una cultura milenaria, conocedora del terreno y de los insumos. El hecho de que los cocineros reconozcan estos atributos, los hacen poseedores de un capital cultural mayor: a su formación europea, se le sumaba visiblemente su conocimiento de lo andino, aportando así a su liderazgo.

Bourdieu define al capital simbólico como un tipo de capital que enfatiza ciertos rasgos como el prestigio, el carisma y la legitimidad. (Fernández, 2013). Al capital cultural y social de los cocineros, se les suma entonces un capital simbólico en la sociedad, lo que les brinda legitimidad para opinar sobre otros temas ante los medios. Existe pues un aura de consentimiento sobre lo que los líderes dicen, pues crea la idea de que estos toman en cuenta los intereses subordinados, a la vez que se evidencia su voluntad por hacerse popular (Hall, 2010).

En los últimos años se aprecia a una sociedad urbana aparentemente más sensible al tema agrícola. Cuando los visitantes a la feria Mistura ingresan, se acercan con curiosidad al Gran Mercado, espacio reservado para los agricultores peruanos, donde expenden sus productos. Muchos de ellos incluso piden tomarse fotos con ellos, con los que visten sus trajes típicos. Publican sus fotos en las redes sociales, intentando así recoger el capital simbólico quizá de Gastón Acurio. Esto termina siendo una ventaja en términos de venta para los agricultores. Aquellos que llegan con vestimentas típicas, tienen mayor éxito. Parte de esto lo cuenta el escritor Marco Avilés en su libro *¿De dónde venimos los cholos?* (2016):

Las papas de Ccacca no habían tenido la misma acogida. ¿Se debía a un problema de marketing? El Gran Mercado era una puesta en escena llena de vendedores ataviados con pochos, plumas, sombreros y otros accesorios típicos de sus regiones. Ccacca no estaba disfrazado. Llevaba un pantalón café, camisa y suéter. Sus vecinos de Huayana, por el contrario, había usado ponchos tejidos y chullos coloridos, un atuendo que atrajo clientes y fotógrafos. Fredy Carrasco y Diógenes Hauilcapuma habían salido en un diario y hasta el famoso cocinero Gastón Acurio se retrató con ellos.

Se pretende recoger el capital simbólico de Gastón Acurio convirtiendo al otro en un elemento exótico. No es el otro real, sino uno imaginado, ecológico, ancestral e

inmutable, plagado de folklore. (Slavoj, 1989). El reconocimiento de la existencia de los grupos subalternos es uno de los valores de la nueva peruanidad. Pero, ¿qué tan verdadera es esta nueva actitud?

Nos preguntamos esto en relación a la actitud tomada por la sociedad respecto al enfrentamiento de Máxima Acuña, agricultora de Cajamarca, con la Minera Yanacocha. La minera Yanacocha tenía la intención de desaparecer una laguna cercana a sus tierras de cultivo por sacar adelante un proyecto minero denominado *Conga*. La minera le proponía comprar sus tierras, pero la agricultora se oponía apelando a la conservación de la laguna. La sociedad se mostró dividida, algunos manifestaban que esta agricultora era un obstáculo para la inversión minera, sector económico importante en un país predominantemente minero. Las opiniones se polarizaron aún más luego de que la agricultora fuera reconocida con el Premio Goldman 2016, premio que se le concede a las personas por su lucha por la preservación del medio ambiente. Citamos un comentario vertido en las redes sociales de Radio Programas del Perú (RPP) el 20 de abril de 2016:

No quieren vender sus terrenos porque los dirigentes y ONG'S no tendrían con qué sustenta su chamba antiminera. Les obligan a quedarse ahí a cambio de dinero por lo bajo. ¿Acaso los campesinos de Yanacocha van a abastecer a todo el país con su agro? Ellos solo viven de su tierra y si alguien se los compra, su condición de vida cambia pues compran en otro lado más grande y hasta casa construyen (Richard Injante).

En el comentario se expresa un racismo inferencial. Este racismo, según Hall (2010), muestra al sujeto subalterno siendo protagonista de problemas, ya sea por su existencia o por sus costumbres, a través de acciones que se ponen en evidencia. El autor del comentario menosprecia la actividad de la agricultora y además la minimiza a un sujeto dominado y utilizado por otros intereses. A ojos del autor, la agricultora, perteneciente al grupo subalterno, no es capaz de tener intereses propios, no está emancipada.

Otro ejemplo se da a propósito de la celebración del Día del Campesino en el Perú, el 24 de junio, el Ministerio de Agricultura y Riego lanzó su campaña #Héroesdelcampo, desarrollando para esta un video² que generó una ola de reconocimiento hacia la labor del agricultor. En este video se evidencia el viaje que tienen los insumos que llegan a los platos de los comensales. Se explica la labor de los agricultores, que son los que producen estos insumos. El video obtuvo más de 2 millones de reproducciones y todos los comentarios fueron positivos, exaltando la labor del agricultor. Parecería entonces que estamos ante una ola positiva hacia lo andino. ¿O es parte solo de una fotografía?

Conclusiones

Es de reconocer el gran aporte que ha tenido la gastronomía peruana en la construcción de un sueño común de tener una sociedad peruana más unida. La cocina

peruana es motivo de orgullo para la mayoría de peruanos, es el espacio donde agradecemos nuestra diversidad y los grandes sabores que nos retribuye serlo.

Aceptar la diversidad de nuestros platos crea una puerta hacia la aceptación de nosotros como diversos, pero iguales como ciudadanos de un solo país. Si bien la gastronomía ha jugado en las reglas neoliberales en la construcción de productos y transacción de capitales, no podría ser este motivo de crítica, pues existe una clara hegemonía del pensamiento neoliberal. Las ideologías pueden ser cambiadas, pero son procesos largos. La gastronomía peruana ha demostrado estar contribuyendo a cambiar la percepción de lo andino, quizá no de una forma profunda, o quizá no de la mejor forma, pero al menos podemos notar que hay ya un inicio.

Bibliografía

- Acurio, G. (2006). (Discurso inaugural del año académico 2006). Universidad del Pacífico.
- Álvarez, I. (2008). Seminario Historia de la Cocina Peruana. Compiladora: Maritza Villavicencio. Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Lima.
- Avilés, M. (2016). ¿De dónde venimos los cholos?. Lima: Ed. Planeta - Seix Barral
- APEGA. (2015). Sistematización de lecciones aprendidas. Lima
- APEGA. (2011). El boom de la gastronomía peruana. Lima
- Bassat, L. (1993). El libro rojo de la publicidad. Barcelona: Ed. De Bolsillo.
- Bourdieu, P. (1998). La distinción. Criterios y bases sociales del gusto, Ed. Taurus. Madrid.
- Cabieses, F. Cien siglos de pan: 10,000 años de alimentación en el Perú. (1997). 2a ed. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología.
- DESCO (2007). Perú hoy: Mercados globales y (des)articulaciones internas. Lima
- Escobal, J.; Trivelli C.; y Revesz B. (2007). Pequeña Agricultura Comercial: dinámica y retos en el Perú. Lima: CIES – Grade – Cipca – IEP.
- Estupiñán, M. (2010). Una aproximación a la imagen de los grupos étnicos en los medios de comunicación masiva en el Perú. Mira cómo ves. Racismo y estereotipos étnicos en los medios de comunicación. Lima: Centro de Desarrollo Étnico – CEDET.

- Hall, S. (2010). Sin Garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales Eduardo Restrepo, Catherine Walsh y Víctor Vich, eds. Lima, Enviación Ed.; Instituto de Estudios Sociales y Culturales, Pensar; Universidad Andina Simón Bolívar; IEP.
- Ginocchio, L. (2012). Pequeña Agricultura y Gastronomía. Lima: APEGA
- Hinostroza, R. (2006). Primicias de cocina peruana. León: Everest.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2012). IV Censo Nacional Agropecuario. Recuperado de <http://censos.inei.gob.pe/cenagro/tabulados/>
- Manrique, N. (1999). La piel y la pluma. Escritos sobre literatura, etnicidad y racismo. Lima; Sur.
- Méndez, C. (2000). Incas sí, indios no: apuntes para el estudio del nacionalismo criollo en el Perú (2a ed.).
- Poole, D. (2010). Visión, raza y modernidad. Una introducción al mundo andino de imágenes. Lima, Sur, Casa de Estudios del Socialismo.
- Roca Rey, B. (25 de agosto de 2013). “Antes si decías que debían servir quinua te respondían que eso era comida para serranos”. Diario La República.
- Roca Rey, B. (Marzo de 1994). “La Cocina Peruana”. Revista Hueso Húmero. Número 30.
- Rowe, J. H. (1954). El movimiento nacional inca del siglo X VIII. (En Revista Universitaria, núm. 107, Cuzco, 1954)
- Slavoj, Z. (1989). El sublime objeto de la ideología.
- Slavoj, Z. (1989). El espinoso sujeto: el centro ausente de la ontología política. Buenos Aires; Paidós.
- Spivack, G. Ch. (2003). ¿Puede hablar el subalterno? Revista Colombiana de antropología, Vol. 39, enero-diciembre.
- Valderrama, M. (16 de junio de 2010). Portal web de Apega.
- Ypeij, A. (2013). Cholos, incas y fusionistas: El nuevo Perú y la globalización de lo andino. ERLACS. (94), pp.67–82. DOI: <http://doi.org/10.18352/erlacs.8394>

Notas

¹ Cuando hablamos de “Boom gastronómico peruano”, lo hacemos en base al crecimiento sostenido del sector de alimentación, que desde hace más de diez años aproximadamente, viene siendo mayor que el del PIB peruano. Esto no hubiera ocurrido de igual forma sin el proceso de pacificación interna que vivió el Perú, entre los años 80 y la primera mitad del 90. Se hace referencia también a la presencia mediática de los cocineros como personajes populares (como es el caso de Gastón Acurio y compañía), y a una industria editorial renovada (Apega, 2011). Así también se han ido sumando reconocimientos nacionales e internacionales (Gastronomía peruana: principal motivo de orgullo de los peruanos según Ipsos 2015 y el reconocimiento de los World Travel Awards, que considera al Perú como Mejor Destino Gastronómico del Mundo por cuatro años consecutivos).

² Video de Ministerio de Agricultura y Riego:
<https://www.facebook.com/minagriperu/videos/605124629654162/>