

«BUENO, BONITO Y BARATO»:*Los comedores peruanos en la ciudad de Córdoba (Argentina)***María Lis del Campo**Profesora adjunta semidedicada, Escuela de Nutrición, Facultad de Ciencias Médicas,
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.**Luis Darío Salcedo Okuma**Profesor ayudante simple, Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.**RESUMEN**

Como parte de un proceso global de revalorización de las cocinas regionales, típicas o étnicas, la cocina peruana alcanza su mayor expansión como síntesis de identidad, tradición y sabor al consagrarse como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. En Córdoba, como correlato de este fenómeno, la culinaria peruana ha ganado visibilidad y prestigio integrando el circuito gastronómico local. No obstante, identificamos modalidades diferenciales de participación: restaurantes de alta y media cocina, comedores populares y ferias callejeras. Esta investigación se enfoca en los comedores populares, concentrados principalmente en barrios pericentrales donde se asienta la mayor cantidad de migrantes, que se constituyen como espacios 'populares' de comida típica a precios accesibles. En esta investigación analizamos los sentidos sobre la comida en los comedores peruanos al inscribirse en la oferta gastronómica cordobesa. Durante 2018 y 2019 realizamos observación participante y entrevistas a propietarias/cocineras y comensales. La 'comida típica peruana', como selección arbitraria de alimentos y preparaciones, se desplaza al territorio cordobés mediante operaciones de neutralización, diferenciación y ordenamiento de comidas y comensales. Así la 'peruanidad' se trama de manera compleja en la búsqueda de inserción en el circuito gastronómico y de perdurabilidad de memorias, saberes y afectos en la conflictividad del escenario urbano actual.

Palabras clave: gastronomía, Perú, sentidos**ABSTRACT**

As a global revalue process of regional, typical or ethnic cuisine, peruvian-cuisine acquires its major expansion as a syntesis of identity, tradition and flavor by establishing into the world intangible cultural heritage. In Cordoba, related with this phenomena, peruvian culinary have won visibility and prestige by entering the local gastronomy circuit. However, we identify differential modalities of participation: gourmet restaurants, working-class eateries and street-food trade fairs. This research focuses on working-class eateries in pericentral neighborhoods, where most peruvian inmigrants live. Those are constituted as 'popular' spaces of typical food at affordable prices. The objective of this research was to analyze the senses about food in peruvian eateries when it is included in local gastronomic market. At 2018 and 2019 we conducted participant observation and interviews with proprietor/cooks and diners guests. 'Typical Peruvian food' is a food and preparations arbitrary selection that is moved to the Cordoba territory through neutralization, differentiation and ordering of meals and diner guests. In order to be inserted in the gastronomic circuits and to preserve memories, knowledge and affections, the 'peruanity' integrate as a complex weave into the urban scene.

Keywords: gastronomy, Perú, senses

A “La Púa”: Cenáculo fraternal con la certidumbre reconfortante de que en nuestra calidad de latinoamericanos, poseemos el mejor estómago del mundo, un estómago ecléctico, libérrimo, capaz de digerir, y de digerir bien, tanto unos arenques septentrionales o un kouskous oriental, como una becasina cocinada en la llama o uno de esos chorizos épicos de Castilla.

OLIVERIO GIRONDO

Veinte poemas para ser leídos en un tranvía, 1922

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Córdoba, de acuerdo con una tendencia global, se viene dando un proceso de revalorización de las cocinas tradicionales, típicas y étnicas como expresión identitaria de un pueblo, una región o una cultura.

Esta relación entre comida e identidad no puede ser entendida desde un abordaje esencialista, sino que requiere situarla en el marco del proceso de mercantilización de la cultura que atraviesa las sociedades capitalistas contemporáneas. En este contexto, la gastronomía se despliega como fenómeno social que recorre y performa la experiencia del comer actual a la vez que conforma itinerarios que orientan el ‘buen gusto’ y la comida gourmet. Se configura así un mapa trazado por la ideología del consumo, que va regulando sensibilidades, percepciones y cuerpos mediante ciertas prácticas del comer y la comensalidad diferenciales y diferenciadoras.

En Córdoba, encontramos que a partir de la articulación Estado/mercado¹, no sólo se ponen en venta alimentos, platos y productos ofrecidos como patrimonio gastronómico², sino también experiencias gastronómicas en escenarios patrimonializados³. Estas propuestas, que invitan a degustar aquello más propio de una cultura o un territorio, se despliegan de manera novedosa mediante una serie de narrativas, acciones y desplazamientos (rutas, circuitos) que emergen en oposición (al menos en apariencia) al consumo estandarizado, homogeneizado y a la pérdida de la función identificadora de los alimentos (Fischler, 1995).

La patrimonialización de la cultura alimentaria constituye una de las modalidades expresivas de un proceso más amplio de estetización política y de espectacularización de la cultura (sensu Debord) a la vez que un conjunto de transformaciones materiales y simbólicas, que Walter Benjamin ha denominado “embellecimiento estratégico” (2019: 267), destinado al ordenamiento clasista de los cuerpos y a la regulación del conflicto (en articulación al desarrollo del capital).

Esposz y del Campo (2018) observan para el caso cordobés (como réplica de las grandes capitales mundiales) cómo estos cambios en el territorio y en la experiencia de sus habitantes responden a la relación indisoluble entre gentrificación, patrimonialización y turistificación. En este triple proceso, la operatoria del capital se produce mediante lo que David Harvey (2015) llamó “apropiación por desposesión” (pp. 9-11). Ello implica convertir en mercancías objetos, prácticas y procesos que no solían ser concebidos como tales y que eran considerados derechos públicos o de uso colectivo. Una vez mercantilizados, son apropiados generando plusvalor y restringiendo su uso a sectores con capacidad de adquirirlos. En este marco, de acuerdo con Belén Esposz (2016), el turismo interviene -junto al valor patrimonial- modificando el campo de la cultura, dado que se posiciona como tendencia que abarca formas de producción, circulación y consumo, que va enlazando -mediante la gestión comunicacional- lugares, objetos, sujetos, historias y prácticas socio-culturales que se desean consumir, visitar y también producir (p. 320).

La patrimonialización de las cocinas y su explosión como oferta gastronómica parece tener lugar para una diversidad de variantes y regiones que van desde platos y productos cordobeses hasta propuestas que invitan a viajar a culturas más o menos lejanas (hindú, comida callejera del Sudeste Asiático, colombiana, mexicana, japonesa, entre muchas otras). Entre estas opciones, desde hace aproximadamente una década, la cocina peruana irrumpe como opción de comida étnica de excelencia digna de ser conocida y saboreada.

Esto no sorprende, dado que en un marco de mercantilización de las identidades culinarias (Medina, Leal y Vázquez-Medina, 2018) la cocina tradicional peruana se ha constituido en punta de lanza a partir de su incidencia en la oferta gastronómica mundial potenciada por su candidatura a UNESCO para consagrarse como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Con este propósito, el Ministerio de Cultura y de Asuntos Exteriores de Perú, la Asociación Peruana de Gastronomía -fundada por el chef y empresario Gastón Acurio⁴- y otros actores privados impulsaron la campaña “Cocina peruana para el mundo” (2011)⁵ a fin de ganar adhesiones para el reconocimiento de UNESCO finalmente obtenido. Este mérito la consolidó como una de las capitales gastronómicas del mundo y ha sido determinante en la proyección global de la marca-país del estado peruano. Como consecuencia, la cocina peruana encuentra su lugar en el mercado argentino y de Córdoba⁶. Tal es así que la onda expansiva se ha extendido más allá de los restaurantes y chefs más reconocidos hasta tocar los espacios de restauración (comedores) tradicionalmente frecuentados por sectores populares de la colectividad peruana.

En esta dirección, desde hace varios años, en los medios cordobeses vienen asomando los comedores peruanos como opciones de comida típica, sabrosa y barata que merecen ser conocidos y frecuentados⁷. Los locales promocionados se ubican en los barrios pericentrales de Alberdi, Providencia y Güemes (aunque la colectividad peruana se asienta también en otros barrios de la ciudad) y emergen en el espacio mediático como elementos

de un paisaje que evoca la vida y la cultura en Perú hasta convertirse en “La pequeña Lima” o “Pueblo Perú” cordobés.

En esta investigación nos interrogamos acerca de cómo la comida peruana se inscribe en el mercado gastronómico cordobés. Para ello analizamos los sentidos producidos sobre ella en los comedores peruanos. Durante el año 2018 y parte del 2019 realizamos observación participante en estos locales de restauración y entrevistas a propietarias/cocineras y comensales. Completamos el análisis con los datos producidos a partir del relevamiento mediático sobre el tema.

Organizamos el artículo de la siguiente manera: en un primer momento contextualizamos la inserción de la colectividad peruana en la ciudad de Córdoba y su relación con algunos de los procesos urbanísticos que se vienen produciendo en los barrios pericentrales. Luego, describimos los comedores, en tanto prácticas y espacios del comer y sociabilidad alimentaria transitados y recreados por migrantes como por comensales no-peruanos, buscando identificar cómo se expresan allí formas de significación del comer y la comensalidad, a la vez que describimos cómo se vuelve comunicable la gastronomía peruana en -y desde- estos espacios y cómo se inscribe en el mercado de experiencias gastronómicas. Al final presentamos algunas reflexiones finales de la investigación.

LA PRESENCIA PERUANA EN CÓRDOBA

El proceso migratorio de Perú a la ciudad de Córdoba se produjo en dos grandes corrientes: la primera, ocurrida entre 1950 y 1960, originada en el interés por realizar estudios universitarios. Estuvo constituida por migrantes de sectores medio y medio-altos provenientes en su mayoría de Lima y la costa norte del Perú, principalmente Piura. Algunos, luego de insertarse al mercado laboral, se establecieron permanentemente en la ciudad (Sillau y Salcedo, 2001).

La segunda gran ola de emigración, ocurrió en dos fases: a fines de la década de 1990 y durante los primeros años del nuevo siglo, motivadas por

necesidades y expectativas laborales. Ambas fueron masivas⁸ y protagonizadas por sectores populares en base a redes familiares. En concordancia con la primera migración, los lugares de procedencia fueron en general Lima y departamentos de la costa norte peruana: La Libertad, Lambayeque y Piura (Falcón y Bologna, 2013).

La dinámica de la segunda ola migratoria se puede definir, siguiendo a Paerregaard (2007), como “de punta” que consistía en el traslado de un miembro de la familia a la Argentina para girar dinero al país de origen. Una vez alcanzada cierta estabilidad, el resto de la familia se reunía. La crisis económica, así como la violencia política⁹ que atravesaba el Perú fueron determinantes para la emigración de gran cantidad de sus habitantes (Falcón y Bologna, 2013). Las condiciones de la Argentina, en ese entonces favorables para el envío de remesas, posibilitaron que muchos peruanos se trasladaran, desempeñando tareas domésticas, textiles, de comercio y de la construcción.

Falcón y Bologna (2013) caracterizan la primera fase de esta segunda oleada migratoria (década de 1990) como predominantemente femenina. Ello obedece al menos a dos razones: por una parte, a que la oferta laboral cordobesa accesible a los migrantes (algunos en condición de indocumentados) se reducía a trabajos precarizados e informales como el textil, el doméstico y el cuidado de enfermos y niños. La segunda razón de esta particularidad se vincula con el propio patrón migratorio de la población popular peruana que fue históricamente encabezado por mujeres (Paerregaard, 2007).

La mayoría de los migrantes peruanos de la última corriente migratoria se ubicó en los barrios pericentrales de la ciudad, ya que la cercanía al centro y los bajos valores de los alquileres volvían a estas zonas accesibles como lugares de residencia (Maldonado, 2012). Los migrantes llegados en la década de 1990 se establecieron en Alberdi, Providencia, el Centro, Alto Alberdi y San Martín, mientras que el censo de 2008 indicó un desplazamiento en el asentamiento de migrantes peruanos hacia barrio Güemes (Bologna y Falcón, 2012)¹⁰.

La intensa inmigración característica de esta última oleada se articuló en una colectividad basada en redes de intercambio de información y trabajo, así como también de objetos, prácticas y costumbres propias de los lugares de origen (Magliano, 2017; Falcón y Bologna, 2013; Miranda, 2018). Con base en estas redes, algunos migrantes decidieron establecer locales de actividad económica, cuyas ocupaciones preponderantes eran textiles y de preparación de comida (Magliano, 2017). Los comedores se constituyeron como uno de los espacios donde la emergente colectividad peruana recuperaba la comensalidad y el encuentro entre paisanos, así como lo fueron otros espacios de la ciudad, como la Isla de los Patos, un parque construido a inicios de la década de 1990 en el río Suquía en una zona que divide los barrios Alberdi y Providencia¹¹.

UN RECORRIDO POR LOS COMEDORES PERUANOS

Un sistema culinario, de acuerdo con Claude Fischler (1995), consiste en un sistema estructurado y complejo de reglas que ordena la producción, adquisición, combinación, preparación y el consumo de alimentos. A su vez, responde a una manera de ver y entender el mundo en que los comensales no sólo incorporan las propiedades de la comida, sino que en el acto mismo del comer se posicionan en un sistema culinario y, en consecuencia, en el grupo que lo practica. Se funda así un sentido de pertenencia, de comunidad, y a la vez de alteridad. Por eso, indagar las sintaxis y gramáticas culinarias que se despliegan en los comedores (sus complejidades y tensiones) implica recorrerlos, participar de las comidas que allí se ofrecen, observar los tiempos, los espacios, los movimientos y dialogar con cocineras y comensales.

Para llegar a los comedores es necesario contar con la ubicación precisa de estos lugares, es decir con el dato concreto. La mayoría de ellos no se advierten a simple vista y ocupan espacios recondicionados como antiguas pensiones, galpones sectorizados o casas de familia.

Los dueños son en su mayoría mujeres de nacionalidad peruana (que dan nombre al negocio¹²) y son quienes se encargan de la planificación, adquisición de los ingredientes, elaboración y servicio de los platos.

En la ambientación se conjugan elementos diversos que componen un escenario que podríamos denominar ancestral/temporáneo, con matices y singularidades según las trayectorias, expectativas y posibilidades de sus dueñas. Es común encontrar objetos y adornos que remiten a las culturas andinas como los coloridos aguayos que hacen de manteles o gigantografías de la ciudadela inca Machu Picchu, así como pantallas led de grandes dimensiones y objetos personales (trofeos de competencias deportivas, figuras de personajes infantiles e imágenes religiosas).

La cocina, en algunos casos, se encuentra pegada al comedor (como parte del mismo escenario) y en otros, los platos llegan a la mesa desde el interior de la casa. La proximidad de este sector va poblando el espacio de una diversidad de aromas:

especias, caldo de gallina, mariscos o frituras, a la vez que sube la temperatura ambiente durante la preparación de la comida. Según se van ordenando, resaltando o naturalizando estos elementos, el ambiente remite a una estética más cercana a la de los restaurantes del circuito gastronómico oficial o hacia la construcción de un ambiente más familiar (Imagen 1).

Los días de semana se ofrece un menú económico (los precios oscilaban al inicio de 2019 entre los 80 y los 150 pesos) compuesto por una sopa y el plato principal (segundo), un vaso de gaseosa o jugo y, en algunos, postre. El plato principal incluye casi siempre arroz y/o legumbres y carne (carne, pollo o pescado): arroz chaufa, lomo saltado, seco de res, pollo broaster, escabeche de pollo y tallarín saltado son los más ofrecidos y se sirven en porciones rindidoras. Los principios de condimentación parecen ser el elemento más expresivo, otorgando su carácter distintivo el uso del ají, el rocoto y el glutamato, además de algunas hierbas como el cilantro y el huacatay.



Figura 1. «El resto de Lala»
Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Pizarrón de «Tía Kely»
Fuente: Elaboración propia

Los fines de semana, la oferta se restringe a platos a la carta (ceviche, parihuela, jalea de mariscos) cuyos valores aumentan duplicando en la mayoría de los casos el del menú semanal. En general no se utiliza carta para ofrecer los platos, sino que se encuentran representados en la pared mediante fotos, afiches o inscriptos en pizarras, sin indicar los precios (Imagen 2).

Estos espacios se han dado a conocer -en el ámbito mediático y en el boca a boca como comedores o bien como “bodegones”, reapropiación local que sintetiza el cruce entre la tradicional cocina porteña¹³ (hoy devenida ‘auténtica’ opción gastronómica trendy) y las particularidades de la cocina popular peruana. Esta condensación nos habla, además de un cruce en la jerga patrimonial vigente, de los ‘tipos’ de comensales que transitan los comedores.

Durante nuestros recorridos (principalmente al mediodía) observamos que almuerzan allí integrantes de la colectividad peruana como pausa en medio de la jornada laboral, así como pequeños grupos que trabajan en oficinas cercanas, tam-

bién algunas familias o comensales solitarios. Así, desde hace algunos años una práctica que era habitual de los trabajadores peruanos ha cobrado adeptos cordobeses que acuden en búsqueda de la combinación de comida “buena, bonita y barata” (Maldonado, 2018)¹⁴.

Los fines de semana la circulación de comensales parece modificarse: “Hay más laburantes los días de semana. Me parece que se abrió mucho el juego ahora. Está llegando a otros ámbitos” (Entrevista a Jc, 19/11/2019). Esta observación encuentra su correlato en el espacio mediático, como invitación a un público no peruano que busque, ya no la reposición de la fuerza de trabajo, sino la dimensión ‘más auténtica’ de la comida peruana.

Consultado sobre su clientela, Simón [dueño de un comedor] asegura que de lunes a viernes van muchos trabajadores por el menú, pero que los fines de semana vienen otras personas con sus familias a disfrutar de un plato de mariscos o de comida típica. (Extracto publicado en el diario La Voz del Interior, Maldonado, 2018).

El pasaje del circuito informal a opción gastronómica es percibido como una pérdida de “mística” y de “lo casero” por aquellos comensales cuya motivación, además del sabor de la cocina peruana, es el “entusiasmo del descubrimiento”. Así, cuando los comedores dejan de ser “un pequeño hueco” para convertirse en restaurant se desdibuja la dimensión folclórica y novedosa que lo distanciaba de “lo común”, como expresa un entrevistado.

El acto de comer constituye una forma de cognición sensorial y afectiva regulada por la cultura que nos hace parte de un sistema culinario. Así nos lo muestra su raíz etimológica: sapio o sapere (del latín) que significa degustar, saborear y entender, así como sapientia, traducida como sabiduría, que significa tener conocimiento del mundo y también degustar las cosas en el mundo (Montoya, 2010). Podemos decir entonces que concurrir y saborear la cocina de los comedores peruanos en Córdoba implica un doble sentido: como el cuerpo que ‘re-conoce’ su cultura, es el caso de los migrantes

peruanos que reencuentran sus prácticas alimentarias de origen en territorio cordobés. Como es sabido, el valor comunicativo de la comida se estructura sobre el “valor de la circunstancia” (Barthes, 2006): el ritual colectivo que justifica el encuentro entre compatriotas excede la sustancia nutritiva, pero a la vez la requiere como componente intrínseco del comer juntos (Montanari, 2004), como materia necesaria para la activación de la memoria sensorial y afectiva que acerca lo distante y como reposición energética para la reproducción de la fuerza de trabajo.

Y, en un segundo sentido, como ‘conocer’ la cultura peruana a través de su gastronomía en el acto de ‘descubrir’ aquellos sabores que se presentan como más auténticos para el comensal cordobés vuelto turista en su propia ciudad. La experiencia del comer se expresa como vivencia exótica, como viaje al mundo de las comunidades migrantes de los sectores populares. Experiencia que se torna comunicable, como ‘un secreto a voces’, mediante el “boca a boca” o el registro en sistemas de archivos de datos compartidos (como la aplicación web Google Keep) entre foodies que aportan el dato preciso sobre la ubicación del comedor. A su vez, algunos comensales registran en mapas virtuales -como el Google Maps- los comedores que visitan¹⁵ donde los puntúan incorporando comentarios y fotos.

PRESENTAR Y COMUNICAR LA COCINA PERUANA

La inscripción de las prácticas culinarias peruanas en territorio cordobés se puede analizar como una relación entre sustituciones e incorporaciones de ingredientes, interacciones y sentidos. Y en esta operación, las principales artífices son las dueñas, cocineras y anfitrionas.

Durante las conversaciones que mantuvimos con ellas, se reconocen como expertas cuya idoneidad validan mediante el reconocimiento que obtienen de la elite peruana en Córdoba (vinculaciones con el Consulado de Perú en Córdoba y con profesionales peruanos residentes en Córdoba)¹⁶ y de la

afluencia de comensales no peruanos (“Acá vienen muchísimos turistas”, entrevista a Kco, 09/2019).

Las cocineras, a través de sus relatos, recrean su cocina como forma de presentación de sí mismas (Goffman, 2009)¹⁷, de distinción simbólica y como experiencia y proyecto que se articula en torno a la cocina (como práctica cotidiana, como empleo y como emprendimiento individual). Se muestran seguras de sus habilidades culinarias, de la gestión en la calidad de los ingredientes y comprenden muy bien la importancia de vincular la comida al territorio y la memoria. Elementos mediante los que buscan distinguirse con base en un proyecto discursivo en vigencia como lo mencionamos al inicio de este trabajo. De esta manera, en la tensión entre comensales peruanos y cordobeses, las cocineras intercambian, yuxtaponen y negocian ingredientes, técnicas culinarias y significados para volver aceptables (y adaptables) los platos peruanos tanto a la añoranza de su colectividad, como a los estándares del mercado gastronómico¹⁸.

Con actitud y aptitud pedagógica, van describiendo los alimentos, las regiones de procedencia, sus trayectorias como inmigrantes y como cocineras (los inicios, los recorridos, el progreso). Pareciera ser que el “nacionalismo culinario” (Matta, 2014: 21) que promueve el estado peruano cruza fronteras y las legitima para participar del mercado de experiencias gastronómicas locales.

Algunas cocineras comunican sus menús mediante el uso de sistemas de mensajería como Facebook y Whatsapp, que les permiten incluir imágenes de los platos ofrecidos. Esta forma de difusión mediante el uso de sistemas hipermediáticos¹⁹, si bien sigue las gramáticas del género publicitario, se puede considerar informal ya que ninguna cuenta con páginas institucionales o se inscribe en plataformas de servicios o páginas de difusión gastronómicas. La comunicación se realiza mediante las redes sociales personales entre la cocinera y el comensal.

CONCLUSIONES

El recorrido por los comedores peruanos en Córdoba ha posibilitado comprender cómo se despliegan ciertas gramáticas y sintaxis culinarias que participan del ordenamiento de determinados espacios de sociabilidad en un momento determinado. En este caso, mediante el reconocimiento de un tejido de prácticas que convoca tanto a integrantes de la colectividad peruana como a cordobeses en la búsqueda de experiencias gastronómicas más auténticas.

Nos hemos enfocado en describir la escena del comer en estos espacios, los sentidos que allí se producen y ponen en circulación, para finalmente observar cómo se vuelve comunicable la experiencia de ir a un comedor peruano en territorio cordobés. Interacciones y sentidos que no se producen de manera aislada, sino que constituyen el correlato de un proceso de gestión territorial impulsado por la relación Estado/mercado que posiciona a la gastronomía como dispositivo ideológico para ordenar la circulación e interacción de comensales-consumidores en el espacio urbano.

De acuerdo con Jesús Contreras (2013), las prácticas alimentarias han servido históricamente para delimitar las diferencias étnicas y sociales, puesto que operan como vectores para clasificar y jerarquizar personas y colectivos, a la vez que para manifestar las maneras de entender el mundo. De esta manera, la conciencia acerca de un modo específico de cocinar y de comer, en el encuentro con otros, se concreta y se modifica. Así, la culinaria peruana de los migrantes de sectores populares que residen en los barrios pericentrales de Córdoba, de una estrategia de inserción laboral en un país extranjero ha pasado a ser una oportunidad para formar parte del mercado de comidas auténticas y del espectáculo de las culturas alimentarias. Las propietarias/cocineras negocian, exaltan y neutralizan ingredientes, especias y costumbres para participar de una escena del comer que nadie quiere perderse.

La inscripción de los comedores populares peruanos en los itinerarios patrimonializados del

comer se concreta en los procesos comunicativos que se entranan con ellos.

Volóshinov (2009) planteaba que los signos enunciados en la comunicación social son el indicador más sensible de las transformaciones sociales. Estas quedan registradas en los valores que se construyen y en las formas enunciativas. De allí, que la dimensión ancestral y mística de la comida popular peruana y su escenario devengan experiencias deseables para el comensal que, interpelado por los valores estéticos y económicos de la autenticidad, busca reencontrar los sabores en la exclusividad y la diferencia. En esta asociación de valores podemos entender, siguiendo a Williams (2009), una actualización hegemónica de la patrimonialización y la turistificación de la gastronomía que se da a escala global, en la práctica del cocinar/comer/comunicar comida popular peruana.

A su vez, lo descrito en apartados anteriores permite decir que esta forma de “economía étnica” (Imilan, 2014) ha implicado oportunidades para el mercado de trabajo y los emprendimientos familiares de los migrantes, obturadas en otros ámbitos laborales. Asimismo, en un contexto de expansión de la gastronomía peruana el negocio culinario emerge como posibilidad de reconocimiento y resignificación de un otro (extranjero y de clase) y su inclusión a la sociedad cordobesa.

La presentación mediática de los comedores bajo el término “bodegón”, así como su connotación vinculada a lo popular y los lugares ocultos (los tugurios porteños) nos ha remitido un término con que se nombra a espacios similares en Perú, huarique o huarique, del quechua “escondrijo”, que el chef Gastón Acurio define como:

“Un pequeño espacio con pocas mesas, una oferta reducida de platos en donde destacan una o dos especialidades, con un ambiente muy casero y un servicio muy amigable, casi familiar. Con un público que acude en busca de mucho sabor y calidad a buen precio en porciones generosas. Eso es un huarique (...) Si lo trasladamos al mundo el huarique sería así poco a poco la versión peruana del bistrot francés”²⁰.

La conexión del huarique con la sofisticación de la cocina francesa, la exclusividad y la proyección global de Acurio nos hablan de la transformación de la experiencia a escala global que se apropia de la comida de los sectores populares para volverla mercancía gourmet y destino turístico. Esto nos hace volver a la cuestión de la gestión territorial, que planteábamos al principio, y su nexo con los procesos de apropiación por desposesión: si la mercantilización de la gastronomía se relaciona también con la mercantilización de la cultura como expresión de intervenciones urbanas que clasifican cuerpos e interacciones, ello nos obliga a pensar críticamente la producción de paisajes étnicos, mediante los cuales el Estado y el mercado nos invitan a nuevos usos y circuitos gastronómicos en la ciudad, a preguntarnos por las implicancias para sus habitantes tradicionales, por sus posibilidades de participación, y por todo aquello que permanece invisible por las luces y reflejos de la gastronomía cordobesa. ¶

NOTAS

- [1] A nivel provincial esta tuvo carácter legal con la aprobación de las leyes de Reforma del Estado el 25 de marzo de 2000, entre las que destacamos la ley 8837 “Incorporación del capital privado al sector público” (Boito y Michelazzo, 2014).
- [2] Puede consultarse la página web de la Agencia Córdoba Turismo donde se ofrecen al turista “sabores” y “experiencias” que organizan rutas gastronómicas por las diferentes regiones de la provincia, así como una multiplicidad de festivales y ferias que se vienen llevando a cabo (Agencia Córdoba Turismo, s/f).
- [3] El Estado municipal propone recorridos urbanos por Áreas Gastronómicas en su página web destinada al Turismo (pestaña Gastronomía), a lo que suma determinados espacios, paseos y locales (Municipalidad de Córdoba, s/f).
- [4] Gastón Acurio Jaramillo articuló en sus restaurantes diversas manifestaciones de la cocina peruana adaptándolas para el consumo global. De ahí que sus cadenas de restaurantes (especializados en determinadas variantes regionales de la culinaria peruana) estén presentes en 12 países. Acurio fue considerado en el 2011 como uno de los 20 cocineros más influyentes del mundo.
- [5] Iniciativa destinada a promocionar el país a través de su cocina, sus insumos y sus destinos turísticos.
- [6] En palabras de un reconocido crítico gastronómico y empresario en el diario de mayor tirada de Córdoba: “Esta por supuesto no es la única batalla ganada por el nacionalismo peruano [la gaseosa Inka Cola]. Ya sabemos qué pasó con Gastón Acurio y el boom de su cocina en el Mundo. Mientras en Perú los restaurantes sirven lo mejor de sus costumbres, aquí por ahora la tendencia es comer platos que nos recuerden a nuestras vacaciones en el exterior” (Marchetti, 2017).
- [7] Brunello, 2009; Otero y Sudar, 2016; Pairone, 2019; Sgarrella, 2019.
- [8] En Córdoba el censo de 2001 registra la existencia de 6178 pobladores peruanos, mientras que el de 2008 da cuenta de 12062 residentes (Bologna y Falcón, 2012, p. 20)
- [9] Entre 1980 y 1992 se desarrolló un conflicto armado entre el Estado peruano y grupos guerrilleros (Movi-

miento Revolucionario Tupac Amaru y Sendero Luminoso) que impulsó migraciones masivas del campo a la ciudad (Contreras y Cueto, 2007, p. 135). En 1990, el presidente Alberto Fujimori inició una reforma liberal a las instituciones y la economía que desató una fuerte crisis económica y social profundizando las migraciones, esta vez hacia países limítrofes. Siguiendo a Maguiña (2015), la migración hacia el extranjero fue siempre ascendente desde 1990. Por más que en el nuevo siglo el Perú haya alcanzado una estabilidad económica, la exclusión y desarrollo desigual de la economía explica que cerca de 2,5 millones de peruanos hayan emigrado (entre 1990 y 2011), siendo en su mayoría migrantes de clases populares (p. 26).

[10] Los barrios pericentrales de Córdoba atravesaron un proceso de gentrificación desde la década de 1980 que implicó la mudanza de numerosas familias y -entre 1990 y el nuevo siglo- la de habitantes de asentamientos populares, trasladados a la periferia de Córdoba (Boito, 2017; Espoz, 2009). Con el transcurrir de los años, la migración peruana en su mayoría siguió los patrones de asentamiento popular en las ciudades barrios y en la periferia este y sur de Córdoba, ya que los barrios pericentrales fueron escenario de la intervención urbanística de empresarios desarrollistas (Bologna y Falcón, 2012).

[11] A partir del año 2007, la Isla de los Patos pasó de ser un lugar de reunión familiar de la comunidad peruana a una feria donde se ofrece comida, condimentos y especias peruanos (Miranda Pérez, 2018).

[12] Tía Kely, Tía Juana, Tía Cucha, El resto de Lala, por citar algunos ejemplos.

[13] “Bodegón” remite a un vocablo derivado del italiano “bodega” utilizado para referirse a un tipo de restaurant -tipo cantina o taberna- extendido por los barrios de Buenos Aires. Allí, se servían platos copiosos típicos de la cocina porteña, que incorporaban elementos de la inmigración europea, a un bajo precio. De esta manera sintetiza un tipo de comedor popular que se combina con las particularidades de la cocina peruana.

[14] “Abrí la posibilidad nueva de comer más sano, más

fresco y más picante, que eran cosas que me gustaban. Principalmente iba por el ceviche. La necesidad de sentir el limón, el picante, la canchita, el crocante. Era la alquimia” (Jc, entrevistado, 19/11/2019).

[15] Notamos cómo algunos comedores (Tía Kely y El Pino en barrio Providencia, por citar algunos ejemplos) adquieren visibilidad en dichos mapas, no por gestión de sus dueños, sino porque han sido marcados por usuarios como lugares visitados.

[16] Tomado de extractos de conversaciones informales de uno de los autores con un cocinero (2018) y una cocinera (2019) luego de haber concurrido algunas veces a sus establecimientos.

[17] Recurrimos a la metáfora teatral de Erving Goffman (2009) para analizar ciertos procesos de interacción en que los sujetos actúan y representan imágenes ante sí mismos y ante otros desde un lugar de construcción de sentido delimitado por modos establecidos y aceptados socialmente.

[18] En una conversación, una de ellas relató que debió suspender el tipo de presentación nocturna artística habitual debido a que implicaba un mayor consumo de bebidas alcohólicas y prefería mantener un “ambiente familiar” más cómodo para sus comensales (Nota de campo, 24/11/2019). En el mismo sentido, el condimento picante (ají), tradicionalmente incluido como parte del plato, se sirve aparte para comensales no acostumbrados a su intensidad y en algunos locales se les consulta el grado de picante que prefieren (Nota de campo, 9/2019).

[19] La hipérbole acentúa el carácter mediatizado de la sociedad contemporánea, que se materializa en la fantasía de formar parte en igualdad de condiciones del mercado de experiencias, tanto en el rol de cocinera-productora de imágenes y del plato patrimonializado; como en el de comensal-consumidor. A partir de la colonización mercantil de la experiencia (Boito, 2010) se entrama la difusión siguiendo los patrones del discurso publicitario.

[20] <https://www.facebook.com/gastonacurio/posts/10150486664683130/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barthes, R. (2006) “Por una psico-sociología de la alimentación contemporánea” en *Empiria. Revista de metodología de las ciencias sociales*. Núm. 11, enero-junio, 2006, pp. 205-221.
- Benjamin, W. (2019). “París, capital del siglo XIX (1935)”. En: *Iluminaciones*, p. 253 - 268. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Taurus.
- Boito, E. (2010) “Estados de sentir en contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia. Intentos por precisar una lectura materialista de las sensibilidades” en *Grosso, J. y Boito, E. Cuerpos y emociones desde América Latina*, Córdoba: CEA Conicet - Facultad de Humanidades, UNCa, pp. 82-101
- Boito, E. y Michelazzo, C. (2014) “Córdoba en pedazos. Habitar/circular en contextos sociosegregados” en *Estudios sociales contemporáneos*, Núm. 10, pp. 45-58
- Bologna, E. y Falcón, M. (2012), “Tendencias de la migración peruana y boliviana en Córdoba. Un análisis a partir de datos censales”, trabajo presentado en el Quinto Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población, Montevideo, 23 al 26 de octubre. Recuperado de: https://www.academia.edu/2299257/Tendencias_de_la_migraci%C3%B3n_peruana_y_boliviana_en_C%C3%B3rdoba._Un_an%C3%A1lisis_a_partir_de_datos_censales
- Brunello, R. “Alberdi: peruanos en su salsa...”. [blog] (1 de septiembre de 2009). Recuperado de: <https://cordobaliving.wordpress.com/2009/09/01/alberdi-peruanos-en-su-salsa/>
- Contreras, J. (2013) “¿Seguimos siendo lo que comemos?”, en *Identidad a través de la cultura alimentaria*. México: CONABIO/UNAM.
- Contreras, C. y Cueto, M. (2007) *Historia del Perú contemporáneo*, Lima: Instituto de Estudios Peruanos (Estudios Históricos), Núm. 27.
- Córdoba Turismo. (s/f). “Sabores de Córdoba”, Córdoba. Recuperado de: https://www.cordobaturismo.gov.ar/cosa_para_hacer/sabores-de-cordoba
- Debord, G. (1995) [1967] *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Espoz, B. (2016) “Apuntes sobre el turismo” en *Revista Chasqui*, Núm. 133 diciembre de 2016-marzo 2017, sección Informe, pp. 317-334.
- Espoz, B. y del Campo, ML. (2018) “Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010-2018)” en *Revistas de la Universidad Nacional de La Plata*. Vol. 1 Núm. 60 (2018): Primavera (octubre-diciembre). Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4840/4003>
- Falcón, M. y Bologna, E. (2013) “Migrantes antiguos y recientes: Una perspectiva comparada de la migración peruana a Córdoba, Argentina”, en *Migraciones internacionales*. Vol. 7, Núm. 1, pp. 235-266.
- Fischler, C. (1995) *El (H)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Amorrortu.
- Goffman, E. (2009) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, S. (2014) *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Universidad del Cauca y Editorial Envió.
- Imilan, WA (2014). “Restaurantes peruanos en Santiago de Chile: construcción de un paisaje de la migración”, en *Revista de Estudios Sociales*, Núm. 48, pp. 15-28.
- Magliano, M.J. (2017) *Las mujeres invisibles: experiencias laborales de mujeres migrantes en Argentina*, en *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, Vol. 1, Núm. 1, pp. 1-23. Recuperado de: <http://www.ceilconicet.gov.ar/ojs/index.php/lat/article/view/228/89>
- Maldonado, N. (24 de junio de 2012) “Una parte de Perú vive en Córdoba”, *La Voz del Interior*. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/suplementos/temas/parte-de-peruvive-cordoba-0>
- Maldonado, N. (23 de abril de 2018) “Comer a puertas cerradas”, *La Voz del Interior*. Recuperado de: <https://vos.lavoz.com.ar/comer-y-beber/comer-puertas-cerradas>
- Marchetti, N. (22 de septiembre de 2017) “Fuster: un hermoso bodegón peruano”, *La Voz del Interior*. Recuperado de: <https://vos.lavoz.com.ar/comer-y-beber/fuster-un-hermoso-bodegon-peruano>
- Matta, R. (2014). *República gastronómica y país de cocineros: comida, política, medios y una nueva idea de nación para el Perú*. *Revista Colombiana De Antropología*, 50(2), 15-40. Recuperado a partir de <https://revistas.icanh.gov.co/index.php/rca/article/view/247>
- Medina FX., Leal MP. y Vázquez- Medina JA. (2008). “Tourism @ gastronomy. An introduction”, en *Antropology*

- of Food, Num 13. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/aof/8800>
- Miranda Pérez, J. (2017) Junto, tupido y abundante. Economías feriantes y (contra)organización política. Buenos Aires: Antropofagia.
- Montanari, M. (2004) La comida como cultura. Gijón: Trea.
- Municipalidad de Córdoba. (s/f). “Gastronomía”, Turismo, Córdoba. Recuperado de: <https://turismo.cordoba.gov.ar/que-hacer/sitiosdeinteres/gastronomia/>
- Paerregaard, K. (2007) La migración femenina: estrategias de sostenimiento y movilidad social entre peruanos en España y Argentina, en *Anthropologica*, Año XXV, Núm. 25, pp. 61-82
- Pairone, J. (28 de septiembre de 2019) “Providencia, la pequeña Lima”, *La Voz del Interior*. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/opinion/providencia-pequena-lima>
- Otero, M. y Sudar, V. (13 de marzo de 2016). “El ‘Pueblo Perú’ cordobés”, *La Voz del Interior*. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/el-pueblo-peru-cordobes>
- Sgarella, S. “Perú de mis amores: gastronomía en el barrio más revolucionario de Córdoba” (7 de mayo de 2019). *La Tinta*. Recuperado de: <https://latinta.com.ar/2019/05/peru-amores-gastronomia-barrio-revolucionario-cordoba/>
- Sillau, A. y Salcedo, L. (2001) “Inmigrantes peruanos residentes en Córdoba ingresados durante el quinquenio 1950-1955”, en *Undécimo Congreso Nacional y Regional de Historia Argentina*, Buenos Aires: Academia Nacional de la Historia.
- Voloshinov, V. (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Godot.
- Williams, R. (2010) *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: Las Cuarenta.