

Nación y alteridad en el ámbito de la alimentación: apuntes sobre el caso chileno

Nation and otherness in the area of food: notes on the Chilean case

Nação e alteridade no âmbito da alimentação: apontamentos sobre o caso chileno

Isabel Aguilera Bornand¹

¹ Socióloga, Universidad de Chile. Doctora em Antropologia Social y Cultural, Universidad de Tarapacá, Chile. Departamento de Antropología, Universidad de Tarapacá, Chile. Departamento de Antropología. Universidad de Tarapacá. E-mail: isabelaguilerabornand@yahoo.es

RESUMEN

El presente artículo tiene (por) como objetivo dar cuenta de un enfoque posible en el marco de la antropología de la alimentación. De manera resumida, este enfoque supone analizar el ámbito alimentario y de la restauración en tanto soportes por donde transitan ideas en torno a la nación y la alteridad. Comenzaré por ofrecer una breve descripción del estado actual de la investigación sobre la alimentación desde las ciencias sociales, así como de los principales hitos que han marcado su institucionalización en el ámbito universitario chileno. (Luego,) Después analizaré las posibilidades que abre para la antropología pensar en la alimentación como cultura y como recurso, para finalmente detenerme en algunos ejemplos donde se pone en práctica el enfoque propuesto. Aunque los casos que presentaré se refieren a Chile, confío en que la mirada general puede abrir un debate intenso a nivel regional.

Palabras-llaves: Alimentación; Nación; Otredad; Chile

ABSTRACT

Food, nation and otherness: an approximation to the Chilean case This paper seeks to give account for one possible perspective in the anthropology of food framework. This perspective considers studying the food and restaurants as cultural expressions where nation and otherness have a particular place. I will begin given a brief portrayal of the present status of the food research in the social sciences and a recount of the main milestones of its institutionalization in the Chilean scholar sphere. Then, I will analyze the possibilities that thinking about food as a culture and a resource open for anthropology. Finally, some examples where this framework is use will be presented. Although, the cases propose refer to Chile, I trust that a general perspective could open an intense debate at a regional level.

Keywords: Food; Nation; Otherness; Chile.

RESUMO

O presente artigo tem (por) como objetivo discutir um enfoque possível sobre o marco da antropologia da alimentação. Em suma, esta abordagem se propõe a

realizar uma análise sobre o âmbito da alimentação e o resgate do arcabouço de ideias que transitam em torno da nação e da alteridade. Começarei oferecendo uma breve descrição do estado atual da pesquisa sobre nutrição nas ciências sociais, bem como os principais ritos que marcaram sua institucionalização no ambiente universitário chileno. (Logo,). Então, analisarei as possibilidades que a antropologia abre para pensar a alimentação como cultura e como um recurso, para finalmente me debruçar sobre alguns exemplos em que a abordagem proposta é colocada em prática. Embora os casos que apresentarei se refiram ao Chile, acredito que de forma geral possa abrir um intenso debate em âmbito regional.

Palavras-chave: Alimentação; Nação; Alteridade; Chile

El interés por la alimentación en Chile se ha intensificado notablemente durante la última década. La publicación, en 2005, del libro *La Olla Deleitosa. Cocinas mestizas de Chile* ⁽¹⁾, de la antropóloga Sonia Montecino es un hito que podemos situar en los comienzos de esta nueva etapa. Se trata de una publicación que consiguió vincular el mundo académico y el público general, poner a disposición de los lectores una serie de ideas y observaciones que, aunque de manera esporádica, la antropología venía desarrollando desde hace años. La favorable recepción que *La Olla* ha tenido entre críticos, cocineros, funcionarios públicos, intelectuales y público general ha operado, desde mi punto de vista, como una especie de legitimación en dos sentidos. Por un lado, las ciencias sociales han legitimado su presencia en los debates en torno a la alimentación y por otro, la alimentación ha legitimado su presencia en los debates propios de las ciencias sociales. Esta especie de mutuo reconocimiento se fortaleció todavía más a partir de la re-edición, en 2007, del libro del historiador Eugenio Pereira Salas, *Apuntes para la historia de la cocina chilena* ⁽²⁾.

Los *Apuntes* son una obra pionera (data de 1943) que se ha convertido en algo así como una lectura obligada para todos quienes, desde distintos ámbitos, se interesan por la alimentación (en tanto) como fenómeno sociocultural. Hay un último hito, coincidente temporalmente con los anteriores, que es necesario considerar para situar la actual posición de los estudios sobre alimentación en Chile. Durante el primer gobierno de Michelle Bachelet se fomentó tanto la producción alimentaria como los procesos de patrimonialización alimentaria, en un marco signado por un ideario multiculturalista y desarrollista. La conjunción de diversidad, patrimonio y desarrollo venía fraguándose, al menos, desde mediados de los 90', sin embargo creo no equivocarme al considerar el periodo entre 2006 y 2010 como crítico en la

consolidación de un ideario donde lo alimentario en un amplio espectro (productos, recetas, platos, técnicas, saberes, etc.) juega un papel central ⁽³⁾. Desde entonces el Estado, con mayor y menos intensidad según el gobierno de que se trate, ha financiado investigaciones y acciones vinculadas a la alimentación en sus diferentes niveles y concreciones.

A partir de los tres hitos que he mencionado, y probablemente de otros que se me escapan, se ha comenzado a configurar un espacio de debate, análisis y creación donde los discursos provenientes de la academia tienen un espacio relevante. Esto no quiere decir que las cátedras o asignaturas sobre historia, antropología o sociología de la alimentación tengan presencia en muchas universidades, al contrario, siguen estando circunscritas a unas pocas, pero sí se han multiplicado las publicaciones dedicadas a este tipo de temáticas, así como los trabajos colectivos que incorporan miradas sobre distintos asuntos, desde la alimentación.

Al respecto, probablemente la vinculación más productiva ha sido entre los estudios sobre migraciones internacionales y la alimentación. Cuestión que por lo demás ya tenía en Europa un desarrollo importante y que hace algunos años comenzó a trabajarse en Chile con sugerentes resultados¹. Por otro lado, la configuración de este espacio ha dado lugar a colaboraciones e intercambios de ideas entre diferentes actores. Cocineros, críticos gastronómicos, nutricionistas, agrónomos, gestores culturales, ONGs nacionales e internacionales, diversas reparticiones estatales y, por supuesto, profesoras y profesores universitarios se han encontrado en torno a cuatro o cinco grandes temáticas: a) el debate en torno a los cuerpos y la alimentación con particular énfasis en la alimentación saludable; b) procesos de patrimonialización; c) cuestiones sobre denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas; d) turismo gastronómico, y e) soberanía alimentaria.

Mi primera aproximación a la antropología de la alimentación fue en el marco de una investigación que buscaba dar cuenta de la cocina en tres ciudades de Chile. Ahí, como estudiante, me concentré en las prácticas alimentarias de una pequeña

¹ Ver: IMILAN, W / MILLALEO, A (2015) "Comer a lo peruano. Lugares de la inmigración gastronómica" In: Imilan, W; Márquez, F; Stefoni, C (eds.) *Rutas migrantes en Chile. Habitar, festejar, trabajar*. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado. Pp. 99-120

zona del sur del país y propuse una lectura sobre las relaciones de clase, género y etnicidad que la cocina produce y expresa. Más adelante, entusiasmada por la alimentación entre los mapuche que había podido conocer en ese primer trabajo de campo, pensé hacer una etnografía sobre cocina mapuche, pero a poco de empezar a trabajar noté que aquello que en Chile se entiende por mapuche es algo bastante más amplio que lo que los mapuche comen, producen y comercializan. Para ese entonces había comenzado una intensa valorización de la alimentación de los pueblos indígenas inspirada en parte en un ideario patrimonial y decidí centrarme en ese proceso y en los distintos actores involucrados. De manera algo casual, las relaciones, mediadas y/o expresadas por la alimentación, entre sujetos que se identifican desde posiciones diversas volvían a estar en el centro de mi investigación. A partir de mi tesis doctoral esa ha sido la línea de investigación que he desarrollado y el ámbito de la alimentación se ha develado como un espacio privilegiado para observar relaciones de alteridad en el marco de los estados nacionales.

Presentaré a continuación unos breves apuntes teóricos y luego avanzaré hacia tres ejemplos para dar cuenta de mi perspectiva. Cada uno de ellos recoge las ideas principales que he desarrollado en mi tesis doctoral y dos artículos prontos a ser publicados. Lo que quiero proponer ahora, más que nueva información, es una lectura transversal que dé cuenta de la línea que ha guiado estas indagaciones y que espero continuar desarrollando en el futuro. No me extenderé en aspectos metodológicos porque he utilizado diversas técnicas intentando ajustarme a las preguntas que han ido apareciendo. Solamente quisiera apuntar que aun cuando el consumo alimentario no sea el foco de nuestras investigaciones, la observación directa en restaurantes y espacios de comercialización tiene un papel preponderante. Por otro lado, y consistentemente con mi interés por los discursos que circulan públicamente me he servido de la información disponible en internet para acercarme a los discursos de comensales y empresas distribuidoras y/o productoras de productos alimenticios.

Alimentación: cultura y recurso

Pensar la alimentación como cultura supone, de algún modo, pensarla como emergente de procesos de significación compartidos, y al mismo tiempo como

artefacto con capacidad expresiva. En este sentido, el ámbito de la alimentación en su conjunto puede ser tomado como un texto a interpretar, del mismo modo que se interpretan otros artefactos culturales como la televisión, las novelas, etc. Dicho de otro modo, es un soporte por donde transitan ideas de muy distintas índoles. Ideas sobre el cuerpo, la salud, lo tóxico, la contaminación, la identidad, pero también ideas sobre la nación, la alteridad, la propiedad, la autenticidad y la tradición. Pensar en la cultura como recurso, por su parte, responde a una lectura de los tiempos que corren y no supone simplemente que la cultura, y por lo tanto la alimentación, tenga valor económico. Según Yúdice ⁽⁴⁾, que la cultura sea un recurso refleja “un nuevo marco epistémico donde la ideología y buena parte de lo que Foucault denominó sociedad disciplinaria [...] son absorbidas dentro de una racionalidad económica o ecológica, de modo que en la ‘cultura’ (y sus resultados) tienen prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión” ⁽⁴⁾. Probablemente *Etnicidad S.A* de Comaroff y Comaroff sea el texto que mejor ejemplifica y analiza el marco epistémico que sugiere Yúdice. Comaroff y Comaroff ⁽⁵⁾ además de mostrarnos como emergen una serie de etnomercancías y nuevos organismos de carácter empresarial para la gestión de la cultura y la identidad, adoptan una mirada que les permite apreciar las puertas que este orden abre y cierra para los sujetos étnicos. Sin perder el carácter crítico, los autores sugerirán que el compromiso que muchos pueblos subordinados económica y culturalmente han adquirido con el mundo de los negocios, incide en la forma en que esos pueblos piensan y viven sus identidades, y en las luchas por el reconocimiento. Hacer de la etnicidad, la identidad y la cultura una empresa no significa necesariamente que “los proveedores de autenticidad étnica [sean] esclavos del fetiche de su propia esencia enajenada, por ligados que estén al mercado” ⁽⁵⁾. El ámbito de la alimentación no está exento de las tensiones entre estructura y agencia, mimesis y subversión, copia y original que supone pensar en la cultura como recurso.

El multiculturalismo neoliberal que se ha instalado progresivamente en Chile desde el fin de la dictadura de Pinochet y con intensidad a partir del comienzo del siglo XXI, engarza fluidamente con el tratamiento de la cultura como recurso ⁽⁶⁾. Aunque según el modelo regional multicultural de Van Cott ⁽⁷⁾ el caso chileno no va más allá de un multiculturalismo retórico, no es menos cierto que la exaltación de la diversidad y la fetichización de la alteridad ⁽⁸⁾ están a la orden del día. El Estado ha

sido y es el principal promotor de este ideario y durante los últimos dos años el Ministerio de Cultura, que acaba de inaugurar su rama de gastronomía, es el actor más preponderante.

A día de hoy la alimentación representa en Chile un recurso que moviliza dinero, es cierto, pero ante todo moviliza identificaciones y alterizaciones. Se trata de un recurso utilizado para definir quienes somos y quienes son los otros, y establecer dentro del nosotros, que se supone diverso, quien es quien.

Vender Otredad

El mercado de los productos gourmet es un espacio privilegiado para apreciar cómo transita la otredad por el ámbito de la alimentación. Los envasados y etiquetados, así como las estrategias de marketing de diversos productos dan cuenta de la utilización de imágenes y discursos, muchas veces exotizantes, para promover la comercialización. En el marco del multiculturalismo neoliberal este tipo de utilización no es de extrañar. Ya lo había consignado, hace años, Claudia Briones ⁽⁹⁾ al sostener que uno de los efectos de la exaltación de la diversidad es la mercantilización.

Aproximadamente desde mediados de los años 90' y como efecto de un proceso de renovación de la cocina chilena llevado a cabo desde el ámbito de la restauración, varios productos poco conocidos alcanzaron notoriedad. Productos locales, es decir, identificados por su relación con un territorio y unas costumbres específicas, como los dulces de La Ligua; productos endógenos, es decir, originarios de Chile y/o América; así como productos que se identifican como propios de pueblos indígenas, entraron por la puerta ancha a las cocinas de prestigiosos restaurantes de la capital. Incluso ocuparon un importante espacio en el Palacio de Gobierno (Palacio de la Moneda) cuando el principal impulsor de la renovación de la cocina chilena, Guillermo Rodríguez, se hizo cargo de sus fogones para las grandes ocasiones. La visibilización de esta una nueva gama de productos, que en su conjunto algunos cocineros designan como "olvidados" ⁽¹⁰⁾, llamó rápidamente el interés de pequeños empresarios y también del Estado, quien a través de organismos como la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) promovió su producción y comercialización, mientras que paralelamente se creaban certificaciones para su protección y reconocimiento. Son muchos los productos que

adquirieron nuevos valores a partir de esta sinergia y, aunque no todos ellos estaban relacionados con los pueblos indígenas, fueron sobre todo los productos que he llamado “étnico-gourmet”⁽³⁾ los que han tenido un mayor éxito.

Aunque seguramente son muchos los productos susceptibles de tratar desde este enfoque, quiero ofrecer solamente un ejemplo para apreciar cómo la otredad exotizada opera a modo de atractivo.

Los piñones son el fruto de la araucaria (*Araucaria araucana*), tienen un color marrón y miden aproximadamente 4 centímetros de largo. El pueblo mapuche tiene un vínculo histórico y cultural fuerte con los piñones. De hecho, en mapudungún el fruto se llama Pehuén y quienes lo recolectan pehuenches². Los usos culinarios de los piñones son variados, pero se consumen fundamentalmente cocidos o en forma de harina. En el sur de Chile, donde crece la araucaria, los piñones no representan un consumo exclusivamente mapuche, quienes no se reconocen como tal también lo aprovechan y, por lo tanto, desde una perspectiva nacional podríamos situarlo como un alimento propio del sur. En el año 2009, la empresa Huerto Azul, domiciliada en la ciudad sureña de Villarica, lanzó una línea de productos gourmet que vino a completar su ya extensa gama de productos: mermeladas, dulce de leche, salsas dulces y saladas, conservas en almíbar, chutneys, entre otros. La línea gourmet, por la cual la dueña de Huerto Azul obtuvo el premio “mujer emprendedora” que otorga FIA, se presenta en un formato nuevo con leyendas escritas en castellano e inglés. Los piñones son, para usar el mismo tipo de metáfora biológica que utiliza la marca, el corazón de la “colección gourmet” y se presentan del siguiente modo:

“El piñón es el alma de la Araucanía Chilena y desde siglos ha sido el sustento de miles de personas, y está ahora a su disposición. Aromatizado al ajo, es el ingrediente ideal para agregarle un toque exótico a sus tablas ya sean de quesos o fiambres, o hacer su propia interpretación del famoso pesto moliendo las semillas con albahaca y aceite de oliva”⁽³⁾.

La relación exotizante que la marca establece con el piñón es literal, pero también pasa por la invisibilización de los mapuches y la mención de la Araucanía. Ubicar los alimentos en lugares y personas distantes del comensal es una estrategia propia del exostismo alimentario⁽¹¹⁾, orientado a recubrir esos alimentos de un pátina

² Habitantes de la cordillera

de misterio que seduce. Cuando se habla de la Araucanía como un organismo con alma propia se desliza que la Araucanía es un espacio Otro, un espacio particular con un alma que no comparte con otros espacios. Paralelamente, cuando se dice “miles de personas”, sin nombrar a los mapuches se corre un velo sobre una presencia que de lo contrario podría ser contraproducente. Los discursos negativos que pesan sobre el pueblo mapuche en Chile son bien sabidos y por lo tanto no me extenderé en describirlos, basta con decir que actualmente la asociación entre terrorismo y mapuche está más fortalecida que nunca. El exotismo permite que la alteridad opere como un atractivo comercial, que los estereotipos criminalizantes que pesan sobre los mapuche no sean evocados y que el comensal sienta que se acerca a lo desconocido y placentero.

Como vemos, los alimentos y sus formas de comercialización informan sobre materias amplias y complejas como las relaciones de alteridad en los estados nacionales, cuestión que para el caso chileno es, a día de hoy, de suma relevancia. Pero el ámbito de la alimentación no simplemente expresa relaciones e imaginarios asentados en el pensamiento operante, también crea o produce imágenes y representaciones. Creo no equivocarme al sostener que la alimentación ha sido y es un terreno donde se ha reforzado una determinada imagen de los pueblos indígenas sujeta a las nociones de tradición, antigüedad y autenticidad.

La comercialización de productos étnicos no está ajena a las luchas por la representación y en ese marco ha apostado fuerte por lo que Hale ⁽¹²⁾ llamó el “indio permitido”, es decir, aquella categoría sociopolítica que se presume “ha pasado el test de la modernidad, cambiando la ‘protesta’ por la ‘propuesta’ y aprendido a ser al mismo tiempo auténtico y capaz de dialogar con los sectores dominantes” ⁽¹⁰⁾. Todavía más, un indio ligado a una ruralidad idealizada que se describe a través del binomio naturaleza-contemplación. No podía ser de otro modo puesto que se trata de vender, pero eso no quita que a través de determinadas marcas transiten imágenes que destacan una forma de ser indígena que a) se aleja de la figura del indio interdicto o problemático, vinculado a la política, que prima en los medios de comunicación en Chile y b) refuerza un imaginario tradicionalista que opera como baremo de la auténtica mapuchidad. La ruralidad, espiritualidad, apego a ciertas tradiciones configuran a un buen salvaje que aporta diversidad y espesor histórico a

la nación imaginada, pero que paralelamente se erige como una figura homogeneizante.

Otras ideas también se materializan en los discursos en torno a la alimentación indígena, particularmente aquellas sobre la biodiversidad y la alimentación saludable.

Hace pocos años, en la ciudad de Temuco, se planificaba un “taller de alimentación saludable” al cual tuve la oportunidad de asistir. El taller era financiado por un centro de atención primaria en salud y las discusiones tomaron un derrotero que llamó profundamente mi atención. En medio de disquisiciones sobre calorías y economía doméstica surgió el nombre de una mujer que podía ser la monitora del taller. Se trataba de una mujer reconocida públicamente como una cultora de la alimentación mapuche y campesina. Uno de los productos que más identifica esa corriente es la quínoa y, según comprendí, la nutricionista no consideraba la quínoa como un alimento bajo en calorías, sin embargo estimaba que los indígenas y campesinos tienen una alimentación saludable. Su opinión primó y se decidió que la conjunción entre mapuchidad, ruralidad y salud era la más conveniente.

No cabe duda que la representación de los pueblos indígenas como guardianes de la biodiversidad y sujetos apegados a la tradición no se origina exclusivamente en el ámbito de la alimentación, pero no es menos cierto que es allí donde se juega buena parte de ese imaginario. Probablemente la vinculación que mejor grafica esa relación es la que se ha dado en Slow Food y los pueblos indígenas. En Chile, Slow Food ha destacado como “baluartes” cuatro productos: el merkén, un aliño de ají ahumado, semillas de cilantro y sal; los huevos azules, puestos por la “gallina araucana”; las frutillas blancas de una pequeña ciudad llamada Purén y el pescado de la isla Robinson Crusoe³. Los primeros tres se asocian al pueblo mapuche ya sea por localización, tradición a carga genética.

Incorporar Otredad

Desde la vereda del consumo se verifican aspectos similares a los que acabamos de ver respecto de la comercialización. Para abordar el consumo de alimentos y productos signados como étnicos, he privilegiado la observación directa en restaurantes, las entrevistas en profundidad y el análisis de opiniones de clientes

³ <https://slowfoodenchile.wordpress.com/organizacion-de-slow-food-en-chile/> (Consultado 2 de mayo de 16)

de los restaurantes observados⁴. En este sentido, más que adentrarnos en las dinámicas de la industria agroalimentaria propongo observar las industrias culturales. Los restaurantes son espacios donde prima la movilización de materia cultural, son comparables a las librerías, el cine o el turismo, por nombrar solo algunos espacios ligados a las industrias y consumos culturales⁵. Desde esta perspectiva el espacio de observación son los restaurantes en tanto escenario donde se pone en acto un determinado consumo cultural y donde los alimentos devienen signos que representa la otredad.

El gusto por el otro, el deseo consciente y activo de acceder a la otredad a través del consumo, no es un fenómeno particularmente novedoso, pero sí permite iluminar aspectos de las relaciones de alteridad. Cuando el cosmopolitismo es un valor en alta y la posibilidad de conocer a los Otros una experiencia deseable, es de esperar que los consumos que abren esas posibilidades se intensifiquen y, aunque no todo consumo alimentario supone un encuentro con el otro, hay determinados contextos como la restauración étnica y el turismo donde esa relación se vuelve crucial. Las comidas operan en el marco del turismo cultural como “una vía de acceso a otras culturas, y a la vez permiten identificarse y distanciarse, descubrir al otro y comprenderse mejor a sí mismo” (13). Paralelamente, comer en restaurantes étnicos permite viajar sin moverse de la propia ciudad. En este sentido comer la comida de otros y viajar son experiencias hermanadas.

Cuando hablamos de restauración étnica hay ciertas particularidades latinoamericanas que vale la pena destacar. Hace algún tiempo un cocinero me contaba la siguiente historia: para la celebración de su cumpleaños una mujer había pedido a diferentes cocineros presupuestos para ofrecer una comida étnica. La petición era más o menos textual, se decía “étnico” y ninguna otra aclaración. Tres cocineros presentaron sus propuestas. El primero entregó un menú formado por preparaciones inspiradas en la cocina peruana. El segundo ofrecía una comida japonesa y el último un “cóctel intercultural”, es decir, una serie de bocados y bebidas que se organizan según si son mapuche o no mapuche. Éste último

⁴ Todas las opiniones fueron recogidas desde la web TripAdvisor en el idioma original en que fueron escritas. Se utilizó como variables de identificación el género y la residencia declarada por cada “crítico” en su perfil. El mismo procedimiento fue utilizado en nuestra indagación sobre cocina chilena.

⁵ Sabemos que todo consumo es cultural (16), sin embargo debemos intentar hacer algunas distinciones de lo contrario no podríamos estudiar el ámbito del consumo.

cocinero se adjudicó la celebración. La etnicidad, entendida como diferencia cultural, puede aplicarse hacia dentro y hacia fuera de los bordes del estado nacional, y en América Latina pero particularmente en Chile, la otredad interna circunscribe fundamentalmente a los pueblos indígenas. El cocinero que ganó fue quien mejor supo entender qué quiere decir étnico en un contexto determinado, lo cual para nuestro caso significa indígena.

Hay varios ejercicios gastronómicos que con mayor o menor éxito y visibilidad han explorado la veta indígena. El ejemplo que acabo de comentar, los cocteles interculturales, es probablemente el más conocido y en su ejecución participan tanto cocineros/as mapuche como no mapuches. De hecho, el origen de estos cócteles es la búsqueda de una representación culinaria de la mapuchidad ⁽³⁾. Nacen de la necesidad de acompañar ciertas actividades de alimentos que sean al mismo tiempo representativos y novedosos en su presentación. En los concursos gastronómicos el uso de productos indígenas también se ha vuelto común y ahí han comenzado a emerger versiones hipertradicionalizadas de la alimentación indígena, por ejemplo platillos conformados únicamente por productos americanos. La tendencia a incorporar lo indígena en la alta cocina comenzó a desarrollarse, no sin detractores, hacia el final de los años 80 coincidiendo con la transición política. El ámbito de la restauración se hizo cargo de la apertura hacia nuevos sectores políticos y sociales que supuso el fin de la dictadura, abriendo a la su vez las cocinas a productos y recetas que nunca antes habían formado parte de la alta cocina. Este proceso se conoció como renovación de la cocina chilena e influyó notablemente en el devenir de la restauración. Sin este primer impulso refundacional y la posterior aparición de voces que desde la académica y la crítica gastronómica destacaron la variabilidad geográfica y humana de la cocina chilena, restaurantes como Peumayén Ancestral Food quizá no existirían.

Su propuesta, que podríamos definir como *étnica-chic*, está inspirada en la alimentación de los pueblos mapuche, aymara y rapa nui, y el plato que se ha vuelto más popular es “la panera”, una versión del chef del pan que forma parte del cubierto en casi cualquier restaurante del país. La panera se compone de seis o siete bocados que son presentados por los meseros como “panes pehispánicos” aun cuando algunos son de trigo y otros no ocupan el lugar del pan en sus cocinas de origen. Poco importa el desajuste porque peumayén, en mapudungún significa,

“lugar de ensueño” y es precisamente un sueño la invitación que se ofrece a los comensales.

A través de una cuidada ambientación, de un staff que opera como traductores culturales y de la utilización de una serie de productos y recetas poco conocidas en Santiago, el restaurante consigue ofrecer una experiencia que los comensales califican como única: “faltan palabras para definir este lugar. Realmente original, delicioso, único en su especie” (op. 24, hombre). La singularidad está asociada a la comida, a la incorporación de nuevos alimentos muchas veces descritos como exóticos, pero ante todo se asocia a las posibilidades que abre la comida, en particular a la posibilidad de viajar en el espacio y el tiempo: “un lugar en Bellavista que al entrar ya te sientes viajando por Chile, es volver a nuestras raíces ancestrales” (op.30, mujer). Las retóricas sobre el viaje tienen que ver por una parte con recorrer Chile de norte a sur, lo cual está sujeto a la explicación que los meseros y meseras hacen de los platos. Por otro lado, el viaje implica un movimiento temporal hacia atrás, hacia el pasado. Aparecen entonces palabras como “teletransportación” o “túnel del tiempo” que reflejan la cuota de imaginación necesaria para comprometerse en el sueño que propone el restaurante: “cada detalle está cuidado para que puedas simplemente entrar a un viaje mágico y emocionante de la mano de la mejor gastronomía local” (op. 12, mujer). A través de la tradicionalización y localización de los pueblos indígenas emerge la comida ancestral como un elemento singular y exótico en el sentido de *seductor porque es lejano, desconocido y ajeno*. Ligados al viaje y al exotismo aparecen los dichos sobre el conocimiento: “this is a very different and educational experience, in wich you get to taste and learn about different ingredients. Every dish has an explanation regarding history and culture” (op. 25, hombre).

El consumo de otredad permite conocer varias cosas: alimentos, geografía, el pasado, tradiciones y Chile, pero de un modo particular permite conocerse a sí mismo: “It’s not just a meal, but also you learn a lot from our ancestral traditions and customs” (op. 27, hombre). En este punto el relato se torna particularmente interesante desde el punto de vista de las relaciones de alteridad. Los indígenas (mapuches, aymaraes, rapa nui) representan al mismo tiempo la otredad y los ancestros. Por su parte, los comensales parecen no reconocerse como indígenas, de lo contrario no hablarían de su experiencia como un momento de re-

conocimiento. Así, la comida ancestral pone en relación simbólica a dos grupos – indígenas y no indígenas – y el consumo alimentario parece transformar al comensal que ya no será quien era porque se ha re-encontrado con sus raíces.

En este sentido, lo que se pone en acto en el restaurante no es simplemente lo indígena sino una relación y una posibilidad de nación: “para empezar, el lugar es muy bonito, con mucha decoración que te recuerda a los pueblos originarios de Chile y todo su legado cultural. Lo que por supuesto se ve reflejado en el menú, *muy diverso como Chile mismo*, un país tan largo y con culturas tan marcadas⁶” (op. 31, mujer). Esa nación no es otra que la nación multicultural.

Comer chilenidad

Hasta aquí me he concentrado en la alteridad en clave étnica. Ahora quisiera detenerme brevemente en un último ejemplo para observar algunas cuestiones referidas a las clases sociales. Partamos de la premisa que la clase es una variable que entra en juego en los procesos de alterización. No se trata simplemente de la raza que deviene clase ni de la clase racializada, sino de que las clases operan, al igual que el color y la cultura, a través de metonimias identificadoras ⁽⁶⁾. Esto quiere decir que algunas clases pueden operar metonímicamente como el conjunto de la nación y otras no. En el caso Chileno, la clase que puede tomar el lugar de lo nacional es aquella que ocupa el complejo y heterogéneo espacio de la mitad: la llamada clase media. Los ricos y los pobres, por ponerlo de un modo coloquial, no pueden representar (estar en lugar de) todos los chilenos. Sin embargo, una cosa es la clase que representa a la nación y otra, aquella que representa la pureza nacional, la esencia de un país o la chilenidad profunda. Es muy probable que en cada uno de los países latinoamericanos a ese grupo esencializado se vincule una cocina que será llamada tradicional.

La cocina chilena, así como la cultura nacional, se construyó exportando hacia el norte y el sur el imaginario de la zona central ⁽¹⁴⁾ ⁽¹⁵⁾ y la mística asociada a la ruralidad. De ahí surgen los platos que podemos llamar emblemáticos, es decir, aquellos que vehiculizan sentidos de identidad y pertenencia nacional y, por lo tanto, pueden operar como marcadores de diferencia y especificidad. No me extenderé en

⁶ Las cursivas son mías

ejemplificar el set de lo emblemático, pero ahí caben por ejemplo la cazuela⁷ y aquellos platos que tienen como ingrediente principal el maíz o choclo: pastel y humitas⁸.

Nuestra reciente investigación en torno a lo que los comensales conciben como comida chilena arrojó datos muy interesantes⁹. En primer lugar, los platos emblemáticos tienen un lugar menor en relación a una serie de platos que combinan carne de cerdo o vacuno con papas. Platos que por su forma podríamos llamar *combinados*. En segundo lugar, emergió muy potentemente una vinculación entre la tradición y el “guachaquismo”.

Guachaca es un chilenismo que viene a connotar la combinación de pobreza y vulgaridad. La real academia de la lengua española en su versión online lo define de dos modos: a) ordinario, de mala clase y b) persona que acostumbra beber en exceso. Efectivamente, ambas ideas están en el centro del guachaquismo, un concepto que pasó de ser ofensivo o peyorativo a una coordenada de identificación reivindicada. Aproximadamente a mediados de la década de los noventa y coincidiendo de nuevo con el momento álgido de refundación nacional que representó la transición política, surgió un grupo que desde esa identificación ha levantado una manera posible de ser chileno. En la página web guachacas.cl se despliega una suerte de manifiesto donde es posible observar las claves de esa identidad que se resume así: “Los Guachacas somos: Humildes, Cariñosos y Republicanos. ¡Somos Chilenos todo el año!”¹⁰. A lo largo de los años los guachacas han desarrollado una verdadera etnogénesis, dotándose a sí mismos de líderes (Dióscoro Rojas), héroes (El Roto¹¹), lugares simbólicos (Bar La Piojera),

⁷ Sopa de alguna carne (vacuno, pollo, cerdo) con verduras, principalmente: zapallo, papas y choclo.

⁸ Pastel de carne picada y pastelera de maíz, es decir, maíz rallado y cocido en leche hasta alcanzar una consistencia pastosa. Las humitas son similares a los tamales.

⁹ La información para este estudio fue obtenida de TripAdvisor. Se analizaron mediante un programa estadístico más de 300 opiniones de clientes referidas a 5 restaurantes de comida chilena ubicados en cuatro regiones del país.

¹⁰ <http://www.guachacas.cl/content/view/1325828/Quienes-somos-los-Guachacas-ah.html#content-top> (consultado 01-12-15)

¹¹ El roto es una categoría étnico-racial y de clase que remite al mestizaje. En sus orígenes designaba “al gañán, al que trabaja a jornal y, por extensión, al hombre pobre e iletrado” (Subercaseaux 2007:35). Se trataba de un arquetipo del bajo pueblo. Más tarde en el libro de 1901 *La raza chilena*, el roto será rescatado como la base étnica de la nación y el “fenotipo de la raza chilena”. Según Montecino (2007), el roto aun cuando designa al mestizo “cargado de sangre india” representa, ante todo, “ser pobre, estar en el bajo fondo social” (2007:117-118).

música y baile típico (cueca brava) y, por supuesto, comidas y bebidas representativas.

El guachaquismo es un discurso sobre la nación, un discurso nacionalista, que desde la vereda opuesta a “los cuicos”, la clase alta, reclama para sí el derecho a representar lo auténticamente chileno. Se trata de poner sobre la mesa una chilenidad poco europeizada, anclada en un imaginario urbano popular que evoca la migración campo – ciudad y el trabajo industrial. Según los usuarios del portal web TripAdvisor comer en el restaurante El Hoyo es una manera de entrar en contacto con “la auténtica cultura guachaca”, lo que en términos culinarios estaría representado por la abundancia, distintas preparaciones de carne de cerdo y un trago: el terremoto.

El terremoto, mezcla de vino pipeño y helado de piña, es mencionado como una bebida alcohólica “tradicional” y “típica”, aun cuando el más importante estudio histórico en torno a la cocina chilena, *Apuntes para la historia de la cocina chilena* de Eugenio Pereira Salas ⁽²⁾, no lo menciona y posiciona como la bebida popular por excelencia a la chicha ⁽²⁾. En El Hoyo también se puede tomar chicha pero únicamente 4 de las 100 opiniones respecto al restaurante que analizamos la mencionan. El terremoto, en cambio, es una constante en las opiniones de los comensales y llega a ser definido como “the unofficial national drink of Chile”. En los dichos respecto al terremoto y las preparaciones que se ofrecen en El Hoyo se confirma el vínculo del lugar con lo popular guacha: “es un restaurant popular, con mucha tradición en Santiago, en la zona de estación central. Allí no hay carta, los camareros ofrecen las comidas que hay en el día, siempre platos tradicionales y populares chilenos” (op. 63, hombre); “En este lugar se encuentra lo más tradicional de la cultura guachaca! Atendido por el mismo personal desde hace 20 o 30 años, comida típica guachaca en platos gigantes y lo clásico: el terremoto!!” (op.65, hombre). Paralelamente, se concentran referencias a la autenticidad, por ejemplo: “Excelente picada donde se conoce el verdadero Chile” (op. 70, hombre) o “realmente se agradece que un lugar así aún viva, porque se ve el verdadero sentido país en este lugar” (op.71, hombre). Es esta capacidad de mostrar Chile lo que aparentemente más seduce del restaurante y por eso es muy recomendado a los turistas: “a un extranjero se lo recomendaría a ojos cerrados” (op.70, hombre); “a los

extranjeros y chilenos de provincias les sugiero que visiten este local donde se respira chilenidad” (op. 60, mujer).

Como vemos, la expresión culinaria de la cultura guachaca ha conseguido ser representativa y gozar de la legitimidad que otorga la autenticidad. El guachaquismo aun cuando no sea la propia identificación, ningún comensal de nuestra muestra se identificaba explícitamente como tal, es percibido como una tendencia donde se expresa la chilenidad real o, si queremos, donde descansa la esencia del país. Por supuesto que el guachaquismo es una versión positiva de la pobreza y la vulgaridad. Así como veíamos en relación a los mapuche no hay ahí rastro alguno de necesidad, criminalidad o suciedad, aspectos que también se vinculan a las clases populares urbanas. Pero que se trate de una versión positivizada no impide que podamos ver en los dichos de los comensales un desafío a lo que hasta ahora ha sido la representación hegemónica de la chilenidad profunda: el campesinado. A partir del análisis de los dichos sobre los restaurantes podemos proponer como hipótesis que el proletariado urbano tiene una potencia identificadora que va en alza y si sumamos a esto el hecho que los platos emblemáticos de la cocina chilena tradicional no tienen un lugar destacado en la narración de los comensales, podríamos decir que para reproducir la comunidad nacional son otras las variables que están entrando en juego.

Conclusiones

Aun cuando en Chile los estudios sobre alimentación desde las ciencias sociales están atravesando un buen periodo gracias a la publicación de obras clave así como al interés de los distintos gobiernos por estas materias, todavía no es posible hablar de una institucionalización profunda de nuestra línea de investigación en las universidades. En ese contexto, el diálogo académico pasa necesariamente por encontrar los puntos en común con otras disciplinas y materias de estudio. Pensar la alimentación como un recurso económico y político, como un ámbito por donde transitan sentidos de igualdad y diferencia, y donde se expresan, producen y refuerzan determinados imaginarios en torno a la nación y la alteridad, abre importantes espacios de conversación. La alimentación, desde esta perspectiva, es un ámbito entre otros donde se observan fenómenos similares y ello contribuye grandemente a crear espacios de colaboración y diálogo.

A través de los tres ejemplos que he presentado – vender otredad, consumir otredad y comer chilenidad – he intentado dar cuenta de la perspectiva que he adoptado en la investigación y de las múltiples posibilidades que abre el estudio del ámbito de la alimentación. Lejos de los estereotipos que hacen de la alimentación una materia menor o sumamente especializada al interior de las ciencias sociales, la aproximación que propongo confirma que a partir de la alimentación podemos abordar los “grandes temas” tanto de la antropología como de la sociología. ¿Quiénes somos y quienes queremos ser?, ¿quiénes son los otros y como son representados?, ¿qué posibilidades de auto representación se abren en nuestras sociedades?, ¿cómo inciden las variables económicas en las luchas por la representación?, son algunas de las preguntas que, estoy segura, compartimos muchos colegas independiente del campo específico de observación que nos convoca.

Para el caso chileno esas preguntas son fundamentales y desde la alimentación tenemos algo que decir. Lo son porque, aunque tardíamente en comparación con otros países de la región, se han intensificado los flujos migratorios y, por lo tanto, la pregunta por las relaciones de alteridad se ha instalado. Pero la verdad es que esa pregunta y la inquietud que parece movilizar la diferencia siempre ha estado latente. Nuestra historia republicana es la historia de la gestión de “diferencias culturales”. El multiculturalismo neoliberal de la última década no ha cumplido del todo promesa. Es cierto que el valor económico de la otredad ha aumentado, pero las jerarquías etnico-raciales se mantienen intocadas. Todavía más, la exaltación de la diversidad ha operado como una maquinaria de producción de diferencias que, en la medida que son valoradas, deben mantenerse, hipervisibilizarse y, por cierto, comercializarse. En el campo de la alimentación estos procesos se aprecian en toda su magnitud, no solamente porque se trate de un campo expresivo, sino antetodo porque es un campo productivo, creativo. Allí se crea y reproduce tanto la otredad interna como la chilenidad.

Agradecimientos

La investigación que recoge este artículo ha sido financiada por el Programa PAI de CONICYT. Proyecto 821320053.

Referencia

- (1) Montecino S. La Olla deleitosa. Cocinas mestizas de Chile. Santiago: Catalonia; 2005.
- (2) Pereira Salas E. Apuntes para la historia de la cocina chilena. Santiago: Uqbar editores; 2007.
- (3) Aguilera I. De la Cocina al Estado Nación: el Ingrediente Mapuche. Icaria, Barcelona; 2016.
- (4) Yúdice G. El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona: Gedisa; 2002.
- (5) Comaroff J, Comaroff J. Etnicidad S.A. Madrid: Katz Editores; 2011.
- 6 Briones C. "Formaciones de alteridad: contextos globales, procesos nacionales y provinciales". En: Briones C.a (compl.) Cartografías argentinas: políticas indígenas y formaciones provinciales de alteridad. Buenos Aires: Antropofagia; 2005.
- (7) Van Cott DL. The friendly liquidation of the past: the politics of diversity in Latin America. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press; 2000.
- (8) Ahmed S. Strange Encounters. Embodied Others in Post-Coloniality. Londres: Routledge; 2000.
- (9) Briones C. La alteridad en el "cuarto mundo". Una deconstrucción antropológica de la diferencia. Buenos Aires: Ediciones del Sol; 1998.
- (10) Ivanovic C. Nueva Cocina Chilena: Culinaria e Identidad. Memoria para optar al título de antropóloga social. Universidad de Chile; 2004.
- (11) Régnier F. L' Exotisme Culinaire. Essai sur les Saveurs de l'Autre. PUF: Paris; 2004.
- (12) Hale C. "Rethinking indigenous politics in the era of the "indio permitido". NACLA Report on the Americas, 2002; 38(2):16-37.
- (13) Poulain JP. "Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas" En: Tresseras J, Medina. X Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo, IBERTUR: Barcelona, 2007.
- (14) Montecino S. Madres y huachos. Alegorías del mestizaje chileno. Santiago: Catalonia; 2007.
- (15) Subercaseaux B. Historia de las ideas y de la cultura en Chile. Tomo IV. Nacionalismo y cultura. Santiago: editorial Universitaria; 2007.
- (16) Mato D. All Industries and Forms of Consumption are Cultural. A Critique of the ideas of "Cultural Industries" and "Cultural Consumption", NYU Conference,

November 11, 2002. Disponible en: http://www.globalcult.org.ve/pub/pub_mato.html
Acceso em: 6 nov 2007.