

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

La cocina como forma de proyección de un país: Caso Ecuatoriano

María Claudia Vásquez Oviedo

**Paúl Mena Erazo, M.A., Director de Trabajo de
Titulación**

Trabajo de Titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales

Quito, diciembre 2013

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

La cocina como forma de proyección de un país: Caso Ecuatoriano

HOJA DE APROBACIÓN DE TALLER DE TITULACIÓN

María Claudia Vásquez Oviedo

Paúl Mena Erazo, M.A

Director del Trabajo de

Titulación

Hugo Burgos, Ph.D

Decano del Colegio de
Comunicación

Y Artes Contemporáneas

Quito, Diciembre 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: María Claudia Vásquez Oviedo

C. I. : 1719508705

Lugar: Quito, diciembre 2013

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia. En especial a mi madre, quien siempre ha estado a mi lado, me ha apoyado y siempre ha sido un soporte indispensable en mi formación personal y académica.

A mi tía Carmen, ella me impulsó a estudiar Periodismo y también me ayudó con las fuentes en esta tesis. Sin su ayuda este trabajo no habría sido posible.

También dedico a mi padre y mi hermana, quienes también me han sabido guiar a lo largo de mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad San Francisco de Quito y al Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas por haberme impartido los conocimientos necesarios para formarme en la carrera de Periodismo.

También, agradezco a los chefs citados en este trabajo y así como a las personas que me facilitaron acceso a ellos como Fabián Pérez y María del Cisne Ludeña.

RESUMEN

En la actualidad, vivimos en un mundo globalizado en el cual varias naciones están apuntando con estrategias de *nation branding* o “marca país”. Estas buscan dar a conocer una imagen buena y positiva y de la misma forma revivir el orgullo nacional. Tomaremos el caso del Perú, el cual a través de su comida, no solo ha logrado darse a conocer como un país con una gastronomía formidable; también ha logrado la unión de los peruanos, los cuales se sienten muy orgullosos e identificados con su comida. A través de estos pasos, buscamos lo mismo para el Ecuador y su respectiva gastronomía. Esta investigación analiza las relaciones entre identidad territorial y cocina, también explora como las estrategias de marca país hacen uso de la relación entre dichos conceptos. También existen dos formatos: Enfoque (prensa escrita) sobre cómo popularizar la gastronomía ecuatoriana y un reportaje radial de diez minutos que habla de lo que se está realizando en las escuelas de cocina y universidades.

ABSTRACT

Nowadays, we live in a globalized world, that's why many countries are seeking to compete through strategies like nation branding. These strategies look to portray a good and positive image, and at the same time, to re awake a national pride. We are taking Peru's example. Peruvian food has given the country some kind of popularity because of its flavor and variety, and at the same time has unified people because they feel proud for these reasons. Taking these examples, we seek the same for Ecuador and its gastronomy. This paper analyses the relations between territorial identities and food. Likewise, we are going to explore how the nation branding strategies work between those meanings. This research also comes with two formats: Enfoque (a magazine) which explains about Ecuadorian food and how can this become more popular and a ten minute radio article which talks about what's happening at the culinary schools and universities in Ecuador.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Tabla de Contenido.....	9
INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA.....	10
Metodología.....	11
Marco Teórico.....	12
Análisis Crítico.....	16
Bibliografía.....	33
Explicación del primer formato.....	36
FORMATO 1: PRENSA ESCRITA.....	37
Explicación del segundo formato.....	46
FORMATO 2: RADIO.....	47
Guión Radio.....	48

INTRODUCCIÓN

Llama la atención el boom que existe con la cocina peruana actualmente, del cómo está presente en toda América, está introduciéndose en Europa y el resto del mundo. Si bien tiene influencias asiáticas (japonesa, china) también comparte similitudes con la ecuatoriana (española, inca, africana). Esto resulta en un gran ingreso para el Perú, en materia de turismo, pues Lima es conocida como la capital gastronómica de América Latina. Aparte, es un motor para la integración social pues ha unido a los peruanos, quienes se sienten orgullosos y muy identificados con la gastronomía de su país.

¿Por qué no hacemos lo mismo los ecuatorianos? Si nuestra gastronomía es muy variada, diversa y tiene influencias parecidas, sin embargo, no es conocida. Si bien la comida ecuatoriana se vende en todos lados en nuestro territorio, existe una barrera para ser aceptada en la sociedad. Los restaurantes “in” son los de comida peruana, italiana, argentina, etc. No hay una difusión. Este trabajo de investigación busca dar respuesta a esa pregunta.

METODOLOGÍA

El primer método de investigación que voy a utilizar se basa en libros, revistas, artículos de periódicos y revistas especializadas (Hogar, Edición Cocina Criolla). Libros como “Recorrido por los sabores del Ecuador”, de Pablo Cuvi, el cual habla de la trayectoria de la comida nacional, desde sus orígenes, hasta hoy en día en las cuatro regiones del país. Así como el libro “Comidas del Ecuador” de Michelle Fried. También se analiza bastantes investigaciones realizadas en el Perú respecto a la gastronomía y su respectivo impacto. Entre los autores están: Raúl Matta, reconocido investigador peruano que investiga más acerca de la comida peruana entre sus *papers* están: Cocinando una nación de consumidores: el Perú como marca global, Posibilidades y límites del desarrollo del patrimonio inmaterial: Caso de la comida peruana. Asimismo, existen investigaciones de Manuel Valderrama León, científico social y también Vicepresidente Ejecutivo de la Sociedad Peruana de Gastronomía esta: Gastronomía, Desarrollo e Identidad Cultural: Caso peruano. También con el folleto del CEPLAN (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico de Perú), el cual cuenta con lineamientos para el programa de desarrollo de la gastronomía peruana.

El segundo método que voy a usar consiste en entrevistas. Para esto cuento con diferentes chefs y expertos en el tema. Están: Pablo Zambrano, chef ejecutivo del Hotel Hilton Colón en Quito, Santiago Cueva, profesor de Alta Cocina en la USFQ, Henry Richardson, chef y propietario de Taste Affair (eventos y catering), Carlos Gallardo, decano de la carrera de Gastronomía en la Universidad de las Américas (UDLA), Jessy Lamuso, chef del restaurante tradicional “La Choza y Domingo Chachalo, chef del restaurante “La Canoa”.

MARCO TEÓRICO

La relación que existe en las tres regiones del Ecuador continental, y su clima, sin contar con los antecedentes europeos, indígenas y africanos provocan que la gastronomía sea única (Cárdenas, 2012). La gastronomía nacional se encuentra en proceso de evolución gracias a la fusión de técnicas clásicas de cocina con sabores de nuevo mundo y la energía y creatividad únicas de quienes se destacan en ese campo (Cárdenas, 2012). Si bien Ecuador, con su campaña de “Ecuador: Ama la Vida”, ha impulsado el turismo, (de acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo, 849 millones de dólares en el 2011), no se ha hecho una campaña para promover e impulsar la gastronomía ecuatoriana. En teoría debería realizarse y desmentir ideas y concepciones erróneas como las que tuvo el New York Times, donde se afirmó en un reportaje en el 2011 que la cocina ecuatoriana ha quedado “estancada en sus raíces”- sólo se ofrece carne y papas y gracias a los restaurantes peruanos se está dando un giro a la gastronomía de nuestro país (Cheshies, 2011). Los chefs peruanos en Quito tienen otra opinión al respecto como el chef Fernando Palomino, ejecutivo de la franquicia Segundo Muelle en Quito, quien afirma que lo primero que el Ecuador necesita es un embajador de la comida ecuatoriana, quien reúna a un staff con los mejores chefs para que creen libros de la nueva cocina ecuatoriana, después fusionarla y llevarla al mundo. Cabe resaltar que no solo las recetas tradicionales, sino también las recetas olvidadas, para después darle una presentación más vanguardista (S,A, 2013).

Recordemos que en el Perú, este fenómeno se representa de la manera más paradigmática por un entusiasmo exacerbado por la “cocina peruana” visto como un

elemento unificador, consensual e igualitario; así como un “motor de desarrollo” (Matta, 2012). Con la campaña “Marca Perú”, además de otros factores, Perú se posiciona como un país gastronómico, cuya capital – Lima, también está dándose a conocer como la “capital gastronómica de América” (Matta, 2012). Con “Marca Perú”, cabe resaltar el marketing que se la ha dado el ejemplo más fehaciente es el video turístico promocional, cortometraje de ficción de 15 minutos de duración en el cual se documenta la llegada y corta estancia, en modo histriónico, de ciudadanos peruanos en el pueblo de Perú en Nebraska, Estados Unidos. El pueblo es presentado como aburrido y con poca diversidad cultural, hasta la presentación de figuras peruanas que van desde cocineros reconocidos como Gastón Acurio, Cristian Bravo, Javier Wong, a atletas y actrices conocidos en dicho país. Si bien se trata de mostrar un sentido igualitario en la composición étnica del país, los personajes de piel blanca predominan y no se le da tanta representación a ciudadanos andinos, amazónicos o de piel negra (Matta, 2012). Gastón Acurio, referente de la gastronomía peruana emula la experiencia del mercadeo realizada en Japón (tardaron 30 años), la de Francia (150 años) y la de Italia (cerca de 100 años). En el año 2008 Japón exportó cerca de 40.000 millones de dólares en productos relacionados a ese mercado (sake, pescado Premium, wasabi, etc). También se debe tomar en cuenta el caso tailandés, quienes mediante el proyecto “Cocina del Mundo”, se plantearon aumentar el número de restaurantes en el extranjero de 6 mil 875 en el 2003 a 20.000 en el 2008. El gobierno tailandés incentivó a los empresarios a invertir en restaurantes tailandeses en el exterior, también tuvieron su “Marca Tailandia”, dirigido a chefs y propietarios de restaurantes en otros países. Al igual que el Perú se llegó a un acuerdo con los

distribuidores de productos agrícolas (Ceplan, 2012). Por esta razón, Perú tiene como meta en el 2021 convertirse en potencia gastronómica, se está trabajando en esto actualmente. Su principal objetivo es el de manejar de mejor forma los productos bandera, pues consideran que están débiles en esto cuentan con (pisco, espárragos, lúcuma, gastronomía y artesanías de Chulucanas y camélidos sudamericanos). (Ceplan, 2012). Buscan dar énfasis a productos como la chirimoya Cumbe, maíz morado, papa amarilla, queso de Ámbar, tecas de Ica, vino de Ica, aceitunas de Acarí, café de la Convención, suspiro a la limeña, entre otras (Ceplan, 2012).

La comida no es una cosa trivial. La comida de un pueblo es esencial y es básica para un pueblo, es uno de los factores que nos unen, que nos hacen quienes somos (Fried, 1986). (Cuvi, 2001). La comida es uno de los últimos aspectos que se pierde de la identidad cultural. Por ello es utilizada como una metáfora de la tradición. (Cuvi, 2001). El proceso que se vive en el Perú de la valoración respecto a la gastronomía empieza desde los más jóvenes. Un estudio realizado entre jóvenes de ambos sexos de 18 a 30 años dio como resultado una mejor valoración de la cultura culinaria, la cual se asocia positivamente a una mayor identificación con el Perú, a un concepto más positivo y una mejor autoestima nacional (Espinosa, Calderón, 2009). Asimismo, la visión de un peruano que está inmerso en la gastronomía es encontrar en todo lugar del mundo un restaurante peruano, en el que se pueda disfrutar como si se estuviera en casa (S.A, 2013).

Marco Histórico

En Latinoamérica, nosotros tenemos las 3 cocinas más representativas que son: la ecuatoriana, la peruana y la mexicana; esto por su variedad y tradición. Se dice que la comida ecuatoriana va en camino actualmente (Zambrano, 2013) ¿Qué pasó si la comida ecuatoriana era tan variada?, ¿Por qué no se hizo tan conocida como la mexicana? Según el chef Henry Richardson, se denigra a la comida ecuatoriana, como una comida ordinaria, no tan elegante. Eso está arraigado en nuestra mentalidad, al decir comida típica, se baja de categoría. Si alguien cocina comida peruana, siente que está comiendo 5 estrellas, pero a una comida típica ecuatoriana no se la considera así. Cuando hay platos realmente espectaculares.

“Tres siglos después, a las elites republicanas les dio por afrancesarse y renegar de sus orígenes. En las mesas de varios presidentes latinoamericanos del siglo XIX se servían menús exclusivamente franceses”. Xavier Romano descubre allí el deseo aristocrático de afirmar que no se era igual el pueblo. “Que no se estaba hecho de la misma pasta sino de manjares complicados y exquisitos, incomprensibles y pertenecientes a seres superiores de otra especie. Lo propio y local era reducido a vulgaridad despreciable y despreciaba en efecto”. (Cuvi, 2001).

ANÁLISIS CRÍTICO

El pasado 4 de septiembre de 2013 se dio a conocer la lista de los 50 mejores restaurantes de América Latina, esta lista es preparada por William Reed Business Media¹, contó con la participación de más de 250 líderes de la industria de restaurantes de Latinoamérica. El premio fue para el restaurante “Astrid y Gastón” fundado hace dos décadas, propiedad de Gastón Acurio, referente importante de la cocina peruana. Mientras que el premio al Mejor Cocinero de Latinoamérica fue para Helena Rizzo de Brasil (chef de Maní); otros ganadores importantes fueron Alex Atala², también brasileño responsable del restaurante D.O.M, el mexicano Enrique Olvera con Pujol y muchos más (Rivas, 2013). Si bien la lista de países participantes incluía a la mayoría de países de América Central y América del Sur, el Ecuador no estuvo presente con ningún representante, al igual que Bolivia y Paraguay. Es importante recalcar esto, pues el Ecuador es un país megadiverso, con cuatro regiones, donde contamos con productos de primera para exportación (plátanos, cacao, camarón) a más de eso, existen diferentes influencias (indígena, española, africana). A pesar de esto, la gastronomía ecuatoriana es poco conocida, no se ha realizado un esfuerzo por darla a conocer, lo contrario, con lo ocurrido en el Perú y México, aunque en la actualidad se está prestando más atención a esto.

Esta investigación tratará los siguientes puntos: los procesos comunicacionales, así como la relación existente entre la identidad y gastronomía de un país (Marca Perú);

¹ Organizadores de los 50 Mejores Restaurantes del Mundo y los 50 mejores Restaurantes de Asia de la revista Restaurant.

² D.O.M estuvo en el cuarto puesto en la lista de los 50 mejores Restaurantes del Mundo en el 2012, también ha sido nombrado el mejor restaurante de Sudamérica por dicha revista.

el significado de gastronomía en Ecuador y por último, cómo se podría proyectar la gastronomía ecuatoriana exteriormente.

Identidad y Gastronomía

Para llegar a donde están, gastronómicamente hablando, en el Perú se realizó todo un proceso que empezó a finales de los años sesenta hasta consolidarse a lo que es hoy en día: Marca Perú. Bajo el régimen del presidente Juan Velasco (1968- 1975) aumentó el consumo de pescado, incluso en lugares donde antes no se consumía, por esta razón se comenzó a cruzar la comida marina con la comida andina; de esta forma el ceviche reemplazó al ají de gallina como plato nacional (Lauer M, 2006). De aquí surgió la popular técnica nikkei (comida fusión peruana y japonesa) un ejemplo es la cocción del pescado crudo. Para los años ochenta, los peruanos sabían que poseían una gran comida, solo faltaba difundirla en el exterior, a partir de los años noventa la gastronomía peruana empieza su desarrollo y posterior innovación. En los años noventa se empezó a publicar libros y recetas culinarias a través de periódicos, no obstante, a partir de 1995 la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres en Lima se interesó por el tema.

Si bien en el principio no se veía una relación obvia entre gastronomía y turismo, pronto logró una gran difusión hasta la actualidad (Lauer M, 2006). Hoy en día aquella universidad ha publicado más de cincuenta títulos sobre gastronomía peruana, esto sustentado en investigaciones sistemáticas sobre la comida del Perú y sus regiones (Valderrama, 2009). A partir del 2007, en APEGA (Sociedad Peruana de Gastronomía), reúnen a los principales representantes de la gastronomía peruana

y coinciden en presentar un menú de actividades que promueva su gastronomía y refuerce su identidad cultural (APEGA, 2013). Sumado a esto, Gastón Acurio, quien abrió su primer restaurante, “Astrid y Gastón” en 1994, inauguraría más restaurantes además de Lima, en Buenos Aires, Santiago, Quito, Bogotá, Caracas, México y Madrid. Este éxito no puede medirse únicamente en dinero, cabe resaltar, que gracias a su talento como promotor y empresario, su hazaña de transformar al Perú en marca despliega una proeza cultural y social (Vargas Llosa, 2009). Gracias a todos estos aportes, el Perú vive un boom gastronómico, es una nueva forma de desarrollo en ese país. Una de las razones es que arrastra a otras industrias con el aporte de transporte de alimentos, turismo, fábricas de ollas, menaje, fabricas de sillas, mesas, manteles, las industrias de acero y madera; sin contar con el turismo gastronómico que representa 5% del turismo. De hecho, según estadísticas hechas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, el 42% de los turistas afirmó que visitó el país por la gastronomía (Valderrama, 2009). A partir de esto, Perú se empeña en formar su “marca país”. Una marca país es un proceso por el cual la imagen de una nación puede ser creada, monitoreada, evaluada y gestionada proactivamente con el objetivo de mejorar y realzar la reputación de un país frente a una audiencia internacional objetivo; el *nation branding* es un interfaz entre la ingeniería comercial, la diplomacia y las políticas públicas (Matta, 2012).

Con todo esto, las relaciones existentes entre la identidad nacional, el autoconcepto colectivo, la autoestima colectiva peruana han mejorado, con la valoración de la cultura gastronómica de ese país. De acuerdo a un estudio realizado por estudiantes de la PUCP (Pontificia Universidad Católica de Perú), a pesar de que el Perú es un

país dividido el cual ha atravesado varios conflictos y contrastes, los factores de unificación parecen ser pocos. No obstante, el estudio realizado entre jóvenes cuyas edades fluctuaban entre 18 y 29 años, con el 44.8% de hombres y el 52.2% de mujeres de las clases medias, altas y bajas concluyó que si bien existe algo de negatividad, la gastronomía incide positivamente en una mejor autoestima colectiva (Espinosa, Calderón, 2009). Para los peruanos, la gastronomía es una de las pocas expresiones que no genera discusión ni antagonismos; de hecho según una encuesta realizada reveló que entre las cuatro cosas de las que los peruanos se sienten más orgullosos figura la comida en primer lugar junto con las ruinas de Machu Picchu, otras ruinas arqueológicas y su historia. La comida supera abrumadoramente a la artesanía, música, bailes folclóricos y el alicaído fútbol nacional (Ceplan , 2012).

En el Ecuador, para reconocidos chefs, la identidad y la gastronomía se relacionan en conceptos parecidos. Para el presente trabajo se consultó a varios chefs reconocidos de Quito, se les preguntó la relación entre identidad y gastronomía en un país. Cabe resaltar, que la comida de un pueblo es esencial y básica para ese pueblo; es uno de los factores que unen y definen a un pueblo (Fried, 1986). (Cuvi, Recorrido por los Sabores del Ecuador Tomo 1, 2001). Carlos Gallardo³ afirma “Nosotros no podemos renegar de nuestra comida, ni de nuestros productos, ni de nuestras raíces y peor llegar a pensar que la comida ecuatoriana la domine la empleada doméstica y no un chef profesional”. Si existe un orgullo en la actualidad por la selección ecuatoriana de fútbol, también debería existir una jactancia en

³ Carlos Gallardo de la Puente, Director Nacional de la Facultad de Turismo y Hospitalidad (UDLA); Presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador; Director ejecutivo del proyecto “Sabores tradicionales del Ecuador”.

cuanto a la gastronomía nacional, en eso coincide Henry Richardson⁴. Afortunadamente, según Richardson, la identidad gastronómica ecuatoriana está despertando gracias a esfuerzos realizados por chefs ecuatorianos; ya existe más orgullo por lo propio. Se realizó en el canal de televisión Ecuavisa en 2013, un segmento en el noticiero “Contacto al Amanecer” y “Contacto en la Comunidad”, denominado “El Sabor de los Guayacos” y “El Sabor de los Quiteños”, campaña donde toda la población podía sumarse a esta iniciativa mediante un voto a través de las redes sociales (Facebook y Twitter); escogiendo un sabor ya sea dulce o salado que represente a los quiteños y guayaquileños. El siguiente fue buscar el restaurante que mejor prepare dicho plato en las dos ciudades (Ecuavisa, 2013). La comida es uno de los últimos aspectos que se pierde de la identidad cultural, por ello es utilizada “como metáfora de la tradición”; lo que implica que los sabores, texturas, olores y colores responden a esquemas de percepción asimilados a lo largo de los siglos, donde la transmisión verbal de los secretos familiares de cocina, así como el aprendizaje práctico han reforzado la tradición culinaria (Cuvi, 2001).

La comida en Perú es un ejemplo entre la identidad y la gastronomía. En ese país, más allá de distingos sociales y regionales, crece el orgullo por su cocina y se convierte en tema de interés. Por este motivo, cada vez son más los restaurantes y cocineros que se enorgullecen de usar productos y de aplicar estilos de cocina peruana (Valderrama M. , 2009). Pero cabe preguntarse, ¿Existe una relación entre la identidad de un país y su gastronomía? Cada sociedad ha codificado el mundo de los sentidos desde su propia mirada y racionalidad y en el comer están presentes las

⁴ Gerente general de Intercul S.A, empresa dedicada al catering.

particularidades de un grupo humano. La comida es un amplio espacio de significados amarrados a nuestra historia social, el cual es un excelente terreno para hablar de la diversidad cultural y contemporaneidad (Delgado, 2001). En las palabras de Santiago Cueva⁵, sí la hay. “La gastronomía es cultura y cultura es identidad. Todo va conectado entonces si la identidad de la gente de Ecuador es inconsciente con sus raíces, van a ser inconscientes con su producto”. Tomemos el ejemplo peruano de nuevo. En ese país, a principio de 2012, el escritor Ivan Thays desató una polémica mediatizada al dar a conocer en su blog literario, su opinión sobre la cocina peruana y su posterior “boom gastronómico”. Thays dejó muy clara su preferencia por la cocina extranjera (comida italiana) y catalogó a la peruana como “indigesta y poco saludable”, “un petardo de carbohidratos al cubo”, “una mezcla inexplicable de ingredientes”. Su honestidad le significó una ráfaga de insultos. Se lo llamo “antipatriota”, quedó como un mal peruano por no celebrar, como se esperaría de toda persona natural del Perú, las bondades de la cocina de su país (Matta, 2012). Otro ejemplo de esto se puede ver en la reciente entrevista al periodista argentino Martín Caparrós concedida al diario en línea “La República” a principios de 2013. Caparrós se refiere a la comida peruana como “no compleja”, es decir tiene un gran mérito por sus “platos simples”, porque según él, “no hay grandes elaboraciones, no hay grandes combinaciones”, y “no hay grandes transformaciones”; incluso la compara a la mexicana- dice que “la supera por lejos” (Weiner, 2013). Con esas frases desenlazó enojo entre los lectores virtuales quienes, en su gran mayoría desaprobaron sus declaraciones. Si bien todos los países

⁵ Profesor de la Clase de Conceptos y Alta Cocina en la Universidad San Francisco de Quito.

poseen una identidad gastronómica, no todos la hacen visible o es tan marcada como en el caso peruano, no todos apelan al patriotismo. La gastronomía es un elemento cultural capaz de transmitir una imagen simbólica del lugar a visitar. Por este motivo, ha sido utilizada y se continúa utilizando como uno de los elementos de comunicación turística de un destino (Vela, 2008). “Si no cocinas tus productos, no te apropias de tu gastronomía, si no te apropias de tu gastronomía, tampoco comes tu gastronomía, y si nunca comes tu gastronomía nunca vas a poder apropiarte de lo que haces”, señala Santiago Cueva. Existe una identidad respecto a comida, no obstante, en Ecuador no es marcada.

Significado de Gastronomía en Ecuador

La comida típica del Ecuador es considerada como única en el mundo, por su infinita variedad de platos, así como su sazón exótica e inimitable. Preparar comida ecuatoriana se ha convertido en un mágico ritual de saber seleccionar y combinar ciertos ingredientes; las regiones del Ecuador ofrecen su propia identidad en esta geografía culinaria, ya que hay platos que pertenecen a determinadas provincias con su respectivo sello personal en cuanto a la sazón (S.A, 1993). La cocina tradicional en el Ecuador es extraordinariamente rica y variada; los alimentos primarios, en especial si se cuentan a las frutas, suman decenas (Fried, 1986). Por dar un ejemplo, el hornado de la sierra, los cangrejos criollos en la costa o los helados de paila en Salcedo. No obstante, hasta al día de hoy, la gastronomía ecuatoriana ha tenido que atravesar por cinco procesos (Gallardo, 2013). Empieza con la comida ancestral hace más o menos unos 9000 años atrás, nosotros ya teníamos domesticado más de

50 % de los productos que hoy por hoy los ecuatorianos comemos. De hecho, los comemos todos los días, ejemplos: el locro, los cuyes, los chochos, las papas, el maíz, los camarones, dorado, picudo, corvina, la chicha entre otros. Los incas pasaban sus días reales bajo el efecto de la chicha (hecha obviamente de maíz), el pueblo comía papa y trabajaba incasablemente en los matízales que proveían de alimento físico y espiritual al rey (S.A , 2002). Nosotros lo hemos comido y han habido estos productos todo el tiempo; esa comida que hoy por hoy nadie la tomaría en cuenta porque ni siquiera es comida criolla (Gallardo, 2013). El siguiente proceso involucra a la comida criolla que sería comida ancestral sumada a los productos que llegaron de España hasta Ecuador, ejemplo el cerdo, la vaca, el pollo, las frituras, las alverjas, las naranjas, los limones y otros más. No vinieron para hacer una comida criolla ecuatoriana, vinieron para tratar de replicar la comida española aquí:

“Entre otras cosas se lamenta el español del insatisfactorio resultado de las vides trasladadas a la Real Audiencia de Quito, pues el vino que producen es ácido desde el mosto, aunque sirva luego para ablandar las carnes y dar sabor a los guisos. Al referirse a llamas y guanacos, aconseja no comer fresca su carne por ser esta dura y fibrosa. Más recomendable es marinar el corazón de esos camélidos en vinagreta o zumo de limón y cocerlos al día siguiente”. (Cuvi, Recorrido por los Sabores del Ecuador Tomo 1, 2001)

Como no pudieron replicar su comida decidieron fusionarla, La guatita o el caldo de patas ecuatoriano es una división de los callos a la madrileña, que al no tener garbanzo le ponen papas, al no tener otro tipo de ingrediente, le ponen mote, etc. Si bien en España era un manjar completo, la panza de la res, los intestinos y demás,

acá, todo el despojo del resto de la vaca era para todos los indios, cholos, montubios (Gallardo, 2013). El tercer proceso tuvo que ver con Francia, la llegada de la Misión Geodésica al Ecuador. Adoptamos toda la cultura del mundo francés, pero no fuimos la única nación que hizo eso. En Perú ocurría lo mismo que acá:

“El menú del Palacio de Gobierno o los banquetes de rancia aristocracia, eran hasta mediados del siglo pasado, de raíces francesas, tan es así que se redactaba el menú en francés. Los chefs de moda, los cocineros más requeridos por el stablishment y las clases sociales emergentes tenían por lo general apellidos suizos o franceses”.

(Valderrama M. , 2009)

Fue una influencia aspiracional que duró hasta la Segunda Guerra Mundial. En la siguiente etapa, a partir de esta fecha Ecuador se convierte en el principal exportador de plátano. La compañía estadounidense, “Standart Fruit Company”- Bonita Banana llegó y sembraron en toda la parte sur del país. Después de esto surgió el auge del petróleo en los setentas, aquí es cuando verdaderamente se hizo la infraestructura de gastronomía y hotelería en el Ecuador; al hacer esto, llegan los hoteles de la marca Hilton, Hotel Quito, Oro Verde, etc. Lamentablemente, surgió un boom con la cocina internacional, no les interesó usar cocina ecuatoriana, no era algo que pedía el mercado y como resultado, las universidades empezaron a dar clases de comida internacional (trajeron a todos los expertos de cocina francesa, italiana, española). Por último, la etapa final de la gastronomía ecuatoriana consiste en posicionarla hacia el exterior, en un destino turístico culinario (Gallardo, 2013).

Proyección Internacional

Para posicionar mejor la gastronomía ecuatoriana es necesario atravesar procesos como el del caso peruano descrito anteriormente. Para esto es necesario que exista un creciente reconocimiento por parte de la prensa especializada y de los principales medios de comunicación nacionales y extranjeros; así como el crecimiento de las publicaciones gastronómicas y los festivales internacionales (Ceplan , 2012). Pablo Zambrano⁶, sostiene que la cocina ecuatoriana está sufriendo un proceso de cambio. La cocina ecuatoriana en este momento es un boom que está basado en los sabores específicos de la cocina ecuatoriana y dando un valor agregado a lo que es nuestro producto. Según él, tenemos una gran ventaja al contar con tradiciones ecuatorianas, la popularidad de la cocina ecuatoriana nos hace únicos y principalmente por los productos que utilizamos. Tenemos miles de productos y platos representativos en nuestra gastronomía. Ejemplos sobran, está por ejemplo la quinua en la Sierra, Ecuador junto a Bolivia, Perú, Estados Unidos y Canadá son los mayores productores de quinua, alimento de sabor fino pero de gran contenido nutricional. En las sopas ecuatorianas, la quinua sigue siendo subutilizada reduciéndose al consumo de las sopas, panes y barras energéticas (Albán, La quinua: Alimento milenario, Febrero, 2013). Otro ejemplo es el ají, uno de los iconos más reconocidos en la gastronomía ecuatoriana, de hecho hay un dicho popular: “Toda comida mala con ají resbala”; esta salsa es parte de nuestra cultura culinaria. La salsa de ají ecuatoriana tiene características únicas e irrepetibles es un plato laborioso y rico en sabor frutal cuando se lo prepara con tomate de árbol. Esta salsa es parte de un ritual social que

⁶ Chef ejecutivo del Hotel Hilton Colón Quito

atraviesa todos los estratos económicos y todas las regiones y se combina bien con cualquier plato extranjero (Albán, El ají, emblema de lo ecuatoriano, 2012).

Otro paso importante para darnos a conocer gastronómicamente hablando, se relaciona al plato bandera. En el Perú, tienen como plato bandera al ceviche, al cual se le suma con concepto de contexto: la cevichería en general. Para él, todos los peruanos aman el ceviche y si alguien ama mejor a su producto, lo puede vender mejor; constituye un escenario ligero, informal y divertido; puede constituirse como un *brand* es decir una marca genérica capaz de seducir. Lo cual hace que este se convierta en un producto multicultural hacia fuera. De hecho, él plantea que se deben optimizar los procesos de extracción de la pesca artesanal, todo un proceso que involucra infraestructura, renovación, capacitación, etc (Zuñiga, 2007). El plato bandera del Ecuador debería ser la sopa. Ningún país de América, ni del mundo tiene la variedad de las sopas que tenemos nosotros, en este país hay cerca de casi 400 sopas. La sopa es muy casera, muy hogareña, es fácil de preparar porque vas echando todo en la olla y puede ser tan light como quieras y tan completa como quieras; una sopa nuestra puede ser una comida completa, no como entrada sino como plato principal (Richardson, 2013). Por ejemplo, para un loco existirían 200 variedades de locros, porque existen cerca de 200 tipos de papas (Gallardo, 2013). Cabe resaltar, que al ser nuestro país tan diverso que no puede tener solo un plato bandera, tendríamos que contar distintos platos por región. Pero no todos concuerdan con el plato bandera. No se puede vender algo que en otro país no se puede realizar. Más bien, se debe vender una sazón ecuatoriana, una interpretación del producto ecuatoriano, una ideología de comida ecuatoriana. (Cueva, 2013).

Otra interrogante surge con la comida fusión. Algunos son partidarios de esto, otros, no. Cabe recordar que la historia de la cocina es la historia de la variedad y la experimentación (Cuvi, 2012). Hoy en día, tanto hombres como mujeres deciden ser chefs, dejan de ser simples cocineros, por lo que la mayoría completa sus estudios en el exterior. El en caso del Perú, los chefs están utilizando comida fusión y poniéndola en práctica en sus restaurantes, la cual les da una particularidad a sus comidas rompiendo con la tradicional jerarquía (Matta, 2010). En Ecuador, algunos son partidarios de la comida fusión, otros no. Los que la apoyan, señalan que obviamente se debe usar productos ecuatorianos (Gallardo, 2013). En 2011 fue inaugurado el primer restaurante de comida fusión “Paralelo Cero” en Madrid, España, ha sido el primero en ofrecer esta clase de cocina. La idea es darle un toque mediterráneo a la cocina respetando la tradición ecuatoriana, en 'Paralelo Cero' se degusta una gran variedad de platos ecuatorianos cuyos ingredientes llegan desde Ecuador (Alta cocina ecuatoriana en una de las zonas más exclusivas de Madrid, 2011).

En *Trip Advisor* (sitio web que proporciona información sobre viajes) cuentan en su gran mayoría con buenos comentarios. En Quito se habla de fusionar con comida molecular como en el restaurante Hai-ku ocurre:

“...me saca un ceviche de camarón, cuya novedad es un ‘aire’ que sabe a cerveza y ají sobre una espuma de tomate con culantro en cuyo fondo reposan los camarones cargados al limón, al gusto” (Cuvi,2012).

Hoy en día, la comida ecuatoriana está despuntando, se ve en los medios y también hay campañas. El gobierno de Rafael Correa, a través del Ministerio de Patrimonio y

Cultura busca mejorar la atención al público y la preparación de productos desde una óptica en que la cultura popular se mantiene fiel a sus tradiciones. El objetivo consiste en garantizar la continuidad de más de 600 locales identificados por el programa de Salvaguardia de Patrimonio Cultural Inmaterial Culinario (Cabezas, 2013). Esto no consiste en imponer un modelo más bien imparte conocimientos. Asimismo, este programa busca impulsar y rescatar los ingredientes o elementos locales que componen las comidas ancestrales y tradicionales para generar una oferta completa; para que con el tiempo se generen rutas turísticas gastronómicas. En Tulcán se rehabilitó el mercado, el mejoramiento permite que más de 180 vendedores mejoren sus ventas e ingresos; es parte del “Plan Vive Patrimonio” (Cabezas, 2013). Algo parecido se dio en el Perú, respecto a los puntos señalados en el Ecuador. Para empezar, muchos ingredientes y alimentos poco valorados, muchas veces menospreciados, se convierten hoy en objeto de orgullo. Eso fue el punto de partida para que exista una lógica económica de competitividad; lo que implica afirmarse en sus características distintivas, que imponga una “diferencia”, atractiva para los consumidores. Aquí es donde entra el patrimonio alimentario (Matta, 2011). Patrimonio alimentario es todo aquel alimento con importancia simbólica, cultural e identitaria que existe en un país o territorio determinado, no solo hace referencia a la preparación de platos o bebidas tradicionales, sino también a productos que usan como ingredientes (Cabezas, 2013). Por otra parte, en el Perú, al igual que el Ecuador y otros países se usa a los mercados, no sólo como centros de abastos, sino también como lugares donde la gente se sienta a departir y a comer convirtiéndose en puntos de atracción turística. Algunos cuentan con un hermoso

diseño arquitectónico como el mercado de San Camilo en Arequipa o el mercado de San Pedro en el Cusco, a pesar de esto, el mercado de Lima es deficiente⁷ (Ceplan , 2012).

Para que la cocina ecuatoriana se proyecte internacionalmente tiene que pasar por una transformación más de forma que de fondo. Aligerar o facilitar los procesos porque lamentablemente la mayoría de la cocina ecuatoriana que se conoce popularmente son platos muy elaborados, que llevan muchas horas de preparación, de trabajo y mano de obra para que sean buenos. En el mundo en general, los platos que tienen éxito son los platos de rápida preparación y fácil manejo, por ejemplo: el ceviche peruano, se coge el pescado picado, se pone limón, se revuelve y se sirve; es light. También hay que aligerar la carga calórica. En la Sierra, los platos son hipocalóricos. Por ejemplo: Un caldo de patas o un locro de papas tienen mucho contenido de carbohidrato, mucho frito. Aparte de esto, tiene que haber una unión entre los actores principales que son los cocineros y los chefs; o sea el gremio de la gastronomía en el gobierno y la industria. Entonces entre los tres y dedicar a hacer una campaña. Actualmente, se está en esta tarea, uniendo buscando jóvenes talentos, chefs jóvenes que se proyecten afuera con el respaldo y los conocimientos de los chefs con más trayectoria (Richardson, 2013). Ejemplo de esto, se dio recientemente en el segundo encuentro gastronómico de Latitud Cero⁸ en Guayaquil, donde hubo una competencia donde participaron muchas universidades e institutos

⁷ Se dice que tiene problemas de gestión, infraestructura, seguridad y sanidad.

⁸ Tuvo lugar el 1,2 y 3 de Octubre de 2013 es el primer gran Evento, Turístico, Gastronómico y académico del Ecuador, donde se destaca la gran biodiversidad de productos de país, el potencial turístico y la tradición culinaria.

de todo el país⁹, el ganador fue Andrés Torres, guayaquileño, estudiante de la Universidad Espíritu Santo. Su plato consistió en un flan de maíz dulce con langostinos, tomates cherry y cebollas curtidas acompañado con cebolla horneada rellena de langostinos y queso crema con cítricos sobre ragú de habas de *crumble* de chorizo (El Comercio, 2013). Es importante resaltar esta clase de eventos internacionales como: Ñam en Chile, Mesamérica en México, Tiradentes y Mistura en Perú. Este último, en Lima convoca cerca de cien mil personas e implica una inversión de medio millón de dólares; algunas de las secciones más importantes son el gran mercado de productos agropecuarios de todo el país así como la presencia de restaurantes de comidas regionales y vivanderas rurales (Valderrama M. , 2009). En Ecuador, a pesar de los esfuerzos realizados, todavía quedan cabos sueltos que necesitan ser resueltos. Se deben dejar rivalidades entre chefs, también se debe trabajar en conjunto. Si bien se están realizando festivales como los descritos anteriormente, es necesario que al igual que en caso peruano, se trabaje con los productores, agricultores y el Ministerio de Cultura. Las universidades y escuelas de cocina deben prestar más interés a lo que se enseña. Pero ya se han realizado cambios para apuntar a la revolución gastronómica. En la USFQ (Universidad San Francisco de Quito), se incentiva a los alumnos del CHAT (Colegio de Hospitalidad y Arte Culinario) a usar productos ecuatorianos, a apreciarlos más, conocer sus raíces y con eso crear nuevas recetas (Cueva, 2013). En la UDLA (Universidad de las Américas), el 50% de la malla de gastronomía de dicha universidad es con productos y cocina ecuatoriana. Lo realizan desde hace 7 años. Sus primeros egresados ya

⁹ Universidades: USFQ, Dos Hemisferios de Cuenca, Tecnológica Equinoccial; de los institutos Escuela de los Chefs, de Arte Culinario (ISAC), San Isidro de Cuenca y Sudamericano de Loja, entre otros.

dominan la cocina ecuatoriana a un nivel de management, así como técnicas propias de la gastronomía ecuatoriana (Gallardo, 2013). En lo que principalmente depende la proyección internacional de la comida ecuatoriana o de cualquier país, involucra un trabajo constante y de largo aliento, que incluye una labor de investigación de la cultura y tradición culinaria de una nación, en las palabras del chef francés Philippe Jousse, profesor del Instituto Culinario Paul Bocuse (Mena, 2013).

En conclusión, para que la gastronomía ecuatoriana despegue, tiene que en primer lugar, existir un sentido de patriotismo respecto a la comida, tiene que haber amor por parte de los ecuatorianos hacia su cocina. Debe dejar de existir un sentimiento de negación de la comida ecuatoriana, que se le deje de apreciar como “comida ordinaria”. En Perú, respecto a la comida existe un sentido de patriotismo, el hecho de que alguien hable mal es motivo de pelea. Si bien no se busca un patriotismo extremo, respecto a esto, si es apropiado que los ecuatorianos estén orgullosos de la misma. Es una gastronomía diversa, recientemente alabada por el periódico *The Guardian* como una de las tres más representativas de América Latina junto a las más conocidas que son las de México y Perú, se mencionó que le está pisando los pies a la comida peruana (Quinn, 2013). Asimismo, cuando el chef estadounidense Antonie Bourdain visitó el Ecuador, también alabó la gastronomía. Pero para que esto ocurra es necesario que exista más demanda. Actualmente, si bien existen bastantes restaurantes ecuatorianos, los más de moda, los más frecuentados, son los peruanos (Segundo Muelle, Zazú, La Gloria) en Quito. Actualmente, en Quito existen restaurantes de comida nacional, pero no son tan populares como los mencionados anteriormente. Es entendible esto, por las circunstancias en su historia

(el hecho de querer enseñar comida internacional en vez de la nacional). Si bien en palabras de los chefs consultados, y desde hace diez años atrás hay un “boom”, es necesario como dejó en claro otro chef, arreglar las rivalidades. Es importante destacar la labor existente por parte de la industria gastronómica, aunque no sería malo que haya un consenso entre el Estado, los chefs y la industria. También debería coexistir una interacción con los agricultores para rescatar variedades de alimentos y ampliar la cantidad de ingredientes para que haya más recetas. En las palabras de Gastón Acurio, Ecuador tiene diversidad de ingredientes y preparaciones, ese es un factor clave para posicionar la comida en otros países (Zauzich, 2013).

Es importante resaltar lo que está realizando la prensa, al dar más espacio a temas relacionados con la industria gastronómica, así como la publicación de libros. Actividades ejecutadas por el Ministerio de Patrimonio, como la restauración del mercado de Tulcán son significativas y deberían ser realizadas en más ciudades en todo el Ecuador, después de todo las “tradicionales huecas” constituyen una importante tradición que no se puede perder, pero necesitan de estructuras adecuadas y que estén provistas de sanidad.

Ecuador tiene todo para convertirse en una potencia gastronómica, pero hay que reconocer que estamos lejos de México y Perú. Se está empezando y es importante reconocer los esfuerzos realizados. Si se presta más interés por parte de todos, se verificará en el futuro si Ecuador tiene material para internacionalizar su comida o queda en la simple novelería.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán, D. (2012). El ají, emblema de lo ecuatoriano. *Nuestro Patrimonio* , 34.
- Albán, D. (Febrero, 2013). La quinua: Alimento milenario. *Nuestro Patrimonio* , 34.
- Alta cocina ecuatoriana en una de las zonas más exclusivas de Madrid. (27 de Julio de 2011). *El Comercio* .
- APEGA. (2013). Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de Sociedad Peruana de Gastronomía: <http://www.apega.pe/apega/-que-es-apega-S1/C1.html>
- Cabezas. (2013). Huecas y mercados potencian su valor patrimonial . *Nuestro Patrimonio* , 12- 15.
- Ceplan . (Marzo de 2012). Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de <http://www.ceplan.gob.pe/documents/10157/787d2d00-526f-4cea-8ef6-48e4c892d6dc>
- Cueva, S. (23 de 10 de 2013).
- Cuvi, P. (2012). La onda molecular se expande en Quito. *Mundo Diners* , 30.
- Cuvi, P. (2001). *Recorrido por los Sabores del Ecuador Tomo 1*. Quito: EDIMPRES S.A .
- Delgado, R. (2001). *Estudios de Asia y Africa*. Antioquía: El Colegio de México.
- Diego, A. (2013). El ají, emblema de lo ecuatoriano. *Nuestro Patrimonio* , 34.
- Ecuavisa. (9 de Octubre de 2013). Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/entretenimiento/produccion-tv/43056-disfruta-vota-mejor-sabor-guayaco>
- Fried, M. (1986). Prólogo. En M. Fried, *Comidas del Ecuador: Recetas tradicionales para gente de hoy* (pág. 13). Quito: Imprenta Mariscal .
- Gallardo, C. (30 de Septiembre de 2013). Cocina Ecuatoriana. (C. Vásquez, Entrevistador)
- Lauer M, L. V. (2006). *Revolución Gastronómica*. Lima: USMP.
- Matta, R. (2012). *Cocinando una Nación de Consumidores: El Perú coom marca global*. Lima : Unifé.
- Matta, R. (26 de Mayo de 2010). <http://andreapizarro.blogspot.com/>. Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de http://www.revistargumentos.org.pe/facipub/upload/publicaciones/1/335/files/r_matta_marzo10.pdf

Matta, R. (2011). *Posibilidades y Límites del desarrollo en el patrimonio inmaterial. Caso de la comida peruana*. Lima : Pontificia Universidad Javeriana .

Mena, P. (22 de Abril de 2013). Ecuador vende su cocina con ceviche y cangrejo. BBC. 2013.

Quinn, B. (1 de Febrero de 2013). Food in Ecuado: a lesson for diversity. *The Guardian* .

Richardson, H. (24 de Septiembre de 2013). Cocina como forma de proyeccion de un pais. (C. Vásquez, Entrevistador)

Rivas, R. (5 de Septiembre de 2013). 'El gastropoder' de Gastón Acurio. *El País* , pág. 15.

S.A . (2002). América, cuna de los hijos del maiz. *Top Cuisine* , 10-11.

S.A. (1993). A Nuestras Lectoras . *Hogar: Lo mejor de la cocina criolla* , 3.

Una oportunidad para formarse entre los grandes de la gastronomía. (15 de Octubre de 2013). *Diario El Comercio* , pág. 27.

Valderrama, M. (2009). *Gastronomía, Desarrollo e Identidad Cultural: Caso Peruano*. Lima .

Valderrama, M. (2009). *Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO*. Recuperado el Sabado de Octubre de 20, de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20100312102627/08_Valderrama.pdf

Vargas Llosa, M. (22 de Marzo de 2009). El sueño del 'chef'. *El País* , pág. 6.

Vela, E. (30 de 10 de 2008). *Gestión Restaurantes* . Recuperado el 1 de 12 de 2013, de http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=238

Zauzich, I. (22 de Semptiembre de 2013). Gastón Acurio disfruta la fanesca . *Diario El Comercio* , pág. 25.

Zuñiga, M. (Septiembre de 2007). *Interculturalidad.org*. Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de http://interculturalidad.org/numero04/docs/0204-Limites_y_posibilidades_Gaston_Acurio-Zuniga%2cMario.pdf

FORMATO 1: PRENSA ESCRITA

ENFOQUE

Este formato trata diferentes temas, se divide en cuatro partes: Empezar casa adentro, Internacionalización, ¿Qué hay ahora? Y Extras. En la primera parte, Empezar Casa adentro, expertos como Santiago Cueva, profesor de la USFQ, Carlos Gallardo, decano de Hospitalidad y Turismo de la UDLA, Henry Richardon, gerente de Intercool, una empresa dedicada al catering, explican las razones por las que la comida ecuatoriana no se ha proyectado internacionalmente por diferentes motivos como la falta de identidad o porque no se ha enseñado gastronomía ecuatoriana en las escuelas y universidades.

En la siguiente parte, Internacionalización se aborda cómo empezar a popularizar la gastronomía ecuatoriana a través de tres formas: comida fusión/tradicional, plato bandera o figuras.

¿Qué hay ahora?, trata que se está haciendo respecto al boom que existe sobre la comida ecuatoriana hoy en día. Los chefs expertos dan sus puntos de vista. Y por último, en Extras, se da énfasis a los festivales gastronómicos y mercados que forman parte del boom de la comida ecuatoriana.

ENFOQUE

Cocina ecuatoriana: La proyección viene de adentro

Empezar en casa

¿Qué se debe hacer para que la cocina ecuatoriana despegue? Varios chefs dan su opinión sobre la posibilidad de vivir en un país en donde la gastronomía está creciendo. Además, se da énfasis a si el tema de identidad tiene que ver con esto.

Pág. 2

Internacionalización

Para internacionalizar la comida hay que tomar en cuenta de que manera hacerlo. A continuación, se profundizan estas opciones que parten de realizarlo con comida fusión o tradicional, plato bandera o una figura mediática.

Pág. 4

¿Qué hay ahora?

En un país donde se está comenzando ¿Qué se ha hecho hasta el momento? ¿Tienen un papel importante los medios? ¿Qué ha hecho el gobierno? ¿Cómo readecuar los restaurantes modernos? ¿Qué quiere el cliente?.

Pág. 6



COCCO
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Empezar en casa

El problema viene de adentro

Las marcas país están de moda. El pasado 4 de septiembre de 2013 se dio a conocer la lista de los 50 mejores restaurantes de América Latina, Ecuador no figuró en lista. No contó con ningún representante. ¿Cómo se puede cambiar esta situación?

Para Santiago Cueva, profesor de Conceptos y Alta Cocina de la Universidad San Francisco, es preciso valorar más la comida ecuatoriana, la gente de acá no aprecia la comida ecuatoriana. “Tú prefieres ir a comer a un restaurante peruano o lo que sea que una comida ecuatoriana moderna. Vas a la zona de restaurantes acá, la zona de la Floresta y hay un restaurante peruano, un chino, trattoria, hay un solo restaurante de comida ecuatoriana pero ni siquiera es gourmet”, acota.

¿Por qué se produce esa falta de identidad hacia la comida de Ecuador? Existe una razón por la que la comida ecuatoriana no se popularizó a pesar de ser tan variada. Todo obedece a procesos geopolíticos que se han dado a lo largo de la historia, de acuerdo a Carlos Gallardo, Director Nacional de la Facultad de Hospitalidad y Turismo de la UDLA. Comenzó en la conquista, se cocinaba cocina criolla, no obstante, los españoles trataron de replicarla sin éxito, pero no resultó así que se decidió fusionarlas, fruto de esto tenemos platos como la guatita (los españoles buscaban replicar los callos a la madrileña). Más tarde, con la llegada de Misión Geodésica, se dejó a la cocina ecuatoriana a un segundo plano, esto duró hasta mediados de la Segunda Guerra Mundial.

En los años setenta con la fiebre del petróleo y la naciente industria de las carreras de hotelería, las universidades y escuelas se dedicaron a enseñar comida internacional y no ha desarrollar la comida ecuatoriana.

Empezar en casa

Según Gallardo, para posicionar a la gastronomía ecuatoriana primero hay que trabajar adentro. Según él, ya se ha trabajado mucho y tenemos que sentirnos orgullosos de lo nuestro para poder proyectarnos en el futuro. Hacen falta investigaciones profundas, aunque resalta que la USFQ y UDLA han hecho algunas. “No creo que haga falta que sea cuestión de hacer un marketing, venga a comer al Ecuador o abrir restaurantes afuera”.

“Estamos en ese proceso de consolidar la gastronomía ecuatoriana, pero estamos a buen paso y vamos a llegar lejos”, afirma Gallardo.

“Primero hay que cambiar la mentalidad de la gente, tiene que tener orgullo. Tenemos orgullo de tener un equipo de fútbol, hay que tener orgullo de la gastronomía, tenemos una súper gastronomía. No digo que sea mejor que otras pero es una gastronomía reconocida por amigos chefs internacionales que han venido por acá. Tenemos una variedad muy extensa de platos”, señala Henry Richardson, gerente de Intercool, una empresa dedicada al catering.

En la actualidad, el gobierno está interesado por el tema, está apoyando. Es un proceso lento pero se está dando. Existe dinero para libros, se está llevando chefs afuera; sin embargo, según Richardson, no está muy organizado, ni bien planificado y sin un plan trazado. Según Richardson, tiene que haber una unión entre los actores principales que son los chefs (el gremio de la gastronomía), el gobierno y la industria. Entre los tres dedicarse a hacer una campaña.

El primer síntoma de internacionalización estará más claro cuando nosotros empecemos a exportar chefs ecuatorianos; es decir que nosotros en Europa tengamos chefs ecuatorianos en EEUU o a nivel mundial, resalta Pablo Zambrano chef del Hotel Hilton Colon: “Muy poco se ha hecho en eso, muy poco hemos estado en esa situación”. Pero parte del trabajo de proyectar la cocina ecuatoriana ha radicado en eso. Según Richardson, se está haciendo una campaña que busca chefs jóvenes que se proyecten afuera con el respaldo y los conocimientos de los chefs más experimentados.

Para Cueva, lo mejor y principal sería trabajar en conjunto, dejando a un lado los intereses personales de muchas asociaciones y algunos personajes de la cocina ecuatoriana que por tradición han marcado cierta tendencia. “Que se trabaje en conjunto y que ellos cedan un poco porque si no hay un grupo de raíz, un movimiento ecuatoriano nunca va a pasar a eso. Nunca la comida ecuatoriana va a poder proyectarse”, subraya.

Todos están de acuerdo en algo, es hora de demandar el producto ecuatoriano, si no hay demanda, no hay quien ofrezca. Lo que Perú hizo fue llevar a su gastronomía, a una alta cocina. Según Cueva, en Ecuador no se da ese salto. “Se busca, se intenta, pero si la gente no demanda, no puedes”.

Esto implica tener grandes profesionales, gran producto, manipulación, mercadeo, vender todo lo que es la gastronomía ecuatoriana. En las palabras de Zambrano: “Somos orgullosos de lo que somos, orgullosos de lo que comemos”.



“Primero hay que cambiar la mentalidad de la gente, tiene que tener orgullo. Tenemos orgullo de tener un equipo de fútbol, hay que tener orgullo de la gastronomía, tenemos una súper gastronomía.”

¿Cómo proceder?

Para que Ecuador se afiance como potencia gastronómica, existen varias alternativas. ¿Cuál es la mejor? ¿Es preferible un seco de chivo o un sushi de seco de chivo? ¿Es pertinente un plato emblema? o ¿Necesitamos un Gastón Acurio ecuatoriano?



Tradicional - Fusión

La cocina tradicional consiste en no cambiar la receta original, la que conserva la identidad del plato, su historia. La comida fusión implica mezclar estilos culinarios de diversas culturas como la fusión de ingredientes representativos de otros países, ingredientes o prácticas culinarias. Existen chefs partidarios y detractores de las dos.

Para Pablo Zambrano, chef del Hilton Colon no se puede hablar de comida fusión mientras no se tenga establecido lo que es la cocina ecuatoriana. “Lo importante es posicionar nuestro producto, posicionar nuestras costumbres, nuestra cocina tradicional, nuestra raza, nuestra esencia de lo que es la cocina ecuatoriana y después podemos pensar en otro tipo de cosas”, afirmó.

De la misma manera opina Henry Richardson, gerente de Intercool, para quien es necesario conocer bien las bases a fondo nuestra cocina y decir cuáles son las diferencias entre una y otra. “Mezclar cosas al azar puede resultarte bien, como puede resultar pésimo”.

Según Jessy Lamuso, chef del Restaurante la Choza, a nivel local, la gente prefiere el sabor tradicional y clásico “Nos ha pasado que sacamos otra cosa (ecuatoriana), pero la gente siempre viene por los platos (tradicionales) seco de chivo, etc. Siempre buscan lo mismo”.

Pero no todos piensan así, Carlos Gallardo, Director Nacional de la Facultad de Hospitalidad y Turismo está 100% a favor de la comida fusión. Según Gallardo, los productos del Ecuador son sumamente interesantes para redescubrirlos y retransformarlos. “Hay como hacer un lindo rollito de sushi relleno con seco de chivo, maduros fritos y presentado al estilo japonés, pero utilizando nuestros productos”. Aunque no considera que la solución sea abrir restaurantes de lujo de nueva cocina ecuatoriana.



Plato Bandera

Si en Perú, es el ceviche; en Brasil, la feijoada y en México, los tacos. ¿Cómo podría Ecuador posicionarse con un plato emblema? Para algunos chefs, la sopa es la respuesta. Para Henry Richardson, la sopa es un plato muy casero y hogareño, fácil de preparar porque se coloca todo en la olla y puede ser tan light como se quiera y tan completa como se desee. Según él, una sopa nuestra puede ser una comida completa, no sólo como entrada, sino como plato principal.

No todos opinan igual, de acuerdo a Santiago Cueva, chef de la USFQ la sopa no es la solución, hay cosas más interesantes como las bonitísimas, las tortillas de maíz, productos hechos con quinoa o el verde. Aunque destaca que le parece absurda la idea de un plato insignia. “Tú debes vender una sazón de Ecuador, una interpretación del producto ecuatoriano, una ideología de comida ecuatoriana; no puedes vender una sopa ecuatoriana que se hace con la papa chola de acá, que sólo la papa chola le da el gusto y el rico sabor al loco porque otros te botan mucho almidón o te dan un sabor no dulce, sino amargo”, intuyó.

El cuy o conejillo de indias, una especie de roedor, también es visto como opción. Se cría y se consume en Bolivia, Perú, suroeste de Colombia y en Ecuador. Para Domingo Chachalo, chef del restaurante la Canoa, es otra alternativa. “El cuy es conocido. Tal como el conejo lo es en Francia”, aseveró.

Según Lamuso no funcionan los platos emblema porque en cada región hay distintos platos, sería más relevante sacar un plato por región. Para Zambrano, ya los hay y tenemos una gran ventaja. “Es un país lleno de costumbres, lleno de tradiciones”, alegó.



Figuras

Gastón Acurio, sin duda es un referente en el Perú. Ha sido reconocido mundialmente por iniciar una revolución a favor de la gastronomía peruana por él, la cocina peruana ha crecido. De acuerdo al portal “Perú Sabe”, Acurio ha liderado “Mistura”, el mayor festival gastronómico de la región, siendo él presidente de APEGA (Asociación Peruana de Gastronomía). ¿Necesita el Ecuador una figura así para proyectar su cocina?

Algunos chefs son partidarios de esta idea, que es necesario un personaje que genere eso. “No tiene que ser una persona ni bonita, ni muy elocuente, sino una persona que proyecte la seguridad y el amor por lo suyo, por lo nuestro”, certifica Richardson. Así también opina Cueva, pero agrega algo más. “Gastón fue un genio, no sé si se logre tener una imagen como tal acá, no sé quien pueda llegar a ser la imagen. Sobre todo si hay tanta rivalidad absurda”.

Otros consideran que la comida sea famosa por sus méritos propios, no por una persona en particular. “¿Cuál es la figura de México? El taco. ¿Cuál es la figura de Italia? La pizza. ¿Cuál es la figura del Japón? El sushi. ¿Cuál es la figura del Perú? Me van a decir Gastón Acurio”, responde Gallardo. Él considera que Ecuador no puede caer en la estupidez de querer nombrar a una persona, porque el país es más que una persona. “Plato emblema sí, persona emblema, no. Hagámole monumento al loco, no monumento a una persona”.

Zambrano considera lo mismo, y afirma que las figuras son pasajeras, que más bien debe quedar un legado. “Nosotros aquí tenemos representantes muy buenos, estamos involucrados en todo este proyecto, pero lógicamente es importante tener en cuenta que nunca se pueden concentrar las cosas en un solo personaje”.

¿Qué hay ahora?

¿Qué existe?

Ecuador es un país con una gastronomía variada. De hecho el periódico inglés The Guardian catalogó a su cocina como una de las tres más diversas junto con la de Perú y México. ¿Qué se está haciendo para aprovechar esto?

“La gente va a comer más, tú vas a los restaurantes desde el martes y están todos llenos. Antes de eso era imposible, no pasaba. Antes de eso jueves, viernes eran días buenos pero ahora todos los restaurantes desde el martes están repletos” es la respuesta de Santiago Cueva, profesor de Alta Cocina de la USFQ acerca de si existe un boom respecto a la gastronomía ecuatoriana.

Desde hace aproximadamente diez años atrás, la gastronomía de Ecuador ha despegado. Se ha trabajado y se está trabajando para que se posicionen. ¿Qué está pasando?

Para proyectar mejor la gastronomía ecuatoriana es necesario atravesar procesos como es el caso peruano. Para esto es necesario que exista un creciente reconocimiento por parte de la prensa especializada y de los principales medios de comunicación nacionales y extranjeros; así como también, el crecimiento de las publicaciones gastronómicas y los festivales internacionales

“En este momento usted ve en los medios, todas las campañas. Es todo cocina ecuatoriana”, indica Pablo Zambrano, chef del Hilton Colon. El canal de televisión Ecuavisa realizó un segmento en el noticiero “Contacto al Amanecer” y “Contacto en la Comunidad”, denominado “El Sabor de los Guayacos” y “El Sabor de los Quiteños”, campaña donde toda la población pudo sumarse a esta iniciativa mediante un voto a través de las redes sociales (Facebook y Twitter); escogiendo un sabor ya sea dulce o salado que represente a los quiteños y guayaquileños. El siguiente fue buscar el restaurante que mejor elaboró dicho plato en las dos ciudades.

En cuanto a festivales internacionales, recientemente se organizó el segundo encuentro gastronómico de Latitud Cero en Guayaquil, donde hubo una competencia y participaron muchas universidades e institutos de todo el país.

Cabe resaltar que el actual gobierno del economista Rafael Correa, a través del Ministerio de Cultura y Patrimonio busca mejorar la atención al público y la preparación de productos desde una óptica en que la cultura popular se mantenga fiel a sus tradiciones. El objetivo consiste en garantizar la continuidad de más de 600 locales identificados por el programa de Salvaguardia de Patrimonio Cultural Inmaterial Culinario.

Este programa busca impulsar y rescatar los ingredientes o elementos locales que componen las comidas ancestrales y tradicionales para generar una oferta completa, para que con el tiempo se generen rutas turísticas gastronómicas. En Tulcán se rehabilitó el mercado, este mejoramiento permite que más de 180 vendedores favorezcan sus ventas e ingresos; es parte del “Plan Vive Patrimonio”. Carlos Gallardo de la UDLA señaló, “Es un ejemplo perfecto de sostenibilidad frente a los alimentos, de lujo. Tiene dos salas lounge”.

Pero las opiniones difieren, Lamuso, chef del Restaurante la Choza piensa que si bien se están abriendo más restaurantes de comida ecuatoriana, no siempre es la cocina innovadora.

“En este boom tienen que hacer propuestas nuevas, la gente tiene que apropiarse de lo que es y la gente tiene que aprender a apreciar”, sostiene Cueva. Se debe ser congruente con el mercado, esto significa estilizar la comida propia para crear cosas ricas, delicadas, con mejor balance alimentario. “Si sigues adaptando la misma receta que se ha hecho durante toda la historia, no es nada, pOrque sigues reproduciendo cosas absurdas que la gente no come y no es cómodo comer así”.

¿Qué hay ahora?

EL MUNDO
Medios Última Hora América Latina Internacional Economía Tecnología Ciencia Salud

Ecuador vende su cocina con ceviche y cangrejo

Paula Elena Erazo
Ecuador, para 600 Munas
Lunes, 22 de abril de 2013

Amplia variedad, uso de ingredientes propios y formas de preparación particulares son las características que hacen a la cocina ecuatoriana atractiva para mesas internacionales.

Así lo sostiene un creciente número de chefs locales que se han dedicado a estudiar la gastronomía ecuatoriana y a difundirla en el mundo.

Hace poco, un libro de cocina ecuatoriana fue incluido entre las cinco mejores del mundo en las reconocidas *Cookbook World Championships Awards*, categoría *Cookbook of the Year*. El libro "Ecuador Tradicional de Ajar para la Mesa de Hoy", de los chefs Homero Miña, Ana Teresa Pérez y Mauricio Cepeda, participó junto a textos de 171 países.

Hay más asces en Ecuador de libros de gastronomía local de reciente publicación, como "Ecuador culinario" del chef Carlos Gallardo, el cual recopiló unas 600 recetas de todas las regiones del país.

Y también públicos internacionales van siendo atraídos por la alta cocina ecuatoriana servida en restaurantes como *Paradise Cero*, abierto en 2011 en un lujoso barrio de Madrid, o *Cucharamama*, ubicado en Nueva Jersey desde 2004.

Ingredientes y modo de preparación

En efecto, una multiplicidad de platos ligeros, varios de los cuales incluso tienen sus propias versiones en cada localidad al interior de la nación, conforma la cocina ecuatoriana.

EL UNIVERSO PORTADA NOTICIAS OPINIÓN DEPORTES VIDA Y ESTILO

VIDA Y ESTILO Innovación Cultura Energía Cine y TV Música **LIBRO** Viajes

LIBRO: EL SABOR DE MI ECUADOR

Las estrellas de la cocina ecuatoriana

Morar los productos emblemáticos de Ecuador y sus aplicaciones culinarias — como el cacao, el café, el canario, las coqueñitas, guineo, entre otros — para que los comensales del país conozcan al esfuerzo de los agricultores que los producen es el objetivo del libro *El sabor de mi Ecuador*. Una publicación que recoge estos alimentos como el valor principal de la gastronomía local.

Carlos Gallardo, director del proyecto *El rescate de los saberes tradicionales del Ecuador* (de donde surge la idea del libro) y presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador, menciona que esta publicación es parte de un proceso que lleva un año, a través del cual han trabajado otros textos como *Ecuador Culinario*.

tempodesign.com.ec

“En este boom tienen que hacer propuestas nuevas, la gente tiene que apropiarse de lo que es y la gente tiene que aprender a apreciar”

Extras

Gastromonde: Fue un evento realizado por la USFQ, (Universidad San Francisco de Quito) por el Colegio de Hospitalidad y Arte Culinario entre el 18 y el 13 de Marzo de 2013. Fue el evento culinario más importante del Ecuador. Consistió en un intercambio amigable y creativo entre grandes maestros de cocina, restaurantes, hoteles, jóvenes talentos y la comunidad gastronómica internacional.



Festivales



Latitud Cero: Fue en Guayaquil entre el 1 y el 3 de Octubre. En 2012 se realizó la primera edición

en Quito. Se destaca la biodiversidad de productos del país, el potencial turístico, así como la tradición culinaria que pondrá al Ecuador en el mapa turístico. Contó con la presencia de varios chefs internacionales como Rodolfo Guzmán del restaurante Boragó en Santiago de Chile, Joan Roca, del restaurante Celler de la Can Roca en España (el primero del mundo), entre otros.

Mercados

Según Diario El Comercio, la edificación patrimonial del mercado de Tulcán de 1930 fue intervenida por el Ministerio de Patrimonio. El escenario fue remodelado en su espacio interior. La fachada, el tumbado y el material de las paredes se conservaron, los comerciantes fueron ubicados a través de un sorteo. El espacio cuenta con 163 puestos donde se vende verduras, jugos, comida, granos y carnes. Si bien el interior fue remodelado, la fachada, el tumbado y el material de las paredes se conservan como antes.

Patrimonio Alimentario es todo aquel alimento con importancia simbólica, cultural e identitaria que existe en un país o territorio determinado, no solo hace referencia a la preparación de platos o bebidas tradicionales, sino también a productos que usan como ingredientes. En el Perú, al igual que el Ecuador y otros países se utiliza a los mercados, no sólo como centros de abastos, sino también como lugares donde la gente se sienta a compartir y a comer convirtiéndose en puntos de atracción turística.



FORMATO 2: REPORTAJE RADIAL

Nombre del programa: Proyección de Cocina Ecuatoriana

Este programa radial de 10 minutos se enfoca en la formación que se está impartiendo en las escuelas de cocina y universidades en el país respecto a la comida ecuatoriana. Se divide en tres bloques, en el primero, Santiago Cueva, profesor de gastronomía de la USFQ da conocer cuáles son las novedades respecto a cocina latinoamericana y cómo Ecuador podría ser parte de esta nueva corriente. En este bloque también se trata el tema de cómo la región oriental debería explotar más su gastronomía.

En el segundo bloque, Carlos Gallardo, decano de Hospitalidad y Turismo de la UDLA da a conocer porqué no hubo un boom respecto a la comida ecuatoriana. Henry Richardson, gerente general de Intercool, una empresa dedicada al catering da su punto de vista frente a la carrera de gastronomía.

Por último, en el bloque final, los chefs entrevistados dan su punto de vista de qué se está haciendo para popularizar la gastronomía ecuatoriana en las aulas y que falta. De igual forma, Jessy Lamuso, chef del Restaurante La Choza, comparte su pensamiento.

REPORTAJE DE RADIO EN IVOOX



The screenshot shows a web browser window with the URL www.ivoox.com/zonaPrivada_zm.html. The page features a navigation bar with the IVOOX logo and menu items like 'Inicio', 'Explorar Audios', and 'Radios Online'. The main content area displays a radio player for 'Proyección de la Cocina Ecuatoriana', which is published in a podcast. The player includes a play button, a progress bar (00:33 / 10:11), and options to download or add to a playlist. A large watermark 'Escucha patrocinada' is visible in the center. To the right, there is an advertisement for 'Planificación de las comidas Fácil' with a grid of food images for each day of the week (Lun, Martes, Miérc, Jue, Vie, Sáb) and a button to 'Haz clic aquí para empezar'. A small IVOOX banner at the bottom of the player area reads 'Si te gusta IVOOX y te cansa la publicidad, hazte Oyente premium'.

Links: http://www.ivoox.com/proyeccion-cocina-ecuatoriana-audios-mp3_rf_2622776_1.html

GUIÓN REPORTAJE DE RADIO

Nombre del Reportaje: Proyección de la Cocina Ecuatoriana

Tiempo estimado: 10'11"

Tema: La labor que realizan los docentes al enseñar cocina ecuatoriana. ¿Qué se está haciendo para proyectar al exterior? ¿Cómo están trabajando? ¿Qué falta?

TIEMPO	LOCUCIÓN	EFFECTOS
0'00"- 0'07"		Cortina: Música Instrumental
	Hoy en día mucho se conoce acerca de la gastronomía peruana. ¿Quién no ha escuchado de restaurantes como La Gloria, El Segundo Muelle o Astrid & Gastón? Para que esto ocurra, tuvo que darse un proceso que involucró a muchos importantes actores.	Música ambiental: Efecto Doppler Soda Stereo

	<p>Actualmente, la gastronomía ecuatoriana está tratando de proyectarse internacionalmente, pero para que este importante paso se consolide, mucho tiene que ver la formación que se está dando en las escuelas de cocina y universidades en el país. Para entender de cerca este proceso, se ha entrevistado a expertos en el asunto.</p>	
	<p>Santiago Cueva, profesor de cocina ecuatoriana de la USFQ, explica las novedades en cuanto a comida latinoamericana y cómo Ecuador podría ser parte de esto.</p>	

	BYTE: SANTIAGO CUEVA	
	Entre las nuevas técnicas de la cocina ecuatoriana, las de la región oriental no son conocidas. Santiago Cueva explica lo que hay en esa región.	
	BYTE: SANTIAGO CUEVA	
	¿Por qué no se dio un boom de la comida ecuatoriana antes? ¿Cuáles fueron los factores? Carlos Gallardo de la Puente, Director Nacional de la Facultad de Turismo y Hospitalidad de la UDLA, responde.	
	BYTE: CARLOS GALLARDO	
	Si bien en estos tiempos, la carrera de gastronomía es	

	popular, no siempre fue así. Henry Richardson, reconocido chef, gerente general de Intercool, empresa dedicada al catering da su punto de vista.	
	BYTE HENRY RICHARDSON	Música ambiental: Mark Isham <i>Building a family</i>
	No obstante, a pesar de su popularidad, existen algunos inconvenientes.	
	BYTE: HENRY RICHARDSON	Música ambiental: Mark Isham <i>Building a family</i>
	Es importante diferenciar entre la gastronomía y arte culinario. Carlos Gallardo, señala las diferencias.	
	BYTE: CARLOS GALLARDO	Música ambiental: Ray Gelato <i>Mambo Gelato</i>
	Los encargados de esta	

	<p>tarea, la de popularizar la cocina ecuatoriana;</p> <p>profesores e instructores de distintas universidades y academias de cocina quiteñas comentan acerca de este proceso.</p>	
	<p>Santiago Cueva, cuenta cómo se enseña a los alumnos comida ecuatoriana.</p>	
	<p>BYTE: SANTIAGO CUEVA</p>	
	<p>En las escuelas de catering y cocina también se rigen por un sistema. ¿Cómo funciona? Henry Richardson, revela.</p>	
	<p>BYTE HENRY RICHARDSON</p>	
	<p>Jessy Lamuso, Chef del restaurante la Choza expone lo siguiente.</p>	

	BYTE JESSY LAMUSO	
	Sin duda algo se está haciendo, pero falta más para alcanzar un mejor nivel.	
10'11"		CORTINA: Música Instrumental