

La OTRA MESA

*Tesis presentada para la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador.*

Andrea Corovic Pereira
Profesor guía: José Neira
Julio de 2017 Santiago, Chile



ESCUELA DE DISEÑO
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO
Y ESTUDIOS URBANOS

La Otra MESA

*Tesis presentada para la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñador.*

Andrea Corovic Pereira
Profesor guía: José Neira
Julio de 2017 Santiago, Chile



ESCUELA DE DISEÑO
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO
Y ESTUDIOS URBANOS

Agradecimientos

Agradezco a mis padres y familia, quienes han sido pilar fundamental en mi vida, apoyándome en cada de una de mis decisiones personales y profesionales, con el fin de acompañarme a encontrar lo que me hiciera feliz.

A Fabián por su incondicional amor, apoyo y energía para poder lograr mis metas y sueños, sin su presencia, este viaje no hubiese sido lo mismo.

A mis amigas y compañeras de vida con las que emprendí el viaje en búsqueda del título de diseñadora: Ángela, Fernanda y Renata, por estar en las buenas, en las malas y en los tramos. Gracias por hacer de ésta, una aventura entretenida y desafiante.

A José y a cada uno de los profesores, funcionarios y auxiliares de la facultad por la buena disposición, por la ayuda, apoyo y enseñanzas a lo largo de todos estos años.

Finalmente, a todos quienes han compartido conmigo en este proceso de crecimiento, aportando su granito de arena para ser lo que soy hoy en día.

Tabla de contenidos

07/ Introducción

MARCO TEÓRICO

Patrimonio

- 11/ Noción de patrimonio
- 13/ Patrimonio cultural inmaterial
- 14/ Patrimonio chileno

Gastronomía

- 15/ De la naturaleza al plato
- 16/ La cultura en el comer
- 16/ Gastronomía como identidad
- 17/ La gastronomía en Chile

Salvuarda del patrimonio chileno

- 18/ La importancia de salvaguardar
- 19/ Iniciativas actuales

20/ Conclusiones preliminares

FORMULACIÓN

- 23/ Oportunidad de diseño
- 24/ Qué, por qué y para qué
- 24/ Objetivo general y específicos
- 25/ Contexto
- 26/ Usuario
- 27/ Carácter del proyecto

DESARROLLO DEL PROYECTO

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Zona geográfica

- 31/ Criterios de elección
- 31/ Zonas elegidas

Preparaciones

- 32/ Antecedentes generales
- 32/ Fuentes

Percepción gastronómica

- 33/ Entrevistas y resultados
- 34/ Ejercicio y resultados

Estudio de campo

- 35/ Terreno 1
- 37/ Terreno 2
- 37/ Terreno 3

Conceptualización del proyecto

- 39/ Qué es la «La Otra Mesa»
- 39/ Conceptos
- 40/ Antecedentes y referentes
- 42/ Naming

Diseño sitio web

- 44/ Contenido
- 45/ Categorizaciones
- 46/ Actores e interacciones
- 48/ Testeo
- 53/ Estructura de navegación
- 54/ Visualizaciones

Implementación

- 72/ Plan de financiamiento
- 75/ Organigrama
- 24/ Estrategia de difusión

81/ Conclusiones

85/ Bibliografía

Introducción

El proyecto surge a partir de mi interés por conocer la comida local sólo por el hecho de aprovechar una instancia única de probar cosas a las que probablemente no tenga acceso en otra instancia. A raíz de esto, comenzó la investigación sobre la gastronomía chilena, lo que hay detrás de cada una de las preparaciones que he probado y de las que quedan por delante. A lo largo de este proceso, comenzaron a asociarse conceptos como patrimonio, cultura, identidad, turismo, salvaguardia, que fueron dándole cada vez más peso e importancia a esas preparaciones que pueden llegar a verse sólo como alimento en un primer momento.

En esta línea, y haciendo una bajada a un contexto local, es necesario destacar que vivimos en un país que tiene mucho que decir. Chile es un país que se ha ido conformando gracias a un gran abanico de pueblos originarios, inmigrantes y el mestizaje, los cuales fueron asentándose en distintas zonas de este largo y angosto territorio. Asimismo, la geografía nacional presenta una variedad inimaginable de paisajes, climas y suelos, los cuales dieron pie al desarrollo de distintas expresiones y prácticas culturales que conforman el patrimonio tanto material como inmaterial de las comunidades. Si bien contamos con una identidad nacional que intenta abarcar y representar a todo Chile, es

importante reconocer que existen elementos locales que son reflejo de la real heterogeneidad con la que contamos, como por ejemplo y sin ir más lejos, la diversidad gastronómica. Actualmente, existe un basto conocimiento popular sobre el patrimonio oficial, que en el caso de la gastronomía, serían las preparaciones clásicas como el pastel de choclo, las empanadas o el charquicán, dejando de lado aquellas de carácter local y menos conocidas, aquellas que dejan en evidencia la riqueza multicultural chilena, aquellas que invitan a conocer los rincones de Chile

Nuestra gastronomía es para muchos, incluyéndome, un mundo que queda por descubrir, quedando en deuda su poca difusión, conocimiento y salvaguardia, labor que recae en todos nosotros. Es aquí, donde creo que desde la disciplina del diseño se cuenta con las herramientas necesarias para sacarla del anonimato y hacerla visible, reconocible y valorable, dando la posibilidad de conocer a través del paladar, el patrimonio local que espera ser conocido.

Marco teórico

Patrimonio

Noción de patrimonio

El concepto “patrimonio” tiene sus orígenes en el derecho romano, donde se hacía referencia a los bienes heredados de los padres, junto con las respectivas obligaciones y derechos. Actualmente, se define como aquella herencia que ha traspasado generaciones y que da cuenta de la manera en que se vivía una comunidad, su desarrollo y la visión de mundo. Pueden identificarse distintas categorías, como por ejemplo, la cantidad de población a la cual abarca. Según el Consejo de Monumentos Nacionales podemos encontrar:

Patrimonio mundial: Aquel que puede representar a más de una país, ignorando las fronteras gracias a la presencia de las comunidades originarias en más de un territorio.

Patrimonio comunitario o local: Aquel que representa a un grupo o asociación específica, generalmente contemplado dentro de una zona geográfica.

Patrimonio familiar: Aquellos elementos que permiten distinguir a una familia de otra, como el apellido.

Otra categoría es la procedencia del patrimonio, encontrándonos con los naturales y los culturales. El primero se entiende como los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. Por otra parte, el Patrimonio Cultural es conformado por la herencia material, creación humana visible y tangible, y la intangible, donde podemos encontrar distintas prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas de una comunidad. El patrimonio cultural es definido por la UNESCO como un «producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio» (UNESCO, 2015, p.2).



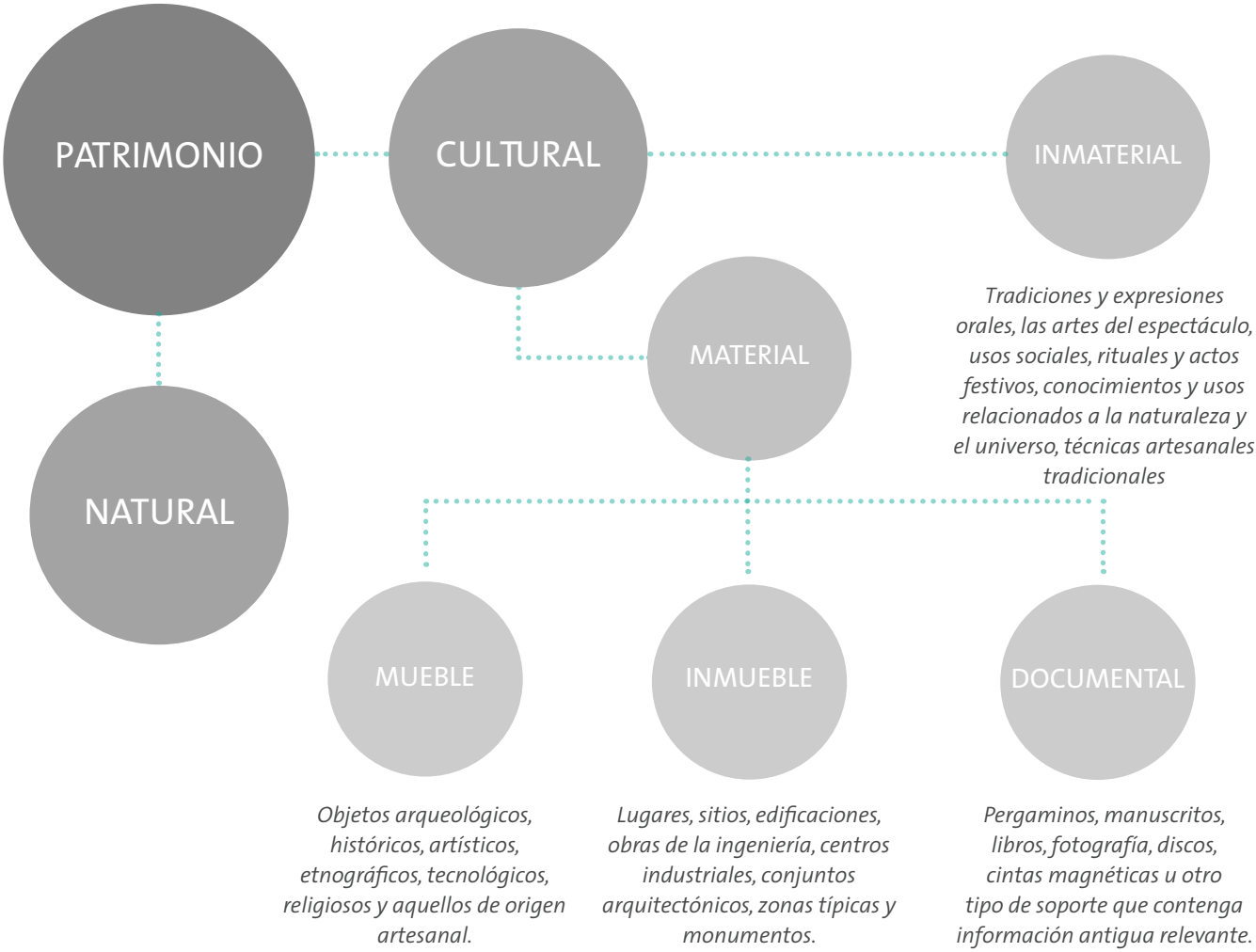
Patrimonio comunitario

Patrimonio familiar

Patrimonio mundial

Existe también una tercera categorización del patrimonio: el oficial y el local. El primero tiene relación con aquellos elementos culturales que son sustentados y promovidos por el estado y/o nación como lo son, por ejemplo la cueca, el rodeo, el pastel de choclo, entre otros. Lo anterior, se contrapone con el patrimonio local o no oficial, «aquel que nace desde lo privado, las activi-

dades y conocimientos individuales, familiares y de comunidades, que no son oficializados ni aprendidos institucionalmente» (Marsal, 2012, p.4), aquel que muestra la riqueza y diversidad presente en Chile.



..... Clasificación de patrimonios, adaptación de
 Herramientas para la gestión cultural local.
 Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014

Patrimonio cultural inmaterial

Dentro del patrimonio cultural, podemos encontrar el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) que, como su nombre lo dice, son las manifestaciones intangibles que a través de la tradición, hábitos y costumbres, representan la herencia cultural de una comunidad o país, siendo elementos de identificación y ratificación de la identidad. Dentro de las características que rodean a estas manifestaciones, podemos encontrar:

Atemporal: Las tradiciones pueden ser tanto una herencia que ha logrado sobrevivir generaciones, como otras de carácter contemporáneo.

Integrador: Si bien parte del PCI va sufriendo modificaciones como respuesta al entorno, sigue siendo un elemento de cohesión entre comunidades.

Representativo: El PCI adquiere valor no por ser un elemento diferenciador, sino que por surgir a partir de las comunidades.

Basado en la comunidad: El PCI tiene valor siempre y cuando sea reconocido por las mismas comunidades, las cuales lo crean, adoptan, mantienen y transmiten de manera genuina.

Este patrimonio es una manifestación colectiva que permite, contribuye y promueve un sentido de pertenencia y de diversidad cultural. Lo anterior posibilita hacer frente a la creciente y acelerada homogeneización provocada por la globalización, fortaleciendo la identidad, incentivado globalmente por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

*Chile cuenta con más de
18 variedades de bailes
nacionales, de norte a sur,
y 8 tipos de cueca.*

Patrimonio chileno

El patrimonio cultural con el que cuenta Chile es resultado del desarrollo de distintos pueblos que se fueron asentando a lo largo de nuestro territorio, el cual, asimismo, nos ofrece un rico patrimonio natural. A grandes rasgos es posible identificar dos entidades encargadas de apoyar, reconocer y difundir el patrimonio nacional:

1. El Consejo Nacional de las Culturas y las Artes, el cual procura poner al alcance de la población el patrimonio cultural y promover la participación ciudadana en la vida cultural del país.

2. Consejo Nacional de Monumentos Nacionales, que otorga protección, conservación, supervisión, autorización a intervenciones, proyectos y préstamos de bienes patrimoniales que destacan por su importancia científica, cultural, natural, histórica, etc.

Una de las labores más relevantes de estas entidades es el Día del Patrimonio Cultural, el cual se ha desarrollado desde el año 2001 y que permite a la ciudadanía acercarse, conocer y recorrer el patrimonio nacional, abriendo las puertas a edificios estatales, museos, bancos y entidades privadas. Esta actividad anual refleja no sólo la gran cantidad de patrimonio con el que contamos, sino que el nivel interés ciudadano por conocerlo, ya que el año 2017 más de 1.800.000 personas asistieron a las distintas actividades a lo largo de todo el territorio.

Afiche Día del Patrimonio Cultural de Chile 2017.
Fuente: www.diadelpatrimonio.cl, mayo 2017.



Gastronomía

De la naturaleza al plato

El hombre, como otros animales, para obtener alimento se dedicaba a la recolección y la caza de los que su entorno natural le proveía. Sin embargo, a medida que iba aumentando la población, y con ello la necesidad de más alimento, fueron surgiendo las comunidades dedicadas a manipular de manera más controlada sus recursos, iniciándose así la ganadería y la agricultura, siendo un “momento de ruptura e innovación, como el salto decisivo que forma al hombre civilizado separándolo de la naturaleza” (Montanari, 2004, p.12). Esto marcó dos grandes maneras de desenvolverse con la naturaleza: seguir el ritmo de ésta o marcar el propio, desafiándola con medidas como la introducción de nuevos cultivos provenientes de otras zonas.

A partir de la domesticación de la naturaleza, surgió la posibilidad de seleccionar aquello que se quería comer, ya sea por la posibilidad de producción, su aporte nutricional o preferencias ligadas a valores, significados y gustos de la comunidad. El sistema alimenticio de las distintas comunidades surge en la transformación de lo natural, mediante la cocción y la mezcla de ingredientes en algo nuevo, modificando los colores, texturas, sabores, consistencias y temperaturas, siendo, según Montanari (2004), producto de un proceso de domesticación, transformación y reinterpretación de la naturaleza, un proceso cultural.



Chile cuenta con 32 recursos fitogenéticos, de los cuales sólo 6 son de origen nativo.

La cultura en el comer

Cuando hablamos de la cultura que gira entorno a la comida, es importante precisar por qué. Según Montani (2004) y Montecino (2005) la cultura se manifiesta, en primer lugar, en el momento en que el hombre deja de depender de la captura o recolección y empieza a ser productor. Se manifiesta en el momento en que decidimos qué queremos comer, dejando en evidencia una preferencia por los productos que la naturaleza nos ofrece y por aquellos otros que decidimos tener. La cultura se evidencia al momento de preparar el alimento, porque el uso de fuego, utensilios y mezclas dan indicios del desarrollo, necesidades y preferencias de las comunidades. La comida también es cultura cuando se consume porque elegimos lo que queremos comer, ya sea por criterios en la línea de la economía, la nutrición o el simbolismo.

Si bien el comer es reflejo de múltiples decisiones, maneras de vivir, el desarrollo y visión de mundo, como vimos anteriormente, en el diario vivir es un acto cultural inconsciente y sin una reflexión constante, que muchas veces pasa desapercibido, ya que es fruto de una herencia de criterios de valoración de ciertos alimentos y preparaciones. En el caso de Chile, la herencia gastronómica tiene su origen en el mestizaje entre los pueblos indígenas y el español, para ir incorporando después a otros pueblos europeos como el alemán e italiano y seguir evolucionando en la actualidad gracias a la globalización y el contacto con otras culturas.

Gastronomía como identidad

Los dichos «dime qué comes y te diré quién eres» o «dime cuánto comes y te diré quién eres» son reflejo del valor de la comida en la sociedad. A lo largo de la historia, las costumbres alimentarias del hombre han sido utilizadas como medio para expresar y comunicar la identidad social, pudiendo distinguir a los guerreros de los príncipes, a los obispos de los caballeros o campesinos. Sin embargo, también existe el ámbito geográfico que determina costumbres e identidad, conocido como el «comer geográfico», expresión del geógrafo francés Jean- Robert Pitte (Montanari, 2004, p.81).

Reconocer especialidades, recetas y los recursos locales, surge entre los siglos XVIII y XIX con la intención de consolidar las identidades nacionales y se potencia, actualmente, para hacer frente a la globalización. La uniformidad de consumo en la industria alimentaria se fortalece y avanza a pasos agigantados, reafirmando la importancia y la riqueza de las diferencias locales. Un ejemplo de esto, expresado en «La Comida como Cultura», es el manjar blanco, el cual se encuentra en libros de toda Europa, pero con una cantidad de variantes tan grande como la cantidad de localidades que lo preparan, haciéndolos únicos en su tipo.

Dado lo anterior, podemos decir que el sistema alimenticio contiene y transporta la cultura de quien la practica, es depositario de las tradiciones y la identidad del grupo y, «constituye por lo tanto un extraordinario vehículo de autorepresentación» (Montanari, 2003, p.11).

*«Con sentidos propios en cada realidad local, se conjuntan y disyuntan para especificar gestos humanos que hablan de las identidades y de la producción inagotable de lo cultural, expresada en la cocina.»
Montecino, 2005, p.9*

La gastronomía en Chile

En Chile, el escenario gastronómico está en constante evolución, sobretodo con la percepción de los chilenos hacia las preparaciones nacionales. Por una parte, Carlos Reyes Medel (2016), deja en evidencia una idea generalizada sobre la inexistencia de la cocina chilena, ya sea por la comparación con otras que pueden verse más representativa de otros pueblos, como podría ser la pasta en Italia, o por la contraposición con otras naciones o comunidades con mayor antigüedad, trayectoria e historia. Sin embargo, es importante reconocer que Chile cuenta con una gran despensa con variedad en cereales, recursos pesqueros, agrícolas y ganaderos, gracias a la geografía con la que contamos.

Asimismo, nuestra historia se ha ido constituyendo bajo la influencia de pueblos originarios y colonos diversos, por lo que la idea de una cocina pobre o inexistente, sería errónea. En parte, lo anterior puede ser resultado de

la activa y masiva promoción del patrimonio oficial, sesgando lo que vendría siendo nuestro real patrimonio, dejando lo local, comunitario de lado, el que muestra la riqueza y diversidad presente en Chile.

Por otra parte, en paralelo con el creciente interés de la población por la gastronomía chilena, gracias al esfuerzo por parte de antropólogos, chefs nacionales y medios de comunicación, se han ido sacando los platos tradicionales del ámbito doméstico y de consumo, llevándolo a un plano cultural, presentando las distintas preparaciones propias de las distintas localidades de norte a sur y de mar a cordillera principalmente mediante diversos programas en canales televisivos nacionales. Lo anterior da pie para ampliar el recetario nacional, más allá de la cazuela, la carbonada, el charquicán o las empanadas, presentados anteriormente, haciendo frente a la idea de una “cocina rústica y sin personalidad”.



Salvuarda del patrimonio

La importancia de la salvuarda del patrimonio

Para que el PCI siga vivo y pueda seguir evolucionando y siendo transmitido, es importante tener estrategias para que las distintas comunidades puedan salvuardar sus manifestaciones. Para lo anterior, es que la UNESCO realizó el 2003 la Convención para la Salvuarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. En esta convención se tenía como objetivos:

1. La salvuarda del PCI.
2. El respeto por el PCI de las distintas comunidades, grupos e individuos.
3. La sensibilización a la importancia del PCI y de su reconocimiento recíproco.
4. La cooperación y asistencia internacional.

El conjunto de medidas sugeridas implica un orden secuencial para una correcta comprensión de los distintos elementos patrimoniales. En primer lugar, se sugiere la identificación y la descripción de los elementos, siguiendo así, con la realización de un inventario y do-

cumentación. Una vez identificadas estas expresiones, es importante investigar y conocer en profundidad los elementos en su contexto cultural con una perspectiva integral. Posteriormente, se busca facilitar y fortalecer las dinámicas dentro de las comunidades para proteger y preservar el patrimonio a lo largo del tiempo.

Para la promoción del PCI, son necesarias las acciones de visualización y sensibilización para poder generar el reconocimiento y valorización dentro de las comunidades, haciendo posible la reactivación de las prácticas y su posterior transmisión mediante la enseñanza tanto formal como informal.

La protección del patrimonio cultural no presenta un incentivo meramente desde el ámbito cultural, sino que también desde la arista de la economía, en parte, por el desarrollo del turismo.



«Lugares que hablan», programa emitido por Canal 13, donde se recorren diversos lugares y rincones de Chile, dando a conocer sus diversas historias y costumbres.
Fuente: www.t13.cl, abril 2015.

Iniciativas actuales

Actualmente, en nuestro país contamos con diversas iniciativas que buscan aportar en la salvaguarda del patrimonio nacional. Una de las más reconocidas, es el Día del Patrimonio Cultural, el cual se realiza el último domingo del año desde el año 2001. La última versión del presente año, contó con la realización de actividades que involucran barrios típicos, juegos tradicionales, degustación de comidas típicas, seminarios, recorridos por barrios y edificios patrimoniales públicos y privados como el palacio La Moneda, Palacio Cousiño o el Servicio Médico Legal. Lamentablemente, si bien durante ese día se congregan más de un millón y medio de personas, es una instancia que se presenta una vez al año. Por el contrario, contamos con iniciativas provenientes de privados, canales de televisión específicamente, que detectaron el interés de los chilenos por conocer distintas aristas de nuestra cultura, ya sea por paisajes, flora, fauna, gastronomía, etc. En esta categoría, podemos

encontrar los programas “Sabingo” y “Lugares que hablan”, los cuales son transmitidos principalmente los fines de semana.

En un tercer formato, encontramos publicaciones digitales, principalmente desde el Consejo de la Cultura y las Artes, relacionadas a la poesía, fiestas religiosas, educación, lenguas, gastronomía típica, local y originaria, tales como “Tesoros humanos vivos”.

En relación directa con la salvaguarda de la gastronomía nacional, podemos nombrar “Cocineros chilenos”, “Recomiendo Chile”, “Frutos del país” en formato documental o programa televisivo; el “Arca del gusto”, “Patrimonio Alimentario de Chile” como documentos online y análogos y “Tu historia, tu receta” o “El menú de Chile” en formato de concurso



..... Iniciativas culturales que buscan cuidar y
..... preservar el patrimonio local.
..... Fuente: www.cultura.gob.cl

Conclusiones preliminares

Como se presentó anteriormente, Chile cuenta con una riqueza cultural única, con un interés por parte de la ciudadanía que va en aumento al igual que las iniciativas que buscan exponerla a nuestro patrimonio cultural. Sin embargo, faltan aquellas que nos acerquen de manera efectiva, como lo es el Día del Patrimonio Cultural.

En el ámbito de la gastronomía, podemos ver que de a poco vamos ampliando el repertorio gastronómico, dejando de ver el patrimonio gastronómico oficial como único, ya que cada vez va adquiriendo más valor como elemento cultural. Ante lo anterior, se hace necesario comenzar a verlo como propio, identitario y diferenciador y para eso, hay que promoverlo para hacerlo asequible.

Formulación

Oportunidad de diseño

La oportunidad de diseño surge a partir de la convergencia de diferentes factores: Por una lado, contamos con una multiculturalidad que se ve opacada por una fuerte presencia de un imaginario gastronómico de acotadas preparaciones que la sociedad chilena habitualmente considerada como representativa, quedando otras expresiones, como las locales, poco conocidas, pudiendo perderse haciendo necesario su reconocimiento y difusión.

Por otro lado, ha surgido desde la población chilena, un importante y creciente interés por conocer la cultura nacional de todos los rincones y sus distintas expresiones, lo cual explica la abundancia de programas televisivos orientados a difusión cultural. Sin embargo, estas iniciativas presentan ineficiencias en cuanto al formato y a la información para poder acceder de manera efectiva a las preparaciones que se desarrollan en un contexto local.

En este contexto, existe un potencial de desarrollo para un sistema que ayude a identificar, documentar y difundir preparaciones locales, para contribuir así, a su acervo cultural gastronómico.



Formulación

QUÉ

Sistema colaborativo de documentación y difusión de patrimonio cultural inmaterial gastronómico que vincula distintas localidades con sus preparaciones típicas

POR QUÉ

Existe un gran desconocimiento por parte de los chilenos sobre las preparaciones locales debido a su poca documentación y difusión, pese a que el Chile actual presenta cada vez mayor interés por conocer las expresiones que actúan como reflejo de nuestra multiculturalidad y está en búsqueda de nuevas experiencias.

PARA QUÉ

Contribuir al reconocimiento y salvaguarda de los sabores autóctonos como manera de fortalecer la cultura e identidad local, mediante al desarrollo de experiencias gastronómicas.

Objetivos

GENERAL

Dar a conocer y facilitar el acceso a preparaciones y sabores autóctonos de distintas localidades de Chile, los cuales son reflejo de la geografía local y de sus expresiones culturales, para así salvaguardarlos por medio de experiencias participativas como el comer.

ESPECÍFICOS

- i.** Documentar y difundir preparaciones locales chilenas.
- ii.** Mejorar el acceso a la gastronomía típica local.
- iii.** Colaborar con la descentralización de la cultural gastronómica en Chile.

Contexto

El contexto general donde se desarrolla el proyecto es un Chile que siente cada vez más curiosidad e interés por la cultura local y por fortalecer una identidad, lo cual es potenciado por iniciativas desde los ámbitos gubernamentales y privados que actualmente exponen la realidad, costumbres, rituales y singularidades locales.

Por otra parte, tiene lugar en un contexto de viaje o excursión, donde se presenta la posibilidad de conocer la cultura local a partir de la gastronomía.



Usuario

Como característica transversal, el usuario es principalmente chileno, ya que según estudios del INE (2013) y SERNATUR (2012), durante el año 2013 más de 6 millones de chilenos viajaron a lo largo de Chile, realizando más de 13 millones de viajes anuales, generándose un escenario ideal para potenciar la difusión y consumo de nuestra gastronomía. Por otra parte, el proyecto busca cambiar nuestra idea generalizada, expuesta anteriormente, sobre la inexistencia de la cocina chilena.

Usuario 1

El principal usuario se caracteriza por disfrutar de la gastronomía, la cocina gourmet y especialidades locales de manera amateur dentro de un contexto de viaje o excursión, buscando siempre el dato, recomendaciones y 'picadas' dónde comer. Ven la comida como única y característica de cada lugar, pudiendo reconocer en ella la cultura del lugar. Pertenece a la generación que se encuentra entre los 20 y 35 años, la cual presenta un limitado conocimiento sobre la gastronomía chilena, tanto la perteneciente al patrimonio oficial como aquella local menos conocida y que, sin embargo, presenta un gran interés por conocerla y experimentar cosas nuevas. También hacen un alto uso y provecho de la tecnología, debido a la cantidad de información que ésta provee, la rapidez, portabilidad y disponibilidad. Finalmente, valoran las recomendaciones de terceros, ya sea a través de plataformas web de reseñas, llegando a generarlas ellos mismos, o de lugareños del lugar donde se encuentren.

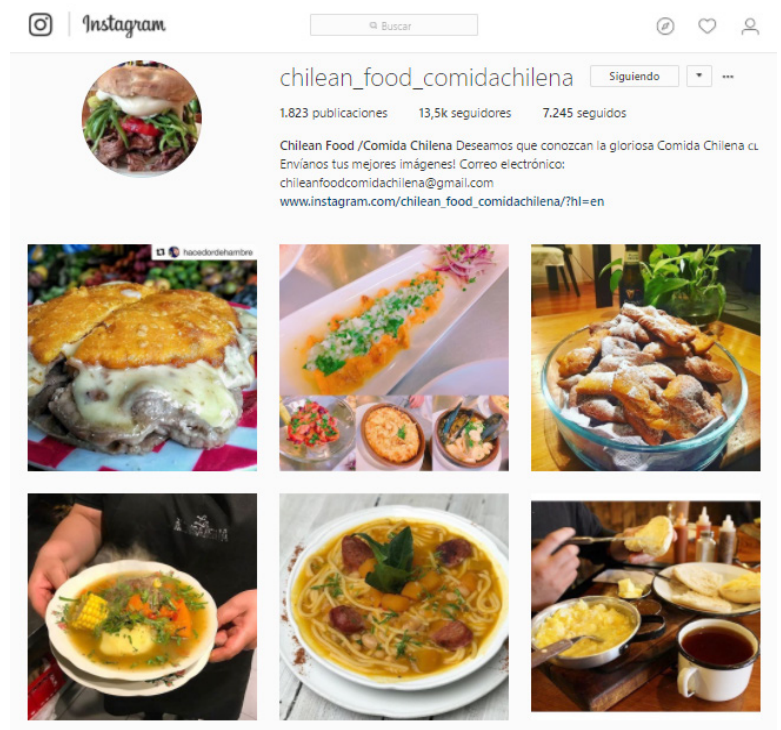
Usuario 2

Los usuarios secundarios son aquellos que simplemente buscan un lugar recomendado para comer en el contexto de un viaje o excursión, sin atribuirle un mayor valor cultural a la experiencia gastronómica.

Usuario 3

El tercer usuario, es aquel que busca conocer las preparaciones chilenas por cultura más que por necesidad de consumo. Busca conocer el contexto cultural y social que rodea a las preparaciones.

«Chilean Food_ Comida chilena» es una iniciativa desarrollada en Instagram que busca mostrar las preparaciones típicas chilenas mediante el registro propio y de usuarios. Se utiliza como referencia la cantidad de usuarios que presentan interés en la comida nacional, cantidad que bordea los 13.000 personas en un año



Carácter proyecto

A partir de la formulación, se desprende el carácter del proyecto, el cual actuará como hilo conductor para la toma de decisiones relacionadas a los aspectos formales, gráficos, de contenido e interacciones del proyecto para lograr cumplir con los objetivos planteados a partir del resultado del levantamiento de información.

El objetivo principal del proyecto es el de aportar a la conservación y salvaguardia del patrimonio gastronómico local chileno mediante su detección, documentación, difusión y degustación, siendo un pilar fundamental la colaboración. Colaboración entre el usuario, las comunidades y la plataforma. A partir de la salvaguardia patrimonial, es posible fortalecer la identidad culinaria.

Concretamente, el proyecto busca relacionar las distintas localidades con sus preparaciones y hacerlas asequibles para quienes busquen y estén interesados en conocer las expresiones culturales propias de cada localidad, facilitando el acceso a estas. Si bien cuenta con características de guía por la información práctica sobre la disponibilidad de las preparaciones dentro de un contexto, su fuerte recae en el valor de la salvaguarda cultural participativa.

Desarrollo del proyecto

Levantamiento de información

Esta etapa inicial de desarrollo del proyecto comienza con la delimitación de la zona geográfica para realizar la etapa inicial de ésta, tomando como principales criterios la logística por distancia y hacer más evidente la existencia del patrimonio oficial y el local.

Posteriormente, existe una búsqueda bibliográfica para poder identificar preparaciones locales y por ende, localidades, las cuales serían parte del contenido inicial de la plataforma a desarrollar. Una vez obtenido el levantamiento preliminar de preparaciones, se realiza un levantamiento de información a partir del usuario

conocer la real relación entre los chilenos y su relación con nuestra gastronomía.

La segunda etapa, consiste en un trabajo en terreno, donde se evaluará la real existencia de las preparaciones y el valor que éstas tienen a nivel local. Seguido de esto, se hace registro de información mínima relacionada con la preparación (nombre, ingredientes, ubicación del local donde se adquirió) y uno fotográfico. Esta etapa es esencial para validar la relevancia y pertinencia del proyecto.

Zona geográfica

Criterios de elección

La elección de una zona geográfica sobre la cual trabajar en la etapa inicial del proyecto se sustenta en tres puntos. En primer lugar, como se menciona en el marco teórico, tanto en Chile como en el resto del mundo, es posible identificar dos tipos de patrimonios: el oficial y el local. En el caso de la gastronomía nacional, el patrimonio oficial se concentra en la zona central del país, es decir, entre la Quinta y Séptima región. Lo anterior implica que la mayoría de las preparaciones consideradas como típicas chilenas, son más bien representativas de 4 regiones más que de todo el territorio, generando un imaginario colectivo que limita nuestra oferta gastronómica y nuestro vasto patrimonio culinario a unas pocas representantes. Bajo esta misma premisa, identificar preparaciones a nivel local que pertenezcan a esta zona que se alejen de las consideradas “típicas”, dejaría en evidencia la riqueza del patrimonio no oficial, el patrimonio menos conocido y reconocido.

Por otra parte, un estudio realizado por el SERNATUR (2012) reveló que en cuanto al turismo interno, es decir aquel realizado por chilenos en territorio nacional, el mayor porcentaje de población viajera se concentra en la región Metropolitana, siguiendo la región de Valparaíso y la del Bío Bío. Asimismo, privilegiando lugares cercanos al de residencia, siendo los principales el Lito-

ral central (11,4%), Valparaíso/Viña (8,9%) y La Serena/Coquimbo (4,5%).

Finalmente, la cercanía de estas localidades es clave para la logística para llevar a cabo el trabajo en terreno las veces que sean necesarias, ya que implica una menor cantidad de recursos.

Zonas elegidas

Finalmente, una vez realizado el levantamiento de información inicial de preparaciones, se agrupan y detectan ciudades donde exista una concentración de estas para poder así, conocer y documentar la mayor cantidad de éstas, quedando concentradas en la Región de Valparaíso y Metropolitana. Si bien son regiones colindantes, gracias principalmente a la geografía, cuentan con flora y fauna única, lo que da pie para una cocina distinta y representativa.

Preparaciones

Antecedentes generales

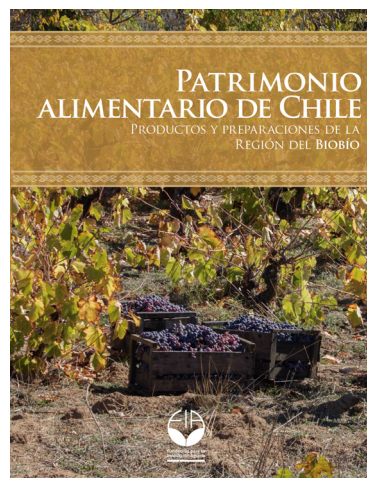
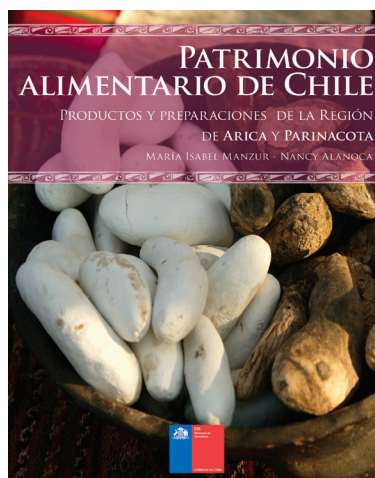
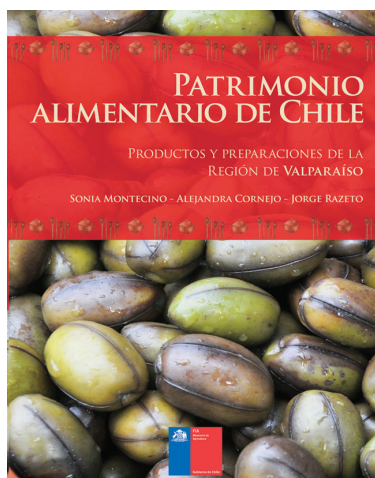
Cuando hablamos de preparaciones, no sólo nos referimos al plato listo que estamos por llevar a la boca, sino que hacemos referencia a la tradición local, su historia, sus recursos, su identidad, haciéndolos únicos. Por lo anterior, es que uno de los criterios a utilizar para identificar y comenzar a registrar es el criterio de la materia prima con la que cuenta una localidad, como podría ser la palta en Hijuelas, la sandía en Paine o el maqui en Juan Fernández.

Fuentes

Se realizó una búsqueda preliminar de preparaciones, con el objetivo tener un catastro para su posterior búsqueda en terreno. Se utilizaron fuentes impulsadas principalmente desde entidades gubernamentales como la Fundación para la Innovación Agraria y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, tales como Patrimonio Alimentario de Chile y El Arca del Gusto, ya que presentan como catálogo de productos agropecuarios a nivel nacional, para luego presentar las preparaciones que surgen como fruto entre el punto de encuentro entre lo que la tierra provee y cómo la comunidad lo toma y transforma en cultura. Si bien existen otras iniciativas y plataformas donde es posible acceder a preparaciones locales, no existe manera de comprobar su veracidad o el nivel de actualización de la información entregada.

«El lenguaje de la cocina, como lo han señalado varios autores, es un código fecundo para escudriñar en las estructuras sociales y en las múltiples relaciones que las componen, pero sobre todo es una manera para decir «quiénes somos» desde una gramática donde los procedimientos para cocinar, los condimentos que se usan, los alimentos que elegimos, la forma en que los consumimos «hablan» de nuestra pertenencia social.»
(Montecinos, 2005. p.16)

Ediciones de «Patrimonio alimentario de Chile»
según regiones.



Percepción gastronómica

Entrevistas

A través de una entrevista en profundidad a 50 personas de distintos rangos etéreos, se buscó profundizar en cómo es la relación entre los chilenos y la gastronomía nacional.

Las preguntas se agrupan en primer lugar, en la relación directa de la gente con la gastronomía, develando cuáles son las preparaciones que reconocen como chilenas, con qué conceptos las relacionan, en qué contexto las consumen, cómo las conocieron y si efectivamente las perciben como reflejo de nuestra cultura e identidad.

El segundo agrupación de preguntas apuntan a conocer el interés que presentan por conocer y aproximarse a la gastronomía nacional, sobre todo la local. Cómo se enteran de estas preparaciones, cómo acceden a ellas y si reconocen un valor cultural en ellas.

Finalmente, se busca reconocer la información que consideran relevante al momento de buscar qué y dónde comer, junto al formato que consideran más cómodos, eficientes y confiable.

Resultados

Como resultado de la realización de la encuesta, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- 1. Las preparaciones y conceptos que se relacionan con la comida chilena se concentran en la zona central de Chile, específicamente con zonas rurales.** Las preparaciones más mencionadas son el pastel de choclo, la empanada de pino, la cazuela, humitas y mote con huesillo, entre otros, mientras que se asocia a conceptos como 'casero', 'de campo', 'de invierno'.
- 2. La comida chilena es consumida generalmente en fiestas patrias o en casa de familiares,** siendo estos últimos, sobre todo quienes tienen más edad, quienes se encargan de prepararla y que esté presente en la mesa.

3. La mayoría de los entrevistados considera que **la comida sí es reflejo de la cultura local** y es por eso, que ven en la comida, la oportunidad de conocer el lugar.

4. El consumo de información relacionado con la gastronomía nacional se vincula con **plataformas web de reseñas o con recomendaciones de personas** que han ido previamente al lugar o directamente con los lugareños.

5. La información más relevante al momento para facilitar el acceso a las preparaciones son **recomendaciones, precios, ingredientes e imágenes** de las mismas.

6. El formato más utilizado y preferido es **digital**, por su rapidez, asequibilidad y nivel de actualización.



Ejercicio

Junto con la entrevista, se realiza un ejercicio que pretende identificar qué preparaciones de la zona central son han sido probadas, las que sólo se conocen por nombre, las que no se conocen y, en el caso de las últimas dos, las que a la gente sí les gustaría probar. El ejercicio contaba con un listado de 132 preparaciones, incluyendo bebestibles, entradas, platos de fondo, masas, dulces y postres.

2. Ante preparaciones desconocidas, se expresaba lo necesario que era presentar, aparte del nombre de la preparación, sus **ingredientes principales e imágenes**.

3. Se confirma que la mayoría de las preparaciones más conocidas pertenecen a la **zona central de Chile**.

Resultados

Como resultado de la realización del ejercicio, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

1. Existe una diferencia en la **relación con la gastronomía nacional que depende del rango etáreo**. Quienes tienen sobre 40 años, presentan un mayor conocimiento de preparaciones, han probado y reconocen una mayor cantidad que aquellos que tienen entre 20 y 35. Sin embargo, son estos últimos, pertenecientes a la generación millennial que expresan un mayor interés en conocer y probar nuevas preparaciones.

Categorización de las preparaciones:
Incorporación gatillada por la confusión por parte de los entrevistados por la poca claridad e información otorgada por los nombres de las preparaciones.

Preparaciones probadas:
Preparaciones reconocidas sólo por nombre
Preparaciones no reconocidas
Preparaciones que el entrevistado considera atractivas para probar (marcadas en el caso de no conocerlas o no haberlas probado).

| Bebestibles | | | | | |
|-----------------|---|---|--|---|---|
| Ponche de culén | | | | X | |
| Ulpo | | | | X | |
| Café de trigo | | X | | | |
| Chacolí | | | | X | |
| Pipeño | X | | | | |
| Chicha | X | | | | |
| Mistelas | | X | | | X |
| Agua de maqui | | | | X | X |

Estudio de campo

Terreno 1 / Hijuelas, La Calera y La Cruz

A partir del levantamiento de información inicial de preparaciones, fueron agrupadas según localidades de procedencia. Bajo este criterio, la primera localidad con la cual se decidió trabajar fue Hijuelas, ya que concentra al menos tres preparaciones locales: calugas de lúcuma, palta reina y sopa de palta.

Una vez allá, se hizo un recorrido inicial para ver con que contaba la ciudad, encontrándonos con una feria en la plaza central, un restaurante que se encontraba cerrado, un par de almacenes y una panadería. Posteriormente, se le consultó a los lugareños sobre sus recomendaciones para comer ahí, preparaciones típicas locales. Las respuestas caían en lugares comunes como la cazuela y pastel de choclo, detectando que al utilizar la palabra “típico”, la relacionaban inmediatamente con aquellas preparaciones pertenecientes al patrimonio oficial, obviando factor el de localidad.

Luego de consultar a 4 lugareños por recomendaciones, se decidió preguntar directamente por las preparaciones que se tenían inicialmente (calugas de lúcuma, palta reina y sopa de palta). Sin embargo, las respuestas indicaron que esas preparaciones no eran conocidas por quienes vivían ahí, generando un contraste entre el levantamiento de información bibliográfico con aquel realizado en terreno. Las preparaciones obtenidas a partir de documentos oficiales no eran reflejo de la realidad e identidad local.

Siguiendo la recomendación de 3 personas, nos dirigimos La Calera, donde aseguraban encontraríamos alguna preparación local. De esta ciudad no se contaba con información previa, por lo que optamos por hacer nuevamente un recorrido general y consultar a transeúntes y locales comerciales que ofrecían comida por preparaciones locales, sin obtener mayor información. Sin embargo, en un restaurante, se mencionó la existencia de una localidad alemana que contaba con un local que ofrecía calugas de pescado (preparación existente en el listado preliminar de la Región de Valparaíso), La Cruz. Una vez allá, con la dirección exacta gracias al mesero de La Calera, llegamos a la primera preparación. Afor-



Fotografías de las localidades visitadas en el estudio de campo: La Calera, Hijuelas, La Cruz, Pomaire, Melipilla, El Quisco e Isla Nega

tunadamente, el local también ofrecía torta helada de lúcuma, fruto característico de la zona.

Finalmente, una vez comenzando el camino a Santiago, nos encontramos con un almacén, el cual vendía lúcuma y decidimos bajarnos a ver si tenían productos derivados de ésta. Fue ahí donde la vendedora dejó en evidencia que la mayoría de las preparaciones hechas en base a productos locales como la misma lúcuma, la chirimoya o la palta, se desarrollaban en la intimidad del hogar más que de manera comercial. Junto a esto, comprendimos la ventaja que podría tener basar la búsqueda en la materia prima más que en preparacio-

nes de las cuales teníamos conocimiento.

Como conclusión de esta primera salida a terreno, encontramos que:

1. La gente vincula “comida típica local” con la comida vinculada al patrimonio oficial, es decir, la que se percibe como “chilena”. Mientras que al preguntar únicamente por la “comida local”, la relacionan con aquella que consideran propia de la localidad.
2. Existe una discordancia entre lo que la bibliografía documenta como comida local patrimonial con la realidad.



... Fotografías de preparaciones locales tomadas para utilizarlas en las plataformas online.

Terreno 2 / Pomaire y Melipilla

Como segunda experiencia en terreno, se volvió a consultar a lugareños y a locales comerciales por preparaciones locales. Sin embargo, en este caso era evidente que las recomendaciones de los locales era sesgada, porque había interés únicamente por vender. Es así, como se reafirmó la importancia de reseña de los lugareños, quienes no sólo sabían sobre las preparaciones que los representaban como comunidad, sino que también dónde podríamos encontrarla según distintos criterios: precio, comodidad, cercanía. Por otra parte, las recomendaciones provenían generalmente de personas sobre 40 años de edad, reafirmando que la relación con la gastronomía local es más cercana.

En esta oportunidad logramos conocer, documentar y degustar las tablillas, empanada de kilo, cazuela de pava, licor de apio y mistelas en Pomaire, y las lanchitas en Melipilla.

Terreno 3 / El Quisco e Isla Negra

Como tercer terreno, fue más sencillo llegar a las preparaciones locales, ya que se excluyeron factores como la materia prima y las recomendaciones de funcionarios de locales comerciales, haciendo más genuina la experiencia, comiendo lo que realmente identifican los lugareños como propio.

Como en ningún otro trabajo en terreno, se vio reflejada la importancia de ciertos eventos o entidades sobre la cultura o sello local, como lo es la figura y obra de Pablo Neruda en Isla Negra, influyendo en el nombre de las calles, centros culturales hasta en la gastronomía.

Fotografías representativas de las localidades visitadas en el trabajo en terreno para contextualizar al usuario en la plataforma web.





Mapa que indica los puntos donde se realizó el trabajo de campo en las Regiones de Valparaíso y Metropolitana

Conceptualización del proyecto

Qué es «La Otra Mesa»

«La otra mesa» es una plataforma web, cuyo principal objetivo es la documentación y difusión del patrimonio cultural inmaterial gastronómico chileno de carácter local, cuyo contenido se desarrolla de manera colaborativa por parte de los distintos usuarios. La bajada formal como página web se debe a los principales intereses y exigencias de este usuario que se ve atraído por la cultura, la gastronomía y con ser un agente que aporte a su salvaguardia: la asequibilidad, la rapidez y la cantidad y calidad de información. Si bien se evaluó el desarrollo de una aplicación para cumplir con lo anterior, ésta requiere una descarga previa, lo que genera una barrera de acceso principalmente por el desinterés por tener una aplicación de uso ocasional o la imposibilidad de descarga por el uso de memoria en dispositivos móviles

Conceptos

La identidad visual de «La otra mesa» es la imagen que representará al proyecto, le otorgará carácter, lo diferenciará y posicionará. Para lo anterior es necesario identificar cuáles son los conceptos que deben ser representados y plasmados.

- 1.** En primer lugar, tenemos el concepto 'cultura', del cual se desprende el patrimonio y la identidad. Como se ha mencionado anteriormente, Chile cuenta con una multiculturalidad inigualable que se ve opacada por el patrimonio oficial, por lo que es necesario alejarse de los elementos gráficos que hagan alusión a éste.
- 2.** Por otra parte, tenemos la gastronomía, que es el medio por el cual se refleja la multiculturalidad nacional. Será plasmada de manera fotográfica con el fin de utilizar el atractivo visual que otorgan los colores, texturas y temperaturas de las preparaciones como elemento de interés y de persuasión para que el usuario quiera llegar a estas.
- 3.** El carácter colaborativo tiene que estar presente, visible y asequible para el usuario a lo largo de toda la plataforma, con el fin de incentivar la participación.

Antecedentes y referentes

Patrimonio *This is Chile*



Iniciativa sin fines de lucro que busca dar a conocer particularidades de distintas zonas de Chile, tales como tradiciones, paisajes, costumbres, gastronomía, entre otro a través de material audiovisual y fotográfico.

Gastronomía *Guía de picadas carreteras*



Guía que rescata las mejores picadas carreteras, exponiendo las preparaciones destacadas del local, rango de precios, horarios y disponibilidad de servicios como estacionamientos y baños.

Gastronomía *Patrimonio Alimentario de Chile*



Publicaciones que dan a conocer la historia, alimentación y distintos productos propios de la zona, junto con su descripción, forma de recolección y consumo de distintas regiones de Chile.

Formato *Parques Nacionales*



Plataforma online de intercambio de información relacionada a parques nacionales, paseos al aire libre y vida outdoor en Chile. El contenido se genera a partir de la colaboración de los distintos usuarios mediante su sitio web y redes sociales (Instagram y Facebook)

Difusión de lo local *The secret food tour*



Tours realizados en grandes ciudades de Europa por lugareños, quienes comparten sus conocimientos relacionados a la cultura gastronómica y su historia con los turistas con el fin de dar a conocer aquello que los refleja culturalmente desde lo local.

Difusión de lo local *Atlas obscura*



Atlas Obscura es una guía construida de manera comunitaria que muestra los atractivos desconocidos de distintos lugares del mundo. Se enfoca en aquellos memoriales, paisajes, esculturas, anécdotas que no se encuentran en las guías comunes o internet.

Difusión de lo local *ChileTur Copec*



Guía de carácter anual sobre los principales atractivos de cada zona, mapas ruterios y sitios de interés de Chile según zona geográfica.

Naming

«La otra mesa» surge a partir de la asociación de tres conceptos que se consideran los pilares del proyecto: patrimonio, comida y diversidad. La mesa se eligió como recurso para hacer alusión a la comida, al acto de comer, de compartir. Cuando nos referimos a una otra mesa, hablamos de aquello distinto, aquello que se enfrenta al anteriormente mencionado “patrimonio oficial”.

Desarrollo

TASTINGCHILE

TASTINGCHILE

Ven y descubre un nuevo sabor chileno

**LA OTRA
MESA**

**LA OTRA
MESA**

**LA OTRA
*MESA***

**LA OTRA
MESA**



Construcción isologo



Variaciones



Paleta cromática



PANTONE BLACKC

C: 63%

M: 62%

Y: 59%

K: 94%

Tipografía

Perejil

La tipografía chilena utilizada para el logo es Perejil, ya que busca reflejar el concepto de «lo popular,» utilizando trazos, terminaciones y una línea rústica.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! , ; ' " . \$ % (&)

Diseño sitio web

Contenido

El contenido de la plataforma se basa en lo que el usuario considera relevante para acceder a la preparación y lo que el proyecto quiere declarar y difundir. A partir de la investigación, se identificó cuál era la información que el usuario considera relevante al momento de decidir qué y dónde comer:

Ingredientes: saber los ingredientes principales de la preparación, facilita la toma de decisión, ya que da una noción general del sabor y de la categoría a la cual pertenece.

Imagen: al tratarse de preparaciones de carácter local y más desconocidas, muchos de sus ingredientes no son de común conocimiento, por lo que el nombre no es suficiente como para aceptar probarlo. Ante el desconocimiento, muchos optan por convencerse al ver la preparación.

Recomendación: La recomendación de otros usuarios y de los lugareños es de suma importancia al momento de decidir qué y dónde comer, confiando en la experiencia ajena ante el desconocimiento.

Ubicación: Proporcionar la dirección del lugar que elabora y comercializa preparaciones locales, permite el acceso efectivo a estas.

En cuanto al contenido en relación a la misión del proyecto, plasmará el vínculo entre la gastronomía y la cultura, la multiculturalidad nacional y la relevancia del usuario en la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial gastronómico chileno.

Categorización

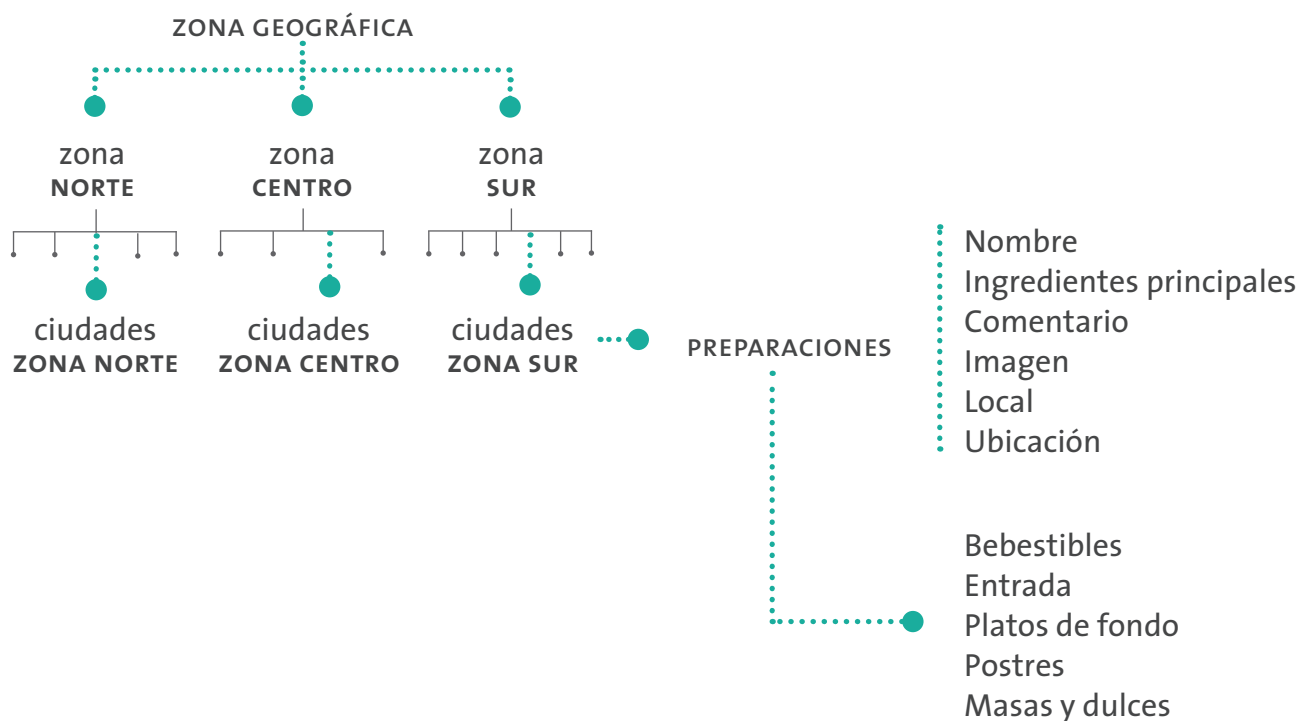
La plataforma tiene como objetivo guiar al usuario a 1. Encontrar preparaciones locales en un contexto de excursión o viaje (definirlas en paralelo) y/o 2. Incentivar la publicación de una preparación. Para lo anterior, se establecieron ciertos criterios que surgieron en una primera etapa de desarrollo, los cuales se fueron modificando a medida que se fue testeando e iterando.

En una primera instancia, se fue desplegando el contenido según criterio geográfico, facilitando el acceso a las preparaciones de dos maneras:

Espontánea: Se sugieren ciudades cercanas utilizando la georreferenciación.

Planificada: Se realiza una búsqueda como embudo, partiendo por zona (norte, centro, sur), para acotarla posteriormente según región y, finalmente por ciudad.

Sin embargo, a partir de los testeos, surgió la inquietud por parte de los usuarios por la asequibilidad de las preparaciones por el mero interés de informarse y conocer sobre la gastronomía nacional, más que en el contexto de planificación de excursiones. Es así que se desarrolla una categorización secundaria que clasifica las preparaciones en bebestibles, entradas, platos de fondo, masas y dulces y postres.



Actores e interacciones

La plataforma busca no sólo exhibir preparaciones que reflejen la cultura local, sino que seamos parte de ella, que nos involucremos y participemos en la construcción de un nuevo imaginario gastronómico nacional y local que ve más allá de las preparaciones «típicas».

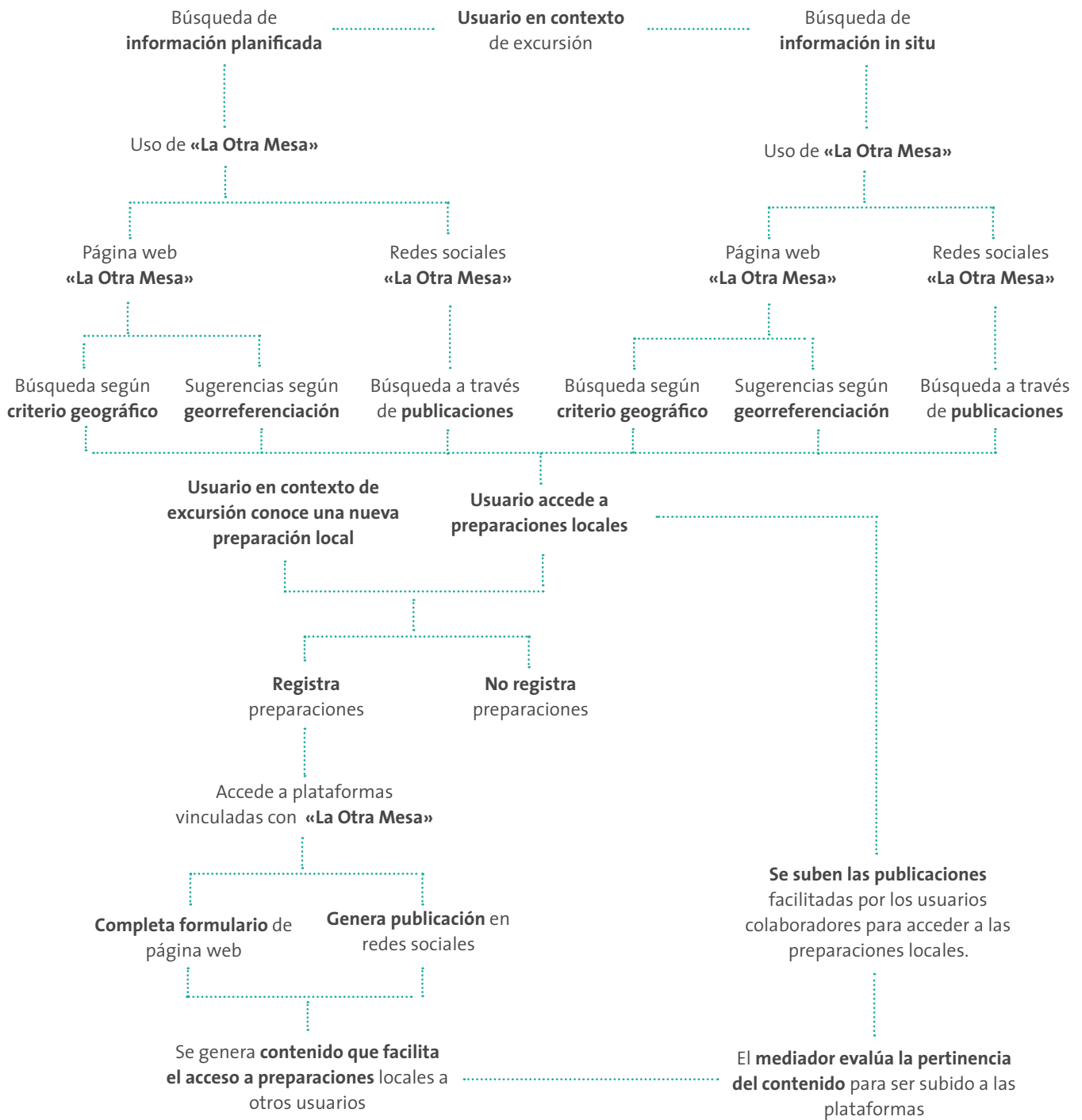
Como referente conceptual existe la iniciativa «Parques Nacionales», la cual promueve y difunde áreas protegidas, parques y reservas naturales de Chile a partir de la contribución de usuarios, quienes visitan, registran y aportan en plataformas de difusión como lo son Instagram o Facebook. La vinculación de la página con sus cuentas en estas redes sociales facilita la colaboración y difusión tanto del contenido como de la iniciativa, ya que éstas últimas cuentan con una masa crítica de usuarios, permitiendo generar tracción de manera más sencilla y rápida. Lo anterior permite sortear la necesidad de educar al usuario en el uso de nuevas interacciones y simplemente incorporarse a sus hábitos.

Es por lo anterior, que actores claves para las interacciones que guiarán al usuario a las preparaciones locales para que estas sean reconocidas y puedan perdurar son:

1. El usuario, quienes no sólo busca activamente las preparaciones locales y consume la información generada en la plataforma de manera colaborativa, sino quien es el generador de contenido. Esta acción puede hacerse de dos maneras. La primera es a través de las redes sociales, generando publicaciones con fotografías, descripción en Facebook e Instagram, y etiquetando a las cuentas de «La otra mesa». Y la segunda, es mediante un formulario dispuesto en la página web, el cual se completa con ítems considerados mínimos para generar un buen acceso a las preparaciones, como lo son el nombre, ingredientes y ubicación del lugar que comercializa las preparaciones.

2. El moderador será la entidad que esté a cargo de la revisión de contenido que se vincula con «La otra mesa» (plataforma web y redes sociales) y de seleccionar cuáles serán las publicaciones que cumplen con los requisitos mínimos para incorporarse a la página web.

3. El proyecto guiará al usuario a los locales comerciales que elaboran y/o comercializan las preparaciones locales, los responsables de su conservación hasta el día de hoy. El consumo de los usuarios en estos locales, puede actuar como incentivo para continuidad con la salvaguardia de las preparaciones.



Testeos

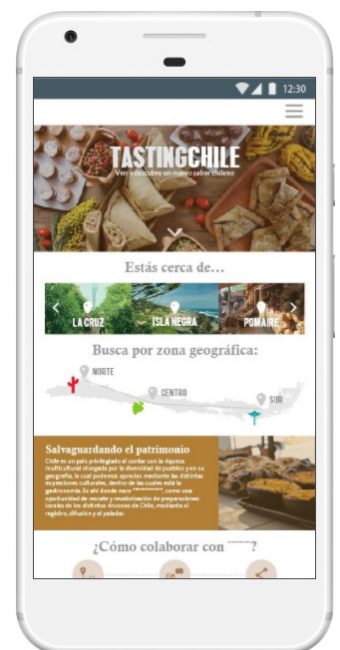
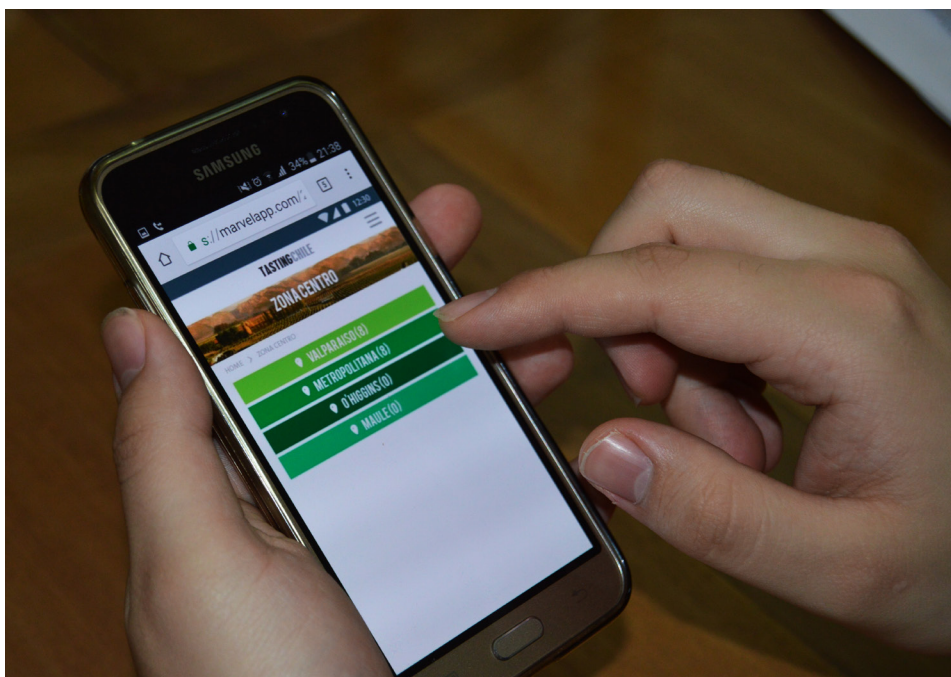
MarvelApp

Los testeos de las maquetas se realizaron mediante «MarvelApp», plataforma que permite realizar testeos de manera fácil y dinámica de maquetas en distintos formatos, en este caso para visualizar en pantalla de computador y en celulares Android.

Primero se realizaba la maqueta en Adobe Illustrator, para posteriormente exportar las imagenes de las pantallas. Después se generaba una cuenta y proyecto en el sitio web de «MarvelApp», donde se insertan las imagenes para luego vincularlas creando un sitio navegable.

Los testeos de los prototipos se desarrollaron de manera presencial, pidiendo un reconocimiento inicial de la plataforma, para posteriormente solicitar que encuentren las preparaciones de localidades específicas. También se pidió relatar las primeras impresiones, complicaciones, qué elementos encuentra atractivos, etc.

Para registrar testeos se tomaba nota y fotografiaba y/o se utilizó «TechSmith», herramienta para hacer registros de la manera en que el usuario se desenvolvía en la plataforma.

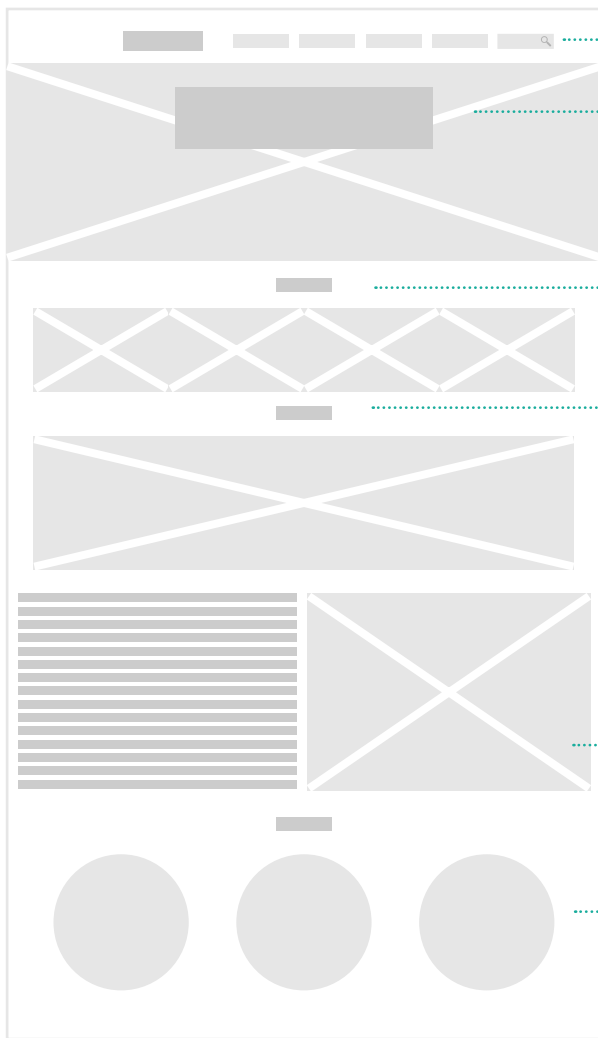


Estructura de navegación

Según el tipo de proyecto, interacciones y contenido, se estableció una estructura de navegación principalmente jerárquica que hiciera posible acceder a las preparaciones de manera sencilla. Sin embargo, también existe la posibilidad de navegar libremente a lo largo de la plataforma para llegar a preparaciones específicas. En primer lugar, se encuentra la landing page de la página, la cual presenta el proyecto, empieza la

navegación hacia las preparaciones a partir de la categorización geográfica e información personalizada según la localización, y la manera de colaborar con la iniciativa.

Landing page



Menú de navegación:

El menú está presente a lo largo de toda la plataforma, derivando al usuario a la página de inicio (home page) y a los principales contenidos.

Logo + imagen representativa:

En primer plano, se encuentra el logo de «La otra mesa», utilizando una imagen representativa de la comida chilena, a modo de dejar explícito a primera vista el principal contenido de la página y que actúa como engancho.

Acceso a preparaciones georreferenciado:

Sección que sugiere localidades que ya tienen preparaciones documentadas según el lugar donde se consulta gracias a la geolocalización, facilitando una búsqueda espontánea.

Acceso a preparaciones según geografía:

El inicio de la navegación jerárquica utilizando el criterio geográfico divide al país en tres grandes zonas: Norte, Centro y Sur.

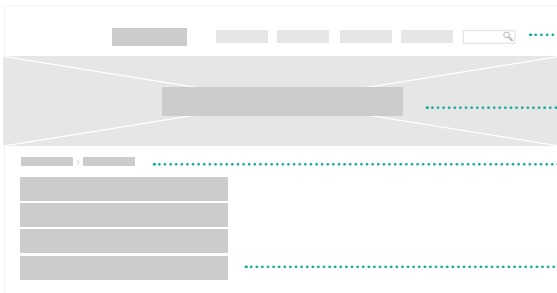
Sobre el proyecto:

Sección que presenta el vínculo entre la cultura y la comida, la importancia de las preparaciones locales y, a futuro, los locales destacados que elaboran y/o comercializan preparaciones.

Colaboración :

Sección que invita e instruye al usuario en cómo ser parte activa de la iniciativa por la salvaguarda del patrimonio gastronómico chileno.

Página de zonas geográficas



● **Menú de navegación**

● **Zona e imagen representativa:**

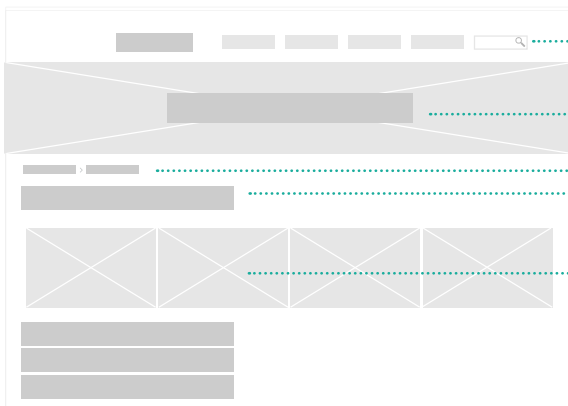
Se utilizan imágenes representativas de las zonas para poder contextualizar al usuario.

● **Ruta de navegación (breadcrumb navigation):**

Indica el recorrido seguido por el usuario, la forma de regresar y poder buscar otras zonas.

● **Regiones de la zona**

Página de zonas geográficas



● **Menú de navegación**

● **Zona e imagen representativa**

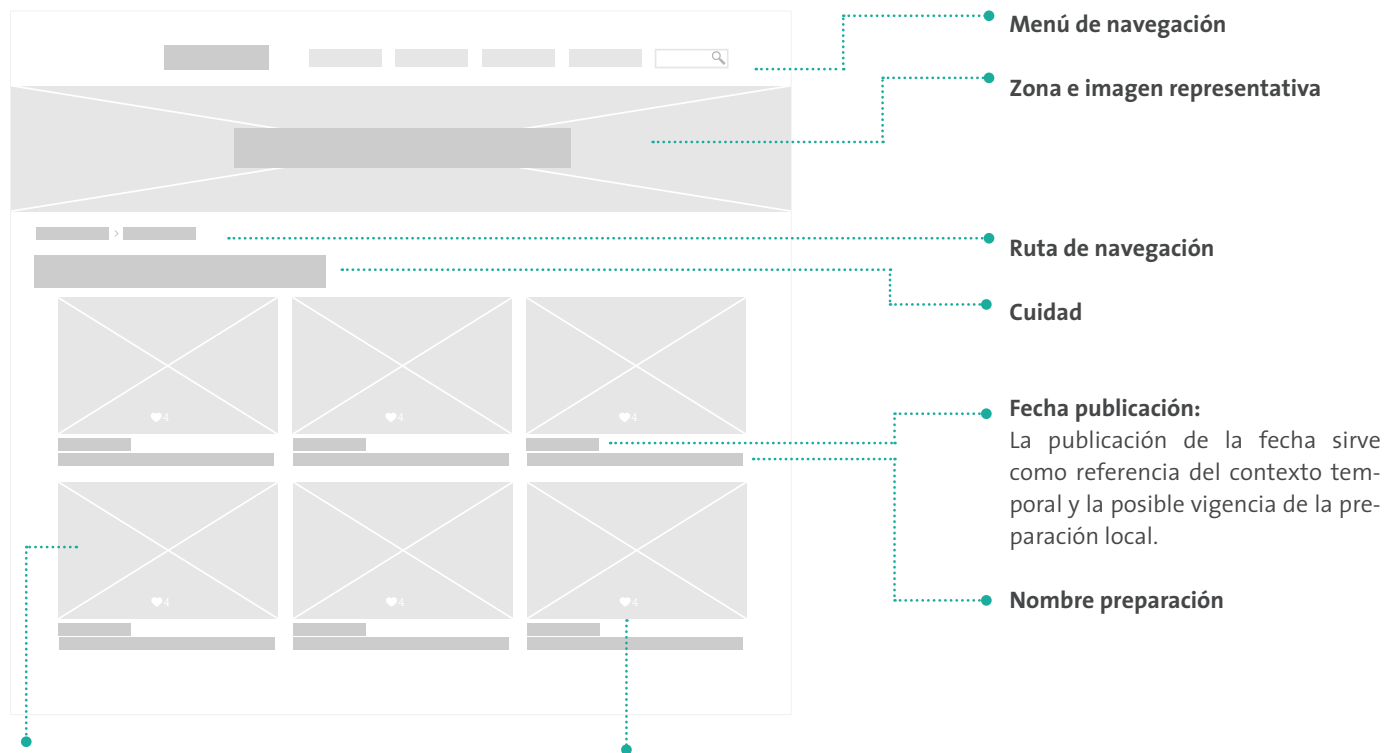
● **Ruta de navegación (breadcrumb navigation)**

● **Regiones de la zona**

● **Ciudades:**

Se despliegan imágenes y nombres de distintas ciudades que ya cuentan con preparaciones en las distintas regiones.

Página de ciudades



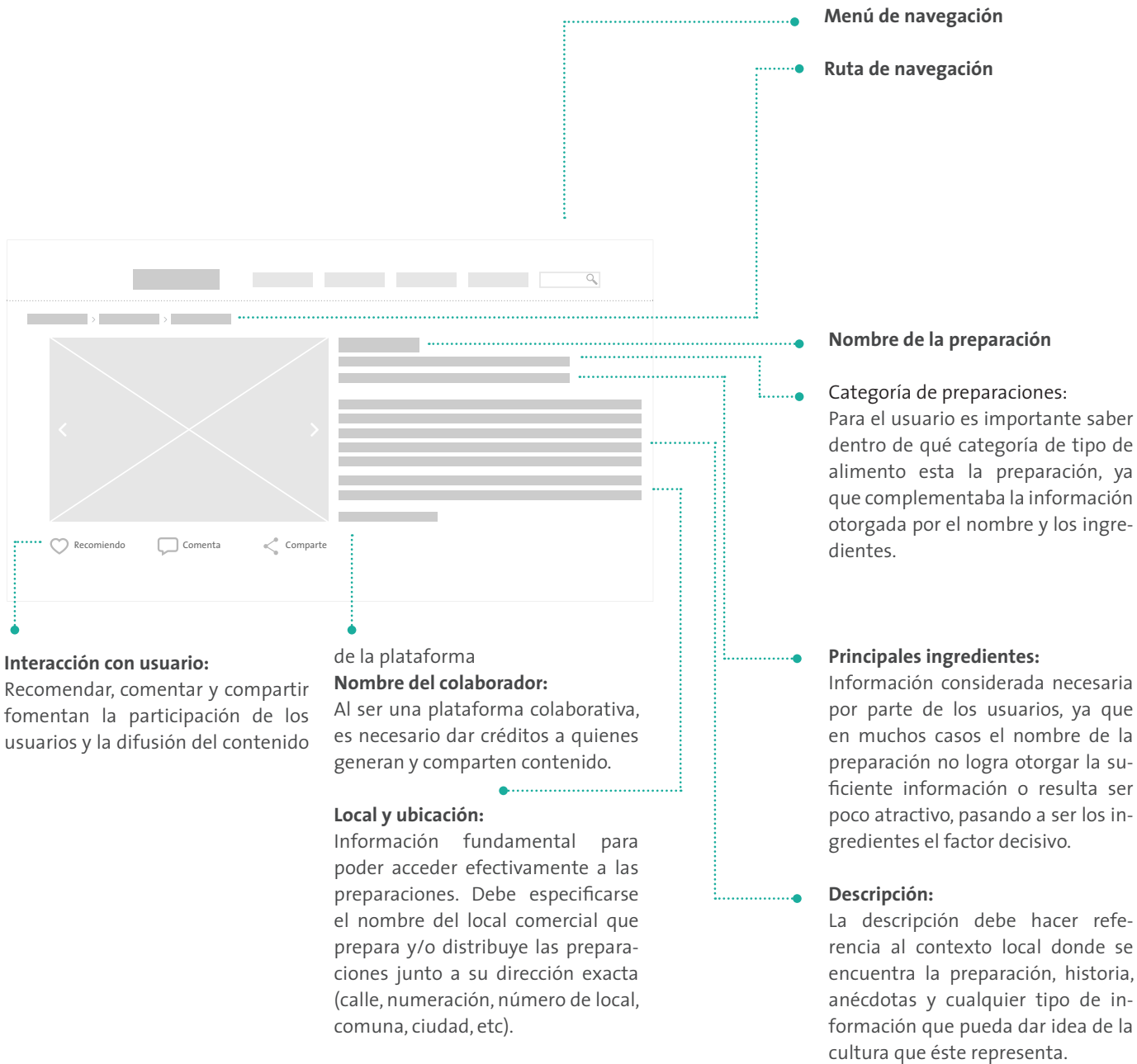
Fotografía de la preparación:

Principal recurso de representación de las preparaciones, ya que es la única manera de dejar en evidencia, a través de la plataforma, sus riquezas a partir de las texturas, colores y presentación.

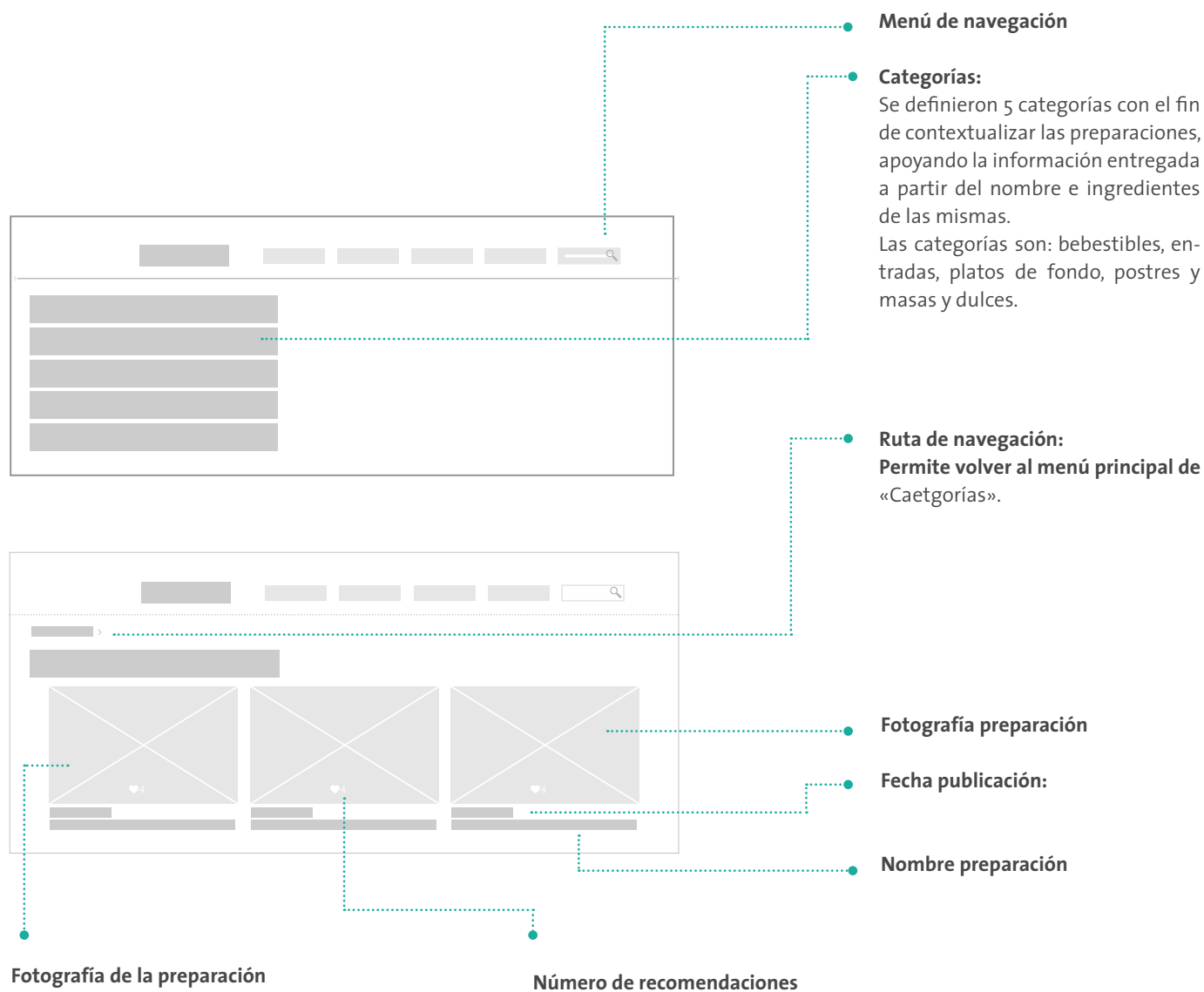
Número de recomendaciones:

Las recomendaciones vienen por parte de los usuarios y que sirven de feedback para la plataforma y para aprovechar al máximo la experiencia de comer lo local.

Página de preparaciones



Página de categorías de preparaciones



Visualizaciones sitio web

Las siguientes visualizaciones darán cuenta del proceso de desarrollo de la plataforma web a partir del uso de referentes, apreciaciones y necesidades del usuario. Se fraccionará el contenido de la plataforma con el fin de entender de mejor manera las decisiones de diseño

Landing page *Menú de navegación*



Prototipo 1

Se manifestó poco interés en navegar a través de la página para obtener información sobre el proyecto.



Prototipo 2

Se manifiesta la necesidad de un buscador y de una muestra de todas las preparaciones, independiente de la zona geográfica, ya que existe el interés de conocer la comida local sin estar ante un contexto de viaje o excursión.



Prototipo 3

Finalmente, el menú de navegación permite el acceso al home page a lo largo de toda la plataforma, acceso a las preparaciones según categorización de éstos, acceso al formulario de colaboración y un buscador.

Landing page Presentación



Prototipo 1

El uso de una imagen representativa de la temática de la plataforma resulta pertinente. Sin embargo, el logo no resulta coherente visualmente con el carácter del proyecto.



Prototipo 2

La cantidad de texto resulta excesiva y reiterativa. El naming en inglés resulta incoherente con la intención de fortalecer la identidad nacional.



Prototipo 3

Se mantiene la imagen de fondo y un guiño para seguir navegando a lo largo de la landing page. Se incorpora la nueva imagen del proyecto.

Landing page Zonas geográficas



Prototipo 1

Se se asignó una paleta cromática a las zonas (norte, centro y sur) con el fin de evidenciar la categorización y hacer más sencilla la navegación posterior. El uso de texto, imagen y transparencias, se considera un exceso de información visual.



Prototipo 2

Se mantiene la paleta cromática, reemplazando las imágenes representativas por íconos.



Prototipo 3.1

Se utiliza un mapa de Chile con el fin de explicitar las regiones consideradas en cada zona.

Busca por zona geográfica:



Prototipo 3.2

Simplificación del mapa e incorporación de elementos representativos de la zona junto con paleta cromática.

Landing page Sobre el proyecto

TASTINGCHILE:
Salvaguardando el patrimonio

Chile es un país privilegiado al contar con la riqueza multicultural otorgada por la diversidad de pueblos y en su geografía, la cual podemos apreciar mediante las distintas expresiones culturales, dentro de las cuales está la gastronomía. Es ahí donde nace **Tasting Chile**, como una oportunidad de rescate y revalorización de preparaciones locales de los distintos rincones de Chile, mediante el registro, difusión y el paladar.

Cuando viajes:
¡Atrévete y prueba la comida local!

¡Registra!
Anota el nombre de la preparación, dónde la encontraste y toma una foto.

¡Comparte!
Rellena el formulario con la información y así, lograrás que más personas lleguen a la comida local

Prototipo 1

Presentar el proyecto junto a la dinámica de éste genera confusión por exceso de información.

Salvaguardando el patrimonio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Prototipo 2

Se presenta el proyecto, pero no se percibe como aporte el resumen mediante íconos.

Salvaguardando el patrimonio

Chile es un país privilegiado al contar con la riqueza multicultural otorgada por la diversidad de pueblos y en su geografía, la cual podemos apreciar mediante las distintas expresiones culturales, dentro de las cuales está la gastronomía. Es ahí donde nace **La otra mesa**, como una oportunidad de rescate y revalorización de preparaciones locales de los distintos rincones de Chile, mediante el registro, difusión y cómo no, el paladar.

Prototipo 3

Se separa el proyecto y la manera de participar en el, utilizando la sección sobre el proyecto dinámica con el fin de expresar la misión, objetivos, datos curiosos y cualquier tipo de información que fortalezca a la iniciativa.

¿Cómo colaborar con La otra mesa?

¡Atrévete y prueba la comida local!
Cuando viajes pregunta a lugareños por las preparaciones locales y pruébalas.

¡Registra!
Anota el nombre de la preparación, dónde la encontraste y toma una foto.

¡Comparte!
Rellena el formulario o comparte en redes sociales etiquetándonos y así, lograrás que más personas lleguen a la comida local

Landing page



Prototipo final

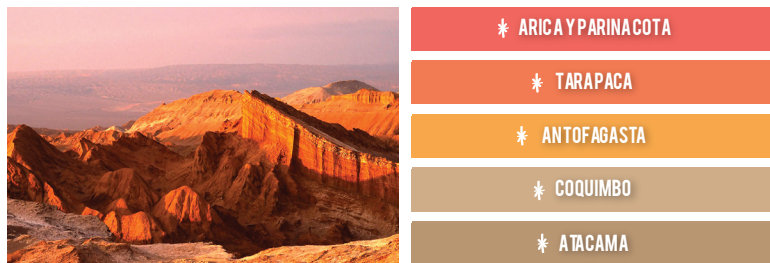
El prototipo final se constituyó principalmente de imágenes que facilitarían la contextualización y una primera aproximación a las localidades y a las mismas preparaciones. Por otro lado, este recurso hace más amena y atractiva la navegación.

Las iconografías apoyan la intención de las categorías, como es el caso de la ubicación como de las categorías de las preparaciones..

El uso del mapa del territorio nacional, en primera instancia, generó cierta incomodidad por su horizontalidad. Sin embargo, ante las otras propuestas, se consideró la más cómoda y pertinente al formato y a la cantidad de información que otorga, en comparación a la fragmentación del territorio y su disposición vertical.

La sección que busca dar a conocer más en profundidad la intención del proyecto, también brindará ejemplos de la riqueza gastronómica chilena, mostrará la plataforma en uso, y cualquier recurso que aporte al fomento y uso de ésta para contribuir a la salvaguarda del patrimonio gastronómico.

Página de zonas geográficas



Prototipo 1

Menú de regiones que busca derivar al usuario a las distintas ciudades. Se consideró que el uso de fotografías recargaba visualmente la página, ya que abajo de éste, se encontrarían las ciudades con sus respectivas imágenes para contextualizar las preparaciones.

Prototipo 2

Se percibe de mejor manera la información. Sin embargo, ocupa mucho espacio para la cantidad de información que se quiere dar..

Prototipo 3.1

Se diseña un formato minimalista que se utilizará de manera transversal en las páginas de zonas geográficas, ciudades y preparaciones, generando variantes en los colores.

Prototipo 3.2

Se mantiene la estructura, pero se incorpora el número de preparaciones publicadas con las que cuenta cada región, evitando empezar una navegación en regiones y ciudades que aún no son catastradas por los usuarios.

Página de ciudades

- 📍 ARICA Y PARINACOTA (0)
- 📍 TARAPACA (0)
- 📍 ANTOFAGASTA (1)



- 📍 ATACAMA (0)
- 📍 COQUIMBO (0)

Prototipo 3

Se señala la cantidad de preparaciones por región y la foto y nombre de las ciudades.



Prototipo final

Al igual al Landing Page, y como hilo conductor, se utiliza la fotografía únicamente para contextualizar y presentar las preparaciones, por lo que el resto de los elementos de navegación se mantuvieron minimalistas, apoyados por el uso de colores asignados previamente.

Página de ciudades

* BEBESTIBLES



Pomare Mistelas

Un licor artesanal y tradicional para acompañar los postres

[Ver más +](#)

 POMARE (5)



Mayo, 2017
Tablillas



Mayo, 2017
Mistelas



Mayo, 2017
Licor de apio



Mayo, 2017
Cazuela de pava



Mayo, 2017
Empanada carnes mixtas

Prototipo 1 - 2

En las ciudades se fueron categorizando las preparaciones (bebibles, entradas, platos de fondo, postres y masas y dulces). Como información transversal a todas las preparaciones, se presenta el nombre, imagen, categoría, nombre, breve descripción y link para poder ver la ficha completa de la preparación

Prototipo 3

Se elimina la categoría y la descripción para agregarlas a la ficha de cada preparación. Sin embargo, se incorpora el número de recomendaciones y la fecha de publicación, lo que permite saber qué tan actual es.



HOME > ZONA CENTRO > VALPARAISO

📍 ISLA NEGRA (4)



Mayo, 2017
Pisco sour nerudiano Catedral



Mayo, 2017
Ceviche de cochayuyo



Mayo, 2017
Pastel de jaiba



Mayo, 2017
Caldillo de congrio nerudiano



Prototipo final

Esta página potencia y tiene como protagonistas a las preparaciones, utilizando como principal elemento la fotografía e información básica (nombre, la fecha (nivel de actualización), número de recomendaciones).

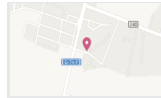
Ficha de preparaciones



Pomaire Mistelas

Porque en Pomaire no sólo tienen empanadas de 1 kilo, sino que también puedes disfrutar de un rico licor artesanal que actúa como bajativo: la Mistela. La más tradicional es la Mistela de Ruda, pero es posible encontrar de arándanos, apio, maqui y almendras, entre otros!

¿Dónde encontrarla?
"Ángel de mi tierra", Licores artesanales
📍 Rafael Morandé 212, Pomaire.



Prototipo 1

Se valora la ubicación del local que comercializa la preparación, pero se hizo necesaria la existencia de los ingredientes. Lo anterior es para saber con cierta certeza qué contiene aquello que se está consumiendo, principalmente por el desconocimiento y desconfianza.



Recomiendo Comenta Comparte

Mistelas

Principales ingredientes: Aguardiente, mosto, arándanos.

Porque en Pomaire no sólo tienen empanadas de 1 kilo, sino que también puedes disfrutar de un rico licor artesanal que actúa como bajativo: la Mistela. La más tradicional es la mistela de Ruda, pero es posible encontrar de arándanos, apio, maqui y almendras, entre otros!

¿Dónde lo encuentras?:
"Ángel de mi tierra", Rafael Morandé 212, Pomaire.

Precio: \$5.000

Prototipo 2

Se incorporan los ingredientes y herramientas para generar participación por parte del usuario mediante comentarios, recomendaciones y comentarios.



Recomiendo Comenta Comparte

Mistelas

Categoría: Bebestible
Principales ingredientes: Aguardiente, mosto, arándanos.

Porque en Pomaire no sólo tienen empanadas de 1 kilo, sino que también puedes disfrutar de un rico licor artesanal que actúa como bajativo: la Mistela. La más tradicional es la mistela de Ruda, pero es posible encontrar de arándanos, apio, maqui y almendras, entre otros!

¿Dónde lo encuentras?:
"Ángel de mi tierra", Rafael Morandé 212, Pomaire.

Precio: \$5.000

Colaboración de Braulio Suarez (Instagram: @al_puerta)

Prototipo 3

Se agrega la categoría de la preparación con el fin de generar etiquetas y poder generar la sección de «Todas las preparaciones». Finalmente, al ser un proyecto colaborativo, es necesario dar créditos al colaborador.

HOME > ZONA CENTRO > METROPOLITANA > POMAIRE



Mistelas

Categoría: Bebestible

Principales ingredientes: Aguardiente, mosto, arándanos.

Porque en Pomaire no sólo tienen empanadas de 1 kilo, sino que también puedes disfrutar de un rico licor artesanal que actúa como bajativo: la Mistela. La más tradicional es la mistela de Ruda, pero es posible encontrar de arándanos, apio, maqui y almendras, entre otros!

¿Dónde lo encuentras?:

"Ángel de mi tierra", Rafael Morandé 212, Pomaire.

Precio: \$5.000

Colaboración de Braulio Suarez (Instagram:@al_puerto)



Prototipo final

Página que pretende dar la mayor cantidad de información relacionada a la preparación posible, mediante las fotografías, la información básica y obligatoria (categoría, ingredientes principales, descripción, local y dirección) y otra complementaria (precio)

Categorías preparaciones

 BEBESTIBLE

 ENTRADAS

 PLATOS DE FONDO

 POSTRES

 MASAS Y DULCES

Prototipo final

Al no bastar con dar a conocer la categoría de la preparación en la ficha de la misma, se crea en el prototipo final una página destinada principalmente a aquel usuario que busca conocer el patrimonio cultural gastronómico local por interés más que por necesidad o preparación de un viaje o excursión.

 PLATOS DE FONDO



Mayo, 2017

Panqueque de jaiba



Mayo, 2017

Escalopa con salsa menier

Formulario

Colabora

Si quieres colaborar y ayudar a la difusión del patrimonio gastronómico local, llena el siguiente formulario para poder convertirlo en una publicación:

Nombre de la preparación (*):

Principales ingredientes (*):

Breve descripción (*) (máximo 300 caracteres):

Nombre del local donde se encuentra la preparación (*):

Dirección para encontrar la preparación (*):

Categoría:

Precio:

Adjuntar imágenes de la preparación

Seleccionar archivo

También puedes fotografiar las nuevas preparaciones locales que encuentres y etiquetarnos, para así poder publicarlas en nuestras plataformas y ayudar a su difusión.

¡Atrévete y se parte! Síguenos en:



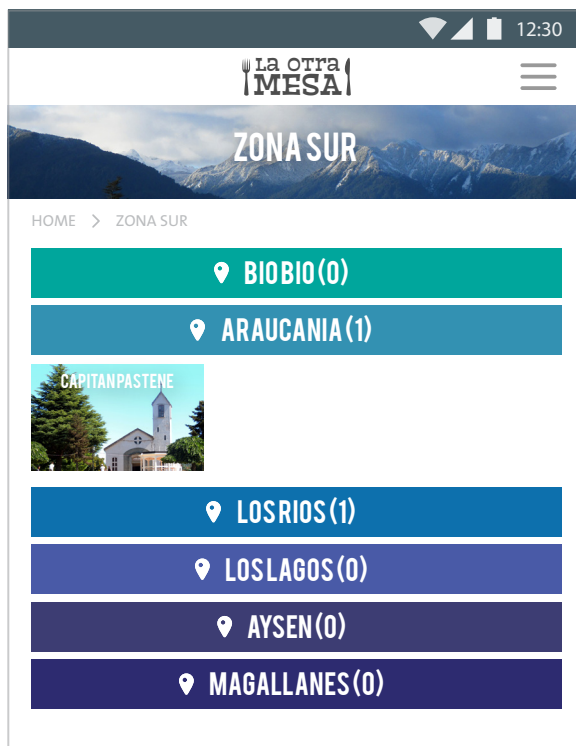
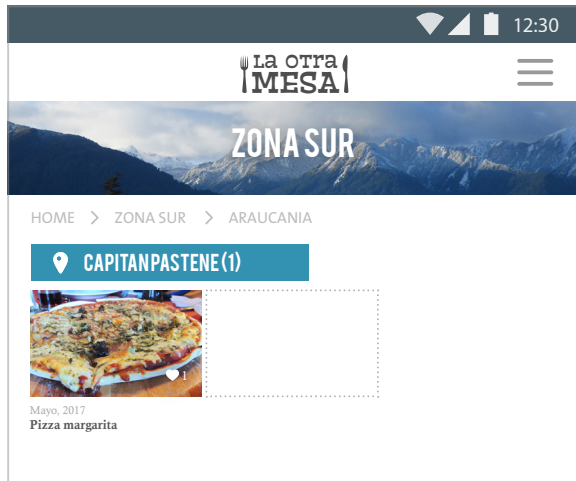
Prototipo final

Se incorpora el formulario de publicación, con la intención de facilitar, a través de todas las plataformas, la generación de contenido. Una vez recibido el formulario, pasará a ser revisada su pertinencia para posteriormente generar la publicación.

Versión web

En paralelo con el desarrollo del prototipo de la plataforma web, se elabora la versión para celulares Android, simulando de manera manual un diseño *responsive* o adaptativo, presentando el mismo expuesto anteriormente. Esta versión se testea de manera presencial, hablando en paralelo con el usuario para conocer sus apreciaciones.





Implementación

Plan de financiamiento

Costos

El proyecto, de índole cultural, busca financiarse a partir de fondos concursables o mediante el apadrinamiento de la idea por parte de empresas con planes de Responsabilidad Social Empresarial.

Según cotizaciones, el proyecto implica un costo inicial y otro operacional que buscan desarrollar y llevar a la marcha el proyecto:



Fondos concursables

El proceso de financiamiento mediante fondos concursables contempla 5 grandes etapas para lograr un posicionamiento:

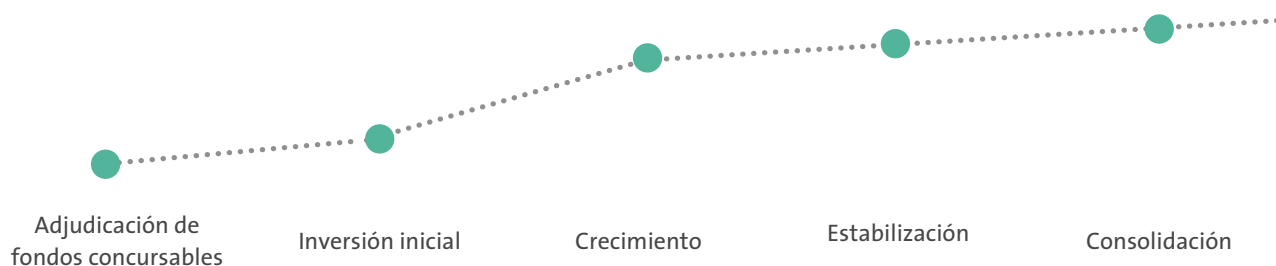
1. Adjudicación de fondos concursables: Por la naturaleza del proyecto, es posible postular a dos fondos otorgados por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Fondart: Fondart Nacional en la línea de Patrimonio Cultural y en la de Diseño.

2. Inversión inicial: La inversión inicial contempla aquellos costos relacionados con el desarrollo y levantamiento del sitio web (programación y diseño web, inscripción del dominio y hosting).

3. Estabilización: Etapa que contempla gastos de programador y diseñador para actuar según el recibimiento de los usuarios y un moderador/editor que administrará y filtrará el contenido de las plataformas.

4. Crecimiento: Periodo en que el proyecto comienza a ser reconocido, van adhiriéndose nuevos usuarios y generando nuevo contenido. Se requiere el trabajo de un moderador/editor acorde a la respuesta que se vaya obteniendo del público y ocasionalmente, recurrir ocasionalmente a un programador y a un diseñador según se requiera.

5. Consolidación: Fase en la que el proyecto es reconocido y tiene una cantidad de usuarios que permita justificar la existencia de la plataforma. Se mantiene el trabajo constante de un moderador/editor y ocasional de un programador y diseñador.



Fondos concursables

Por la naturaleza del proyecto, para impulsar su desarrollo, es posible postular a dos fondos pertenecientes al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

En la línea de Patrimonio Cultural, se puede postular a el «Fondart Regional LÍNEA PATRIMONIO CULTURAL», que contempla una modalidad de salvaguardia de este mismo. El fondo otorga financiamiento total o parcial con un monto máximo de \$15.000.000 (quince millones de pesos chilenos) con una duración máxima de 12 meses.

Inicio postulaciones: *31 de mayo 2017*

Fin postulaciones: *18 de julio 2017*

Resultados: *diciembre 2017*

«Financiamiento total o parcial para proyectos de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Entendiendo por salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial aquellas medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendiendo la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valoración, transmisión - a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

Esta modalidad considera tanto expresiones patrimoniales inmateriales actualmente inscritos en el «Inventario Priorizado de Patrimonio Cultural Inmaterial en Chile», como aquellos sin este reconocimiento. También considera aquellas expresiones reconocidas en el contexto del programa de reconocimiento Tesoros Humanos Vivos, con especial énfasis en aquellas menciones colectivas.»

Fondart, 2017.

Bases de la convocatoria Fondart Regional Línea de Difusión Convocatoria 2018.

En la línea de Diseño, contamos con el “Fondart Nacional LÍNEA DE DISEÑO”, que contempla la modalidad de difusión de productos, bienes y servicios de significación cultural. El fondo otorga el financiamiento parcial o total con un monto máximo de \$20.000.000 (veinte millones de pesos chilenos) con una duración máxima de 12 meses.

Inicio postulaciones: *31 de mayo 2017*

Fin postulaciones: *20 de julio 2017*

Resultados: *diciembre 2017*

«Esta Línea de concurso tiene por objetivo entregar financiamiento total o parcial para proyectos de investigación, creación y producción o sólo producción, así como difusión, enfocados al desarrollo de productos y/o bienes y servicios de significación cultural y que aporten innovación (introducción de nuevos procesos, técnicas o métodos) y/o generación de valor desde el ámbito disciplinar del diseño.

Se entiende por diseño toda actividad creativa, mediante la cual el proyecto original, sea un objeto u obra, otorgue soluciones funcionales, investigativas y/o comunicacionales a problemas y necesidades en diversas áreas del quehacer humano. Se entienden como áreas de esta disciplina los siguientes ámbitos: gráfico, industrial, productos, vestuario e indumentaria, ilustración y servicios.»

Fondart, 2017.

Bases de la convocatoria Fondart Regional Línea de Diseño Convocatoria 2018.

Responsabilidad Social Empresarial

Otra manera de poder levantar y financiar el proyecto es mediante el apadrinamiento de una empresa con Responsabilidad Social. Existen grandes empresas que cuentan un fuerte plan de responsabilidad social o de inversión socialmente responsable, que busca contribuir activa y voluntariamente a la sociedad, ambiente, la cultura y la economía. Estas iniciativas se orientan no sólo a las personas vinculadas directamente con la empresa como sus trabajadores, proveedores o clientes, sino que también a la comunidad y a la sociedad en general.

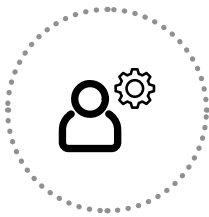
Ejemplo de esto, es la labor que realiza Collahuasi, quienes enfocaron su inversión en la región donde se encuentran sus instalaciones industriales y yacimientos.

Las áreas a invertir son aquellas que tengan proyección y puedan perdurar en el tiempo, como en educación, turismo, conservación del patrimonio local, medio ambiente, salud entre otros. Por este concepto, durante el año 2015 realizaron una inversión de US\$ 8,4 millones.

Organigrama

La estructura organizacional de la empresa dará cuenta de los integrantes y atribuciones que tendrá cada uno a lo largo del desarrollo del proyecto:

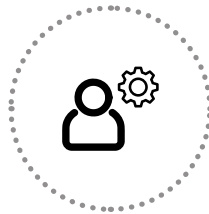
Actualmente



Jefe de proyecto

Encargada de postular a fondos y cotizar los servicios de un programador y un diseñador para el desarrollo de la plataforma.

Proyección/ Desarrollo del proyecto



Jefe de proyecto

Encargado de gestionar y administrar los recursos del proyecto, junto con actuar de moderador/editor de contenido..



Programador + diseñador

Programa la plataforma según el prototipo inicial y diseña elementos gráficos y establece los criterios tipográficos, de diagramación y navegación de la plataforma.

Proyección/ Crecimiento del proyecto



Estrategía de difusión

Una vez terminado el desarrollo de la página web, es necesaria la creación de las cuenta en redes sociales para sacar ventaja de la cantidad de personas que ya utilizan estos medios en la cotidianeidad, generar contenido de difusión y poder facilitar una vía de colaboración para los usuarios.

La principal estrategia de difusión es diseñar una línea de piezas gráficas que utilicen imágenes que exploten el atractivo de las preparaciones como método de seducción y anzuelo para recorrer Chile a consumirlas, acompañada de reseñas que cuenten sobre su origen, localidad, historia, ingredientes, etc. Este material gráfico será utilizado en primera instancia a través de las cuentas de Instagram y Facebook, debido a su gran uso por parte del usuario.

Para seguir la línea del proyecto, también se difundirán iniciativas relacionadas a la difusión y salvaguardia del patrimonio gastronómico nacional, como festivales, ferias, concursos, tours u otras plataformas.

Conclusiones

El proyecto surge a partir de mi interés por conocer más sobre las preparaciones locales, su atractivo, diversidad y trasfondo. A medida que avanzaba, se hizo evidente mi mayor aprendizaje, y es que desde nuestra disciplina junto a nuestras herramientas, es posible hacer visible realidades, culturas, lugares y gente que muchas veces pasamos por alto sin darnos cuenta realmente de su valor, como es la gastronomía nacional.

Respecto al patrimonio alimentario chileno, es importante tener claro que si bien existe el patrimonio oficial y el local, el primero actúa como elemento unificador, pese a ser sesgado, ya que es comprendido e internalizado como propio. Sin embargo, la relevancia del local recae en la identificación como localidad, como elemento identitario. Es por lo anterior, que durante el trabajo en terreno se evidenció la el vínculo y emoción con la que se recomendaban las especialidades locales.

Por otra parte, el interés que muestra la gente por probar cosas nuevas, más aún si son de carácter local o cultural, es simplemente el primer paso para poder ahondar más en nuestras expresiones culturales y aportar en su salvaguarda. Lo anterior tiene relación con lo poco integrales que son las iniciativas desarrolladas en esa línea actualmente, independiente de que hayan sido uno de los principales gatillantes de este creciente interés. Documentos con gran valor y aporte en cuanto al conocimiento de materia prima y la elaboración de alimento, quedan en el anonimato debido a un formato poco atractivo, por su difícil acceso debido a su precio o en la dificultad de encontrarlo de manera gratuita. Programas televisivos que encuentran y muestran las singularidades locales, se pierden en la extensión de los capítulos y el mismo formato dificulta un posterior acceso.

En cuanto a las limitaciones dentro del proceso y desarrollo de este proyecto, se encuentra la falta de recursos disponibles para poder llevar a cabo proyectos de difusión de patrimonio. Sólo tres fondos concursables estaban disponibles dado el perfil del proyecto. Por otra parte, SERNATUR tiene un programa de patrocinio, permitiendo utilizar el logo de éste, con el fin de tener respaldo. No obstante, quedan excluidos proyectos relacio-

nados con sitios web, cerrando las puertas a un formato de fácil acceso y que su cantidad de adherentes sólo va en aumento.

Por último, el proyecto busca ser un incentivo para involucrarnos con nuestro patrimonio desde una arista distinta, dejar de mirar en lugares comunes y ampliar nuestro horizonte y cambiar la percepción de nuestra cultura e identidad

Bibliografía

Andrade, M. (2016). *La cocina chilena ahora sube el rating en tv*. El Mercurio, pp. 8-9.

Consejo Nacional de las Culturas y las Artes. (2014). *Herramientas para la gestión cultural local – Patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de: <http://www.estaciondelasartes.com/wpcontent/uploads/2016/02/B-Patrimonio-Inmaterial2.pdf>

Consejo de Monumentos Nacionales de Chile. (2017). *Más de 1.800.000 personas participaron del Día del Patrimonio 2017*. Recuperado de: <http://www.monumentos.cl/consejo/606/w3-article-76647.html>

Educación Chile. (2015). *Bienes patrimoniales en Chile: ¿Quiénes están a cargo y cómo se clasifican?* Recuperado de: <http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/verContenido.aspx?ID=130679>

Espeitx, E. (2004). *Patrimonio Alimentario y Turismo: una relación singular*. Zaragoza: Pasos. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2014). *Informe Anual 2013. Santiago: Departamento Comunicaciones e Imagen Corporativa*. Recuperado de: http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/turismo_2013.pdf

López-Guzmán, T. & Sánchez Cañizares, S. (2012). *La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba*. PASOS. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_12.pdf

Marca Chile. (2016). *Informe final Gastronomía y Marca País, Opinión pública. Gerencia de Estudios Imagen Chile*. Recuperado de: <https://marcachile.cl/wp-content/uploads/2016/04/estudio-gastronomia-y-marcapais-opinion-publica.pdf>

Marsal, D. (2011). *Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. Santiago, Chile: Ediciones del Consejo Nacional de las Culturas y las Artes.

Montanari, M. & Devroey, J. (2003). *El mundo en la cocina*. Buenos Aires: Paidós.

Montanari, M. (2004). *La comida como cultura*. SomonteCenero, Gijón: Ediciones Trea.

Montecino Aguirre, S. (2005). *La olla deleitosa (1st ed.)*. Santiago de Chile: Catalonia.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2015). *Sostenibilidad del Patrimonio*. Recuperado de: <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *Patrimonio*. Recuperado de: <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2016). *El II Foro Mundial de Turismo Gastronómico enfatiza la relevancia de la cultura y las comunidades locales*. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/pressrelease/2016-05-27/el-ii-oro--mundial-de-turismo-gastronomico-enfatiza-la-relevancia-de-la-cul>

Organización Mundial del Turismo. (2016) *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismoglosario-basico>

Reyes Medel, C. (2016). *Viaje al sabor. (1ra ed.)*. Santiago de Chile: Ediciones B.

Sciolla, C. & Castro R, V. (2010). *Historia y cultura de la alimentación en Chile (1ra ed.)*. Santiago, Chile: Fundación para la Innovación Agraria.

Servicio Nacional del Turismo. (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica*. Recuperado de: <http://www.sernatur.cl/wpcontent/uploads/downloads/2016/03/Guia%CC%81a-Metodol%CC%81gica-Turismo-Cultural.pdf>

Servicio Nacional de Turismo. (2016a). *Barómetro de Turismo*. Recuperado de: <http://www.sernatur.cl/wpcontent/uploads/downloads/2016/11/Infografi%CC%81a-baro%CC%81metro-a-Agosto-2016.pdf>

Servicio Nacional del Turismo.(2016b). *Diversificación de Productos Turísticos*. Recuperado de: <http://www.sernatur.cl/diversificacion-de-productosturisticos/>

Torres, A. (2016). *Rescatar la cocina tradicional chilena ilumina la verdadera identidad del país*. El Mercurio, p.18.

Universidad Blas Pascal. (2007). *Criterios y conceptos sobre el patrimonio cultural en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gilli. Recuperado de: <http://www.ubp.edu.ar/wpcontent/uploads/2013/12/112010ME--Criterios-y-Conceptos-sobre-el-Patrimonio-Cultural-en-el-Siglo-XXI.pdf>

