

Pipeño y Terremoto como bebidas nacionales: una reflexión en torno a la patrimonialización y representación de la nación*

Pipeño and Terremoto Like National Drinks: Reflexions about Heritage and National Representation

Isabel Aguilera**
Alejandra Alvear

Resumen

El presente artículo da cuenta de una investigación exploratoria respecto a la bebida alcohólica chilena denominada Terremoto. Hipotetizamos que este brebaje, compuesto de Pipeño, granadina y helado de piña, es susceptible de categorizarse como un Patrimonio Otro, en tanto se configura fuera de la norma patrimonial hegemónica. Es así que nuestras intenciones son ahondar en los límites de las definiciones de lo patrimonializable, además de proponer una visión crítica de los mismos.

Palabras clave: Terremoto, Pipeño, patrimonio, clases sociales, nación.

Abstract

The present article reports an exploratory investigation regarding the Chilean alcoholic drink *Terremoto* (earthquake). We hypothesize that this brew composed of Pipeño wine, grenadine and pineapple ice cream can be categorized as a Patrimonial Other, as it is configured outside the hegemonic heritage norm. In this context, we intend to examine the limits of the definitions of patrimonialism as well as to propose a critical vision of the term.

Keywords: Terremoto, Pipeño wine, heritage, social classes, nation.

* Proyecto CONICYT-PAI 821320053 “Patrimonialización de la alimentación indígena en Chile: procesos de alterización, diferenciación y apropiación”.

** Isabel Aguilera, Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, isabelaguilerabornand@gmail.com; Alejandra Alvear, Universidad de Chile, Santiago, Chile, alealvearm@gmail.com

Introducción

“Eres la granadina que endulza mi Terremoto”
(Grafitti, Arica)

En el año 2016 se celebró, por primera vez en Chile, el “Día nacional del vino”. Los discursos que circularon públicamente dejaron ver una disputa en torno a cuál es la “bebida nacional”: ¿el vino o el pisco? Ambas bebidas forman parte del núcleo duro de la imagen país y han atravesado importantes procesos de patrimonialización, pero no son las únicas que disputan el espacio signado por la capacidad de representación y estimulación emocional que supone el nombre “bebida nacional”. Desde un punto de vista histórico, la chicha merece una atención especial (Pereira Salas, 2007) aunque, según nuestras observaciones, ha perdido terreno frente al Terremoto: un fresco combinado de vino Pipeño, helado de piña, fernet o granadina que parece haberse convertido en el emblema etílico del mundo urbano popular.

En este artículo propondremos que, aunque el Terremoto concentra varios sentidos que lo vinculan al patrimonio-tradición, tipicidad, especificidad, autenticidad, eficacia simbólica y potencialidad turística (Prats, 2004; Santana, 2002; Schramm 2004; Caldentey y Gómez, 1996; Espeitx, 2007), no calza completamente con el tipo de bienes culturales que forman parte del patrimonio alimentario nacional debido a dos factores. En primer lugar, la estabilización de una serie de criterios de selección de elementos que privilegian lo artesanal sobre lo industrial, lo rural sobre lo urbano y lo antiguo *comprobable* sobre lo antiguo *percibido*. En segundo lugar, la representación de lo nacional que vehiculiza el Terremoto: una representación construida en torno a las clases sociales, lo urbano y la impureza, y por lo tanto ajena a la ruralidad, la diferencia cultural y el esencialismo que parecen articular la representación hegemónica de la nación en tiempos multiculturales (Aguilera, 2016).

El desajuste entre el Terremoto y el patrimonio informa sobre qué se sanciona como tal en Chile y permite indagar en los límites y posibilidades que ofrece el concepto tal como se ha operacionalizado hasta ahora. Por otro lado, pone de manifiesto la existencia de elementos patrimoniales Otros que se configuran por fuera de la norma establecida por el Estado, cuyo valor y aprecio no está sujeto a su capacidad de operar metonímicamente como la nación. En este sentido, lejos de pretender que el Terremoto devenga patrimonio alimentario nacional, buscamos abrir espacios para una reflexión crítica en torno a los procesos de patrimonialización.

Para acercarnos al caso hemos realizado observación directa en fondas y ramadas³ en las ciudades de Santiago, Arica y Osorno, es decir, en la zona central, el extremo norte y el sur

³ La ramada o fonda es uno de los sellos distintivos de las celebraciones nacionales. Son establecimientos ocasionales, que desde sus inicios han expresado una identidad de raigambre campesina que gira en torno a la comida, el baile y la alegría. Véase más información en <<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3545.html>>.

de Chile. Paralelamente, hemos analizado las opiniones de clientes del restaurante santiaguino El Hoyo, conocido por sus Terremotos; para acceder a estas opiniones hemos utilizado el portal web TripAdvisor y, en adelante, las citaremos haciendo referencia únicamente a un número de identificación de la siguiente manera: (op. núm.). Por último, nos hemos servido de encuestas y blogs especializados en alimentación, con el objetivo de abordar ampliamente la discursividad en torno al Terremoto.

Patrimonio, nación e identidad

El patrimonio alimentario tiene una serie de singularidades que lo habilitan como un campo de estudio particular dentro del conjunto mayor designado como patrimonio cultural. Dichas singularidades –relativas al hecho de ser consumido o incorporado en nuestros cuerpos, su transformación constante y sus múltiples posibilidades de apropiación por parte de los consumidores (Espeitx, 2007)– no evitan en ningún caso que el patrimonio alimentario esté sujeto a las mismas lógicas y procesos que atraviesan la producción patrimonial en general, de modo que hablar de patrimonio alimentario es hablar de representación, expresión de identidades y potencialidad económica (Espeitx, 2007; Álvarez, 2008).

Pensar en el patrimonio cultural de una nación como una representación significa, según Stuart Hall (2010), que los elementos sancionados como patrimonio pueden *estar en lugar* de la nación. En otras palabras, que esos elementos operan como epítome de una comunidad imaginada, limitada y soberana (Anderson, 1993). La relación entre patrimonio, alimentación, nación y representación se expuso de manera literal en el Centro Cultural Palacio de la Moneda el año 2008. En esa oportunidad, el Día del Patrimonio estuvo dedicado a la alimentación y se celebró instalando en el patio central un gran mapa de Chile hecho de alimentos.

Vinculada a la reflexión en torno a la representación debemos situar las definiciones que privilegian una mirada desde las identidades. La máxima, en este sentido, es que el patrimonio expresa identidades (Arrieta, 2009; Maillard, 2012; Prats, 2004), las cuales en nuestro caso están vinculadas al origen, producción y consumo de productos alimentarios. La capacidad expresiva del patrimonio o, si queremos, sus posibilidades de movilizar identificaciones no son, sin embargo, algo que aparece espontáneamente, sino que se relaciona con los procesos de patrimonialización.

Para que un elemento sea sancionado como patrimonio no basta que una comunidad determinada quiera expresarse, haya acordado ciertas coordenadas de identificación y seleccionado elementos, considerados propios, que se vinculen con esa identidad. Las activaciones patrimoniales constituyen procesos complejos de negociación y producción cultural siempre atravesados por el poder, en los cuales determinados agentes gozan de mayor legitimidad que otros para decidir sobre el patrimonio (Arrieta, 2009). En Chile, el Estado es el principal actor de la patrimonialización en tres sentidos imbricados pero diferenciables. Primero en un sentido económico, en tanto es el ente financiador de la

investigación orientada a producir alimentos patrimoniales, junto a conocer y difundir el patrimonio alimentario nacional. Financia, también, iniciativas privadas para la comercialización de este tipo de productos y la organización de instancias públicas, como ferias, muestras y seminarios de interpretación y difusión del patrimonio cultural. Segundo, en un sentido político-ideológico, en la medida que los representantes del Estado participan en la definición de qué es patrimonio, cuáles son los criterios para la patrimonialización y cuál el destino de los bienes patrimonializados. Por último, en un sentido que podríamos llamar jurídico, aunque no se exprese en un cuerpo de leyes, el Estado sanciona y legitima determinados procesos de patrimonialización, por ejemplo, a través de la publicación y/o financiamiento de inventarios, reconocimientos y certificaciones. Por lo tanto, los criterios de patrimonialización hegemónicos se expresan, de manera privilegiada, en los documentos que emanan del Estado o han sido financiados por este.⁴ En suma, diremos, siguiendo a Prats, que “la decisión de promover una activación patrimonial, a menos que sea una colección particular, es siempre una decisión política” (Prats, 2004: 32) y que el poder político instituido “es y presumiblemente será el principal agente de activación patrimonial” (Prats, 2004: 34).

Chile, país de Terremotos

Llegamos a las 19:30 horas a la Fonda del Estadio Nacional el día 17 de septiembre del presente año. Luego de dar una vuelta por los stands y entre una multitud de ofertas de bebidas alcohólicas, nos acercamos a un local donde se anunciaba “El Terremoto más grande Chile, 1800 litros de Pipeño, 500 litros de helado de piña (récord Guinness)” a \$2.500 pesos el vaso de medio litro. Había una fila de unas diez personas, pero avanzaba rápidamente. Luego de hacer la fila para pagar, nos pusimos en una segunda que era para recibir el pedido. Tras la barra de madera se encuentran tres mujeres quienes van preguntando a cada uno su pedido. Más atrás de la barra, otra mujer va rellenando los vasos plásticos con dos bolas de helado de piña marca Fruna que saca de un congelador. Al ritmo de la cueca “La rosa y el clavel”, que suena en toda la fonda del Estadio, la barwoman nos pregunta cómo queremos el Terremoto: con fernet o granadina. Le respondemos entre gritos que con granadina. La mujer toma uno de los vasos plásticos transparentes con helado de piña de su compañera, toma la jarra plástica que va llenando con el Pipeño y vierte sobre el vaso la granadina (que estaba en una botella de jugo plástica con un hueco en la tapa a modo de dosificador). Acto seguido nos ofrece una bombilla plástica que estaban ordenadas en un vaso y nos entrega nuestro Terremoto (nota de campo).

No es pura casualidad ni buena suerte etnográfica que en una de las fondas más emblemáticas de Santiago la mayoría de los stands ofrezcan Terremoto y gran parte de los asistentes, de manera transversal en términos etarios, se paseen con vasos llenos de Pipeño y helado de piña. Según el Estudio sobre la Chilenidad realizada por GFK Adimark el año

⁴ Esto en ningún modo supone la inexistencia de otros actores relevantes en los procesos de patrimonialización que, por cierto, pueden levantar criterios diferentes a los que propondremos aquí.

2016,⁵ el 70% de los encuestados reconoce al Terremoto como la bebida alcohólica que representa la chilenidad. Más específicamente, el Terremoto parece representar sobretudo a los habitantes de Santiago (76% versus un 56% en regiones), y a la población entre 15 y 35 años (80%, versus un 72% en la población de 31 a 51 años y el 66% en mayores de 52 años). La importancia del Terremoto durante las fiestas patrias se aprecia en el consumo, pero también en el uso del nombre (Terremoto) para bautizar los locales. En el estadio nacional encontramos la fonda “Terremoton go... atrapa tu Terremoto” (uniendo el bebestible con el popular juego de celular), “El Patrón del Terremoto” (que alude a la telenovela sobre Pablo Escobar) y “Terremoto los sobrevivientes” (que hace referencia a las consecuencias de este tipo de desastre natural). El uso de Terremoto como nombre revela su capacidad de representar la chilenidad a partir de la evocación simultánea de la bebida y los movimientos telúricos. En este sentido, podríamos decir que el Terremoto es una bebida que moviliza, desde su nombre, una memoria nacional. Por su parte, algunos discursos que circulan por internet refuerzan el vínculo entre chilenidad y Terremoto: “si eres chileno/a, sabrás que no hay 18 de septiembre sin un buen Terremoto. No, no queremos que tiemble la tierra porque de eso ya hemos tenido suficiente; queremos de ese Terremoto dulce y engañoso para bailar unas buenas cuecas”.⁶ Es tal la popularidad de esta bebida que se ha creado “la ruta del Terremoto”, disponible tanto para turistas extranjeros como nacionales⁷ y una versión sin alcohol para iniciar a los niños y niñas: el “Terremotín”, mezcla de jugo y helado de piña.

Respecto a sus orígenes, Lacoste *et al.* (2015) aducen que, según la tradición oral, este se remontaría a los meses posteriores al terremoto que asoló Santiago en 1985. El restaurante El Hoyo propone el mismo año de origen y lo vincula a la visita de un grupo de reporteros a Santiago que tenían como objetivo dar a conocer los daños provocados por el reciente sismo. A causa del calor dentro de este restaurante, pidieron algo de beber. Entonces “se le sirvió nuestro clásico Pipeño, al que por solicitud de los extranjeros se le adicionó helado de piña, según una idea original de Don Guillermo Valenzuela, [y] cuando lo probaron uno de ellos exclamó ‘¡Esto sí que es un Terremoto!’ y es así que nació el Terremoto”.⁸ Un comensal de El Hoyo ofrece otro mito de origen posible que al igual que el anterior refuerza la casualidad: “se supone que unos gringos pidieron Pipeño y que por estar muertos de calor pidieron helado de piña y ahí nació la base de este copete Chileno” (op. 381). El Terremoto, así como sus parientes, la Réplica y el Tsunami, son bebidas no planificadas, emergentes de una tragedia que se toma con humor y del equívoco.

Así, este brebaje “capaz de remecer los cimientos del bebedor más experimentado”,⁹ inició la ruta que lo ha llevado a formar parte de la serie de elementos que simbolizan la chilenidad puesta en acto en las fiestas patrias. Una chilenidad vinculada, al parecer, a la rusticidad:

⁵ <http://www.adimark.cl/es/estudios/documentos/gfk%20adimark_estudio%20chilenidad%202016.pdf>

⁶ <<https://www.sabrosia.com/2016/09/te-dejara-temblando-prepara-el-mejor-Terremoto-para-celebrar-las-fiestas-patrias/>>

⁷ <<http://www.lacuarta.com/noticia/ruta-del-Terremoto-lo-deja-con-tsunami-interno/>>

⁸ <<http://www.elhoyo.cl/Terremoto>>

⁹ <https://www.facebook.com/note.php?note_id=30330601650>

–Mire, Guillermo, sé que usted estará de acuerdo conmigo, pero el tiempo de la rusticidad ya pasó –le comentó ella–. Chile tiene que presentarse con cierta formalidad, saliendo de lo típico, de lo costumbrista...
–...de las ramadas con banderas y guirnaldas de papel... –agregó Guillermo.
–¡Exacto! Es necesario refinar las presentaciones... sacar el tiqui tiqui...¿me entiende? (Rodríguez, 2005: 41).

Este diálogo, seguramente ficcionado, entre la ex primera dama Marta Larraechea y el cocinero Guillermo Rodríguez, da cuenta de la versión de la chilenidad que se instala en ramadas y fondas. Una versión asociada a las ideas de “rusticidad”, “tipicidad” y “costumbrismo”, a una estética específica, alejada de la formalidad y el refinamiento: ahí encuentra su nicho el Terremoto. Pero lo cierto es que esta bebida no desaparece después del 18 de septiembre, ni representa exclusivamente a una versión folclorizada de la chilenidad.

Guachaca y tradicional

¡En este lugar se encuentra lo más tradicional de la cultura huachaca! Atendido por el mismo personal desde hace 20 o 30 años, comida típica huachaca en platos gigantes y lo clásico: ¡¡¡El Terremoto!!! Un lugar que no se pude dejar de visitar si vienes a Santiago (op. 390).

Algunas versiones de la cocina chilena pública, es decir, aquella que se ofrece en restaurantes, tienen al Terremoto por emblema. El discurso de los comensales que frecuentan el restaurante El Hoyo,¹⁰ ubicado en el barrio de Estación Central en Santiago, da cuenta del fuerte lazo que une a esa bebida con la llamada “cultura guachaca”, idea emparentada con “popular” y especialmente con urbano-popular: “El Hoyo or ‘The Hole’ is a working-class joint in a working-class neighborhood” (op. 339).

El concepto popular y cultura popular ha transitado, según García Canclini (1987), desde una visión más ligada al folclorismo a una conceptualización que acentúa el carácter subalterno de lo popular. Desde esta perspectiva, los procesos de urbanización e industrialización, las migraciones y la modernización, desestabilizaron una forma de entender la cultura popular a partir de la tríada tradicional, oral y manual y dieron lugar a

un significado difuso caracterizado por “su capacidad de reunir a grupos tan diversos, cuya común situación de subalternidad no se deja nombrar suficientemente por lo étnico (indio), ni por el lugar en las relaciones de producción (obrero), ni por el ámbito geográfico (cultura campesina o urbana)” (García Canclini, 1987: 8). De ahí que lo popular se entienda como una construcción ideológica, que permite abarcar de forma sintética todas estas situaciones

¹⁰ Fueron analizadas 100 opiniones expresadas en la web TripAdvisor. 55 de ellas mencionan el Terremoto. Las opiniones abarcan desde el año 2012 hasta el 2015 y fueron recogidas a lo largo del año 2015.

de subordinación, creando una identidad compartida. Desde un enfoque similar, el historiador Gabriel Salazar se ha referido a lo popular como aquello

que incluye todas las identidades que de una u otra manera no están integradas plenamente a la modernidad. Incluye, por tanto, no solo a la clase asalariada: incluye a todos los trabajadores precaristas, los autoempleados, los vendedores ambulantes, los artesanos, las compañeras prostitutas y todos sus derivados, los ladrones... Implica también distintas situaciones de discriminación, de desprecio, de rechazo, de inferioridad cultural en algunos casos.¹¹

Por su parte, guachaca es un chilenuismo que refiere a lo ordinario y mala clase, así como a las personas que beben en exceso.¹² Se vincula a la pobreza urbana, a un modo de vida ajeno a las elites y que originalmente operaba como una ofensa; pero desde mediados de la década de 1990 el valor adjudicado al guachaquismo comenzó a invertirse. En torno a la figura de Dióscoro Rojas¹³ se fraguó un colectivo que reivindicó el guachaquismo como forma de vida y coordenada de identificación legítima. Según la “Declaración Universal de la Fermentación Guachaca”, un verdadero manifiesto, los guachacas se autodefinen como “humildes, cariñosos, republicanos y Chilenos todo el año” y hablan de sí mismos como un colectivo que encarna el deseo utópico de una vida alternativa, menos ajustada a los cánones de productividad, éxito y consumo que caracterizarían a la burguesía:

Los Guachacas somos Humildes. No nos sentimos tigres ni jaguares, ni lobos, ni andamos dando recetas de cómo debe vivir el hombre y cómo debe estar organizado el mundo. [...] Cargamos sobre los hombros una injusta fama de lenguas sueltas, vagabundos, calentones, buscavidas, fiesteros, solo porque violamos las normas de la resignación colectiva, porque portamos el famoso virus de la desobediencia y no tenemos certificado de vejez obligatoria. Somos guachacas ¡y por algo será!¹⁴

Esa es la identidad que, desde el punto de vista de los comensales, se expresa en El Hoyo y, por extensión, en el Terremoto. Una identidad vinculada a la abundancia –“comida típica huachaca en platos gigantes y lo clásico: ¡¡el Terremoto!!” (op. 390)– a un comportamiento distendido –“el ambiente tan criollo e informal hace que te sientas cómodo” (op. 415), al buen humor –“típicos garzones estilo chilensis, con el humor a flor de labios” (op. 417)–, y también a los excesos: “la gente no se mide para tomar esos famosos Terremotos” (op.

¹¹ Entrevista a Gabriel Salazar en revista online *Zancada*, disponible en <<http://www.zancada.com/2012/11/entrevista-a-gabriel-salazar-el-concepto-de-lo-popular-es-muy-manejado-en-chile/>>

¹² En la RAE, guachaca se define como “ordinario, de mala clase”; “persona que acostumbra beber en exceso”. Disponible en <www.rae.es>.

¹³ Conocido también como “gran guaripola”, líder del movimiento guachaca.

¹⁴ Disponible en <<http://www.guachacas.cl/content/view/1325828/Quienes-somos-los-Guachacas-ah.html#content-top>> (consultado 01-12-15).

363). Dentro de este marco general, el Terremoto aparece como un imperdible, una bebida “famosa” y “clásica” que todos *deberían* probar y que es ampliamente recomendada a los turistas nacionales y extranjeros. Los dichos en torno al Terremoto y la Réplica (misma bebida pero de menor tamaño) destacan su carácter “popular”, “tradicional”, “típico”, y “chileno”: incluso un comensal indica que el Terremoto es “hoy por hoy más chileno que la propia chicha” (op. 439). En otras palabras, según las opiniones recogidas, el Terremoto goza de una capacidad de representación y evocación que lo habilita para disputar el espacio de la bebida nacional y, eventualmente, para formar parte del conjunto de alimentos y preparaciones patrimonializables.

Para comprender la fuerte identificación del Terremoto con la chilenidad popular introduzcamos algunos apuntes históricos sobre el vino Pipeño y los imaginarios que moviliza. Lacoste *et al.* (2015) catalogan al Pipeño como un vino chileno nacido en el siglo XVIII que debe su nombre al recipiente donde se conservaba: la pipa. El nombre “Pipeño” es interpretado como una respuesta identitaria, si queremos una resistencia, frente al proceso de afrancesamiento de la vitivinicultura de Chile durante el siglo XIX. Es por ello que quedó la tradición del vino Pipeño “para denominar al que se elaboraba con uva país, se pisaba con pie de hombre, se fermentaba en lagares abiertos y se conservaba en pipas de roble chileno” (Reyes Coca, 2003 citado en Lacoste *et al.*, 2015).

Hasta hace algunas décadas, el Pipeño era un vino considerado marginal, “propio de los campesinos pobres, elaborado a partir de uvas criollas y conservado en barricas de roble chileno, llamadas pipas” (Lacoste *et al.*, 2015: 90). Por lo mismo, era un vino que no revestía ningún interés para los grupos dirigentes del país, que se consideraba impuro y por tanto su producción –y razón de supervivencia– se debió a que no estaba destinado a las elites, sino que al pueblo. En palabras del agrónomo Alvarado Moore es “un vino bruto, es decir, sin clarificación, filtración ni decantación alguna. Se trata de un vino que tiene todas las impurezas, llamadas borras o heces” (Alvarado Moore, 1997, en Lacoste *et al.*, 2015: 92). Por otra parte, este vino es asociado al ambiente “de fiesta y celebración que gustan construir los campesinos. Alrededor del Pipeño se crea un ambiente de sociabilidad, de amores, de encuentros y desencuentros, de dramas y sucesos memorables” (Lacoste *et al.*, 2015: 93). El Pipeño traspasa al Terremoto el vínculo con el pueblo y la fiesta, así como una identificación con la impureza y la rusticidad. Pero el carácter popular de esta bebida tiene que ver también con su otro componente, el helado de piña, que, según nuestras observaciones, suele ser del tipo más barato que se encuentra en el comercio.

La percepción del Terremoto y, en general, de la comida guachaca, como elementos capaces de representar fielmente una versión popular de la chilenidad es, pensamos, lo que moviliza el atractivo turístico. Se habla de El Hoyo como “un muy buen lugar para conocer los reales gustos del chileno” (op. 351), “un lugar que a un extranjero se lo recomendaría a ojos cerrados, ya que se puede ver el típico Chile allí dentro” (op. 399) y donde “a los turistas los atienden como verdaderos parroquianos chilenos” (op. 402). Tal como ha señalado Poulain (2007) las comidas y bebidas, en el marco del turismo cultural, se conciben como una vía para conocer el país visitado y, por lo tanto, recomendar El Hoyo y el Terremoto es una manera de recomendar Chile, de mostrar el país a los visitantes. Pero no se trata de invitar a conocer cualquier Chile, sino el verdadero, el auténtico:

My daughter took us here our first night for an authentic Chilean meal. You might find it scary late at night, as it is a sketchy part of town. You probably need to speak Spanish though, or have someone who does because this is “the real deal”! (op. 389).

First of all, I love the neighborhood. Very real, authentic, not fake. The mercado was fun. Secondly, again, the atmosphere of this place is very real. Not pretentious, but proud. The food is not elegant haute cuisine but it is very delicious and they serve true Chilean food, old style. And it is dirt cheap. Definitely get your picture taken in the kitchen (op. 347).

La legitimidad del patrimonio está sujeta a la autenticidad en el sentido de originalidad, no solamente porque los lineamientos de la UNESCO así lo establecen, sino porque las propias comunidades valorizan su patrimonio en tanto auténtico o, al menos, más auténtico que otros (Pérez Winter, 2013). Sin embargo, la autenticidad que se espera del patrimonio alimentario no puede ser la misma que se espera de un monumento o una obra de arte. Las características propias del patrimonio alimentario, en particular el hecho de ser consumido y reproducible, suponen que su autenticidad no proviene del plato o el producto en tanto objetos, es decir, que no es la “autenticidad objetiva” (Wang, 1999) lo que está en juego. Según Expeitx, la autenticidad del patrimonio alimentario tiene que ver con “técnicas y conocimientos, con recursos y con territorios, con valores y con creencias” (2007: 166) y nosotras agregaríamos que tiene que ver también (y ante todo) con dos cuestiones. Primero, la autenticidad adjudicada al grupo humano que produce, consume y se identifica con dicho patrimonio; y segundo, la capacidad de los elementos patrimoniales de movilizar sentidos de autenticidad existencial. En otras palabras, la autenticidad del Terremoto está entretrejida con la autenticidad del guachaquismo y con la búsqueda de un sí mismo “real” por parte de los consumidores. Ahondemos al respecto.

La retórica de la autenticidad asociada al guachaquismo y al Terremoto se relaciona, sin lugar a dudas, con la identificación de lo auténtico con las clases bajas urbanas y la bohemia, tendencia extendida en la literatura del siglo XIX (Zukin, 2008). La visión romántica de la marginalidad y la criminalidad opuesta a la hipocresía de la burguesía hace emerger a las clases bajas, en nuestro caso a los guachacas, como sujetos desprovistos de falsa moral. En una línea algo similar Subercaseaux (2007) ha sostenido que en los discursos nacionalistas de principios del siglo XX en Chile las clases populares ocuparon el lugar de la chilenidad auténtica porque se imaginaban poco contaminadas de costumbres extranjeras, es decir, representaban algo así como la pureza cultural, pero también racial.

Por otro lado, el consumo de Terremoto podría dar lugar a la “autenticidad existencial” (Steiner & Reisinger, 2006; Wang, 1999; Handler, 1986). La búsqueda de autenticidad existencial, entendida como la experimentación de un sí mismo “verdadero” (Wang, 1999: 358) o “fiel a su naturaleza” (Steiner & Reisinger 2006: 299), implica, según Wang, un balance entre razón y emoción, autocontrol y espontaneidad, y en términos psicoanalíticos entre el principio de realidad y el principio del placer (Wang, 1999: 360). El guachaquismo representa precisamente el polo de la espontaneidad, los sentimientos y el placer y, por lo

tanto, si nos apegamos a la lógica del principio de incorporación tal como la entiende Fischler (1995), el consumo de Terremoto constituiría para los comensales una vía hacia la autenticidad.

Vincular el Terremoto con la autenticidad, tal como la hemos definido, supone que esta última no es una cualidad objetiva sino el emergente de una negociación y una condición percibida. Implica además un acercamiento que evita la idea de artificialidad asociada al turismo, porque no cabe duda que El Hoyo es un restaurante que se ha turistizado. La lectura de las opiniones colgadas en TripAdvisor informa que muchos clientes fueron por recomendación de los hoteles donde se alojaban; otra buena parte lo hizo porque había visto el programa de televisión de Anthony Bourdain y guías gastronómicas, como la Guía 100 de La Cav, donde promocionan este restaurante. Por otro lado, proponer que el guachaquismo traslada significados vinculados a la autenticidad y a clases sociales no quiere decir que seamos ingenuas respecto de la apropiación del concepto guachaca y del imaginario que lo constituye por parte del *mainstream* nacional. Basta mirar un poco internet, ver las noticias e interesarse por la farándula para apreciar que el guachaquismo se asocia a marcas de empresas, es promovido por las municipalidades y es valorado, deseado y consumido por sujetos que no se identifican con las clases populares. Si nos ajustamos a la definición de la cultura popular como categoría relacional que refiere a “lo que es excluido o entendido como oposición a las formas consagradas dominantes” (Cevasco, 2014: 64); podríamos incluso sostener que el guachaquismo está en camino de dejar de ser popular. Sin embargo, los comensales nada informan sobre este proceso. Al contrario, refuerzan el vínculo del guachaquismo con el mundo urbano popular. El fenómeno de apropiación y recontextualización del guachaquismo no tendría por qué impedirnos ver en los dichos de los comensales un deseo por entrar en contacto con una chilenidad auténtica y signada, en principio, por la clase y lo urbano.

Pipeño y Terremoto: patrimonios Otros

Si nos ajustamos a nuestras observaciones, a los resultados de las encuestas y a las opiniones que los clientes de El Hoyo expresan en TripAdvisor, no podemos sino afirmar que tanto el Terremoto como el Pipeño han entrado de lleno en el ámbito de lo patrimonial, es decir, que está dentro del marco de lo potencialmente patrimonializable. El Terremoto es una bebida que genera identificación y moviliza emociones, que se describe como tradicional y típica (dos cuestiones que podemos traducir como indicadores de lo propio), que se asocia explícitamente a la nación, que vehiculiza sentidos de pertenencia y autenticidad y, por último, que tiene potencialidad turística. Sin embargo, si prestamos atención al espíritu que guía la activación patrimonial de alimentos y platos en Chile, la pertenencia del Terremoto al espacio de lo patrimonializable se vuelve mucho más difusa.

En relación al patrimonio alimentario el Estado ha actuado, fundamentalmente, a través de dos organismos. En primer lugar, la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) encargada de promover, financiar y supervisar la producción de inventarios patrimoniales por región, así como la investigación agronómica en torno a productos patrimoniales. El objetivo de los

inventarios es facilitar el desarrollo tanto de una política agrogastronómica integral, además de servir como fuente documental para el emprendimiento de iniciativas relacionadas con los productos alimentarios y su función cultural dentro de las regiones. En segundo término, la Corporación de Fomento a la producción (CORFO) que ha jugado un papel sobretodo de financiamiento. El análisis de las publicaciones financiadas por ambos organismos¹⁵ nos ha permitido distinguir que las activaciones patrimoniales se basan en seis criterios: antigüedad, localización, riesgo de extinción o necesidad de salvaguarda, autoctonía y/o especificidad, y vinculación con la producción artesanal. No es necesario hacer un examen exhaustivo sobre el contenido de cada uno de esos conceptos, porque en general transitan por todo proceso de patrimonialización y en un sentido similar, pero de todos modos vale la pena clarificar algunos puntos.

Los inventarios de FIA son particularmente claros en su conceptualización de la tradición y la antigüedad. El objetivo de los inventarios es generar “apertura hacia los modos de ingesta tradicionales y a los antiguos consumos” (Montecino, Cornejo y Razeto, 2012: 19); desde esa perspectiva se asume que lo patrimonial “se descubre en la imbricación de productos y recetas, en un conjunto de conocimientos, símbolos y prácticas transmitidas transgeneracionalmente. Subyace a la idea de un patrimonio, la noción de continuidad en el tiempo, de un relato y un discurso que construye al interior de una familia o una comunidad, un ‘saber’ sobre los alimentos y sus preparaciones que pertenece e identifica a los sujetos con un locus determinado, con su historia y sus representaciones” (Montecino, Cornejo y Razeto, 2012: 20). En el caso de las preparaciones, es decir el conjunto comparable con el Terremoto, se determina como patrimonializable “toda aquella preparación que involucre productos, técnicas (recetas) y símbolos asociados a su factura y consumo de larga data, transmitida transgeneracionalmente (al menos cinco generaciones), y que sea considerada como propia o tradicional por sus hacedores y consumidores” (Manzur, 2016: 38).

La localización, según las fuentes consultadas, refiere al vínculo de un producto con un territorio subnacional: regiones político administrativas en el caso de los inventarios FIA y “comunidades”, es decir, localidades regionales en el caso del Arca del Gusto. En otras palabras, para que algo sea patrimonializable no basta con que esté vinculado al territorio nacional como un todo, sino que deberá representar una especificidad en el marco de ese territorio mayor. En los inventarios los productos patrimoniales son caracterizados de la siguiente manera: “los productos tienen en común que en su mayoría se cultivan en pequeña escala, a nivel familiar y de forma tradicional, y que están adaptadas a las condiciones locales” (Manzur, 2016: 42). En última instancia podemos decir que el patrimonio alimentario nacional es la suma de una serie de patrimonios subnacionales o locales vinculados a comunidades más específicas que los nacionales del país.

Por otro lado, la noción de artesanía y producción artesanal evoca, según Espeitx (1996), sentidos que trascienden por mucho la producción no mecanizada. Por una parte, ese vínculo permite sugerir que los productos patrimoniales se originan gracias a técnicas poco

¹⁵ Arca del Gusto e Inventarios de productos y preparaciones patrimoniales de las regiones de Valparaíso, Biobío y Arica y Parinacota.

agresivas y poco intrusivas. Por otro lado, el concepto artesanal movilizaría una serie de imaginarios en torno a lo “natural”, “no contaminado”, “tradicional” y “rural”. En última instancia lo artesanal evoca “una forma de vivir que se concibe como opuesta a la forma de vivir urbana e industrial” (Espeitx 1996: 87). Si se nos permite el paralelismo, diremos que los productos patrimoniales en Chile son en este punto similares a los productos de la tierra en España y, por lo tanto, que su identidad está construida, en buena medida, a partir de un particular entendimiento de la naturaleza y de los imaginarios, muchas veces justificadamente apocalípticos, sobre la agroindustria. Se trata de una identidad forjada desde una mirada urbana y, por lo tanto, preñada de lo que Hooks (1992) denomina “nostalgia imperialista”, aquel lamento por un pasado perdido o destruido que se añora aunque no se haya tenido nunca y aunque se haya colaborado en su destrucción.

El Terremoto no encarna casi ninguno de estos criterios. Ciertamente no está en riesgo de extinción, ni necesita ser protegido. Al contrario, como indicamos al principio, esta bebida goza de una vitalidad incuestionable. No solamente toma un lugar preponderante durante las fiestas patrias, sino que en diversas ciudades del país existen restaurantes que lo ofrecen como especialidad. Ahora bien, la antigüedad del Terremoto plantea un dilema más interesante: los comensales, como hemos indicado, hablan de él como un trago “clásico”, “tradicional” y lo perciben como antiguo (“data del año de la pera”). Sin embargo, quienes se han interesado por el Terremoto desde un punto de vista histórico datan su origen en 1985 (Lacoste *et al.*, 2015) y, por lo tanto, no rondaría las cinco generaciones de antigüedad que es el baremo que usa FIA para intentar operacionalizar el criterio de antigüedad y tradición. La distancia entre antigüedad comprobable y antigüedad percibida, así como la legitimidad de que goza cada una informa sobre los procesos de patrimonialización, porque tal como decíamos más arriba no es la opinión ni la percepción de los consumidores del patrimonio la más determinante al momento de decidir cuáles elementos serán activados y cuáles no.

Aunque según el estudio de GFK el Terremoto es más representativo de Santiago, hemos comprobado su presencia constaste a lo largo de todo el país;¹⁶ de tal modo, su localización no está sujeta al clima, la geografía, ni la diferencia cultural que pueda vehiculizar la división político administrativa nacional, ni es una bebida de una localidad o pueblo específico. Aun cuando podemos localizar el Terremoto en el territorio nacional e incluso sugerir que se trata de una especificidad nacional, no se ajusta al modo en que se concibe lo local, y si bien el Pipeño puede asociarse a un uso lingüístico autóctono, el helado de piña y el fernet o granadina lo remiten a otras latitudes.

Por último, el Terremoto que se consume en las fondas y en restaurantes como El Hoyo, poco tiene de artesanal: las marcas más utilizadas en su elaboración son Fruna, Chamonix y Panda, marcas que presentan el helado en envases de hasta dos litros a precios económicos y que se caracterizan por la producción industrial. Pero este no es el único factor que aleja

¹⁶ Arica (La picá del Chino, El rincón guachaca); Iquique (Bar del democrático, El rincón guachaca); Santiago (La piojera, El hoyo, Las tejas); Rancagua (Kapital); Talca (Espacio 90); Valparaíso (Pachangero, Gato en la ventana); Viña del Mar (Juglar, Stone); Chillán (Onde el pala); Concepción (La bodeguita de Nicanor, El averno); Los Ángeles (Quinta Newka); Angol (El tío Julio, El quincho); Temuco (La vida, La perrera, Los toneles, La casa del Terremoto); Valdivia (Punto de quiebre, Luca y ½, 1960, La chungu), y Punta Arenas (La perla del estrecho).

al Terremoto de lo artesanal. Es necesario considerar también que el vino Pipeño puede provenir de diversas fuentes y no necesariamente de la producción artesanal; y todavía más importante que todo lo anterior, el Terremoto es una bebida eminentemente urbana que, aun cuando moviliza sentidos de autenticidad y tradicionalidad, no evoca necesariamente lo no contaminado, lo rural y lo natural. A lo sumo podríamos posicionar al Terremoto en el terreno de la hibridez (y por lo tanto de lo impuro) que supone la mezcla de lo artesanal y lo industrial, del rural devenido urbano popular mediante la migración, del *gringo* que por error construye chilenidad y de la chilenidad que surge antes de la astucia que de la historia. La urbanidad del Terremoto es un elemento de identificación determinante que lo aleja de los sentidos que vehiculiza la noción de artesanía y de los imaginarios en torno a la ruralidad. Esta bebida se posiciona en un espacio social que no es relevado como el origen del patrimonio y se identifica con un grupo, los guachacas, que no corresponde, al menos desde el punto de vista de las publicaciones revisadas, al sujeto del patrimonio nacional. Veamos.

La vinculación entre patrimonio, tradición y ruralidad articula el discurso que se plasma en el Arca del Gusto. La introducción a este catálogo alimentario patrimonial sugiere que:

La visión global de la culinaria y la gastronomía debe ir en correlación con el respeto y cuidado de la pequeña agricultura, la valoración por el saber del pequeño campesino, de los pescadores artesanales y de quienes ejercen en oficio de la recolección. *Es a través de estas personas que el patrimonio cultural inmaterial se trasmite y perdura* (Arca del Gusto, 2014: 11-12).¹⁷

De este modo se establece el lugar, la ruralidad y los sujetos del patrimonio: pequeños agricultores, pescadores artesanales, recolectores/as. Un poco más adelante, en el prólogo del libro, una imagen algo parecida a la recién propuesta aparecerá asociada a la “culinaria tradicional”: “proponemos iniciar el viaje a la culinaria tradicional de nuestro país reconociendo en ella la presencia de identidades, conocimientos y relaciones prácticas con los socioecosistemas, que han sido resguardados y recreados por los *pueblos originarios y por hombres y mujeres del campo*” (Arca del Gusto, 2014: 15).¹⁸ Pareciera que es la vinculación directa con el trabajo agrícola y ganadero a pequeña escala lo que habilita a los sujetos para ser productores, guardianes y trasmisores de patrimonio, pero los pueblos originarios, los hombres y mujeres del campo, los pescadores artesanales y los recolectores no son concebidos *simplemente* como trabajadores, sino como sujetos que tienen una forma de vida particular y diferente. Es ahí donde radica el valor. La etnicización de la ruralidad es, en última instancia, el gesto que define a los sujetos del patrimonio. Los particularismos que el patrimonio pretende proteger se caracterizan, ante todo, por su capacidad de movilizar diferencia cultural.

¹⁷ Las cursivas son nuestras.

¹⁸ Las cursivas son nuestras.

El guachaquismo también puede ser leído como una cultura de clase y, la verdad, si nos internamos en su conformación bien podríamos ver ahí una especie de etnogénesis. Sin embargo, lo que el Terremoto vehiculiza es ante todo una identidad de clase o de clase etnicoracializada. En este sentido, el Terremoto y el Pipeño ponen en juego la posibilidad que sea una clase el sustrato de lo nacional y no la sumatoria de diferencias culturales. La representación de Chile que goza de mayor consenso en el ámbito de la alimentación es la de un país multicultural (Aguilera, 2016) y el Terremoto, aunque moviliza materia cultural, no se ajusta a esa norma. Al contrario, introduce una cuña, un ruido, que el multiculturalismo neoliberal no tolera: las diferencias económicas.

El Terremoto no cumple con los criterios que actualmente definen lo patrimonial y la imagen de Chile que vehiculiza no es hegemónica. Pone sobre la mesa una versión de la chilenidad que poco tiene que ver con la ruralidad idealizada. Una chilenidad urbana y popular, que evoca las clases sociales, los barrios atiborrados de gente, una cierta marginalidad romantizada, una bohemia precaria y, por lo mismo, desprejuiciada, encarnada en un sujeto: el guachaca, que según reza la “Declaración de la Fermentación Guachaca” no solo es lo opuesto a “los cuicos” sino que rechaza voluntariamente las exigencias de éxito y acumulación.¹⁹ Dificilmente los guachacas podrían operar metonímicamente como “los chilenos”.

En definitiva, el Terremoto y el Pipeño reponen la categoría clase para pensar la nación y, aun cuando el guachaquismo esté siendo absorbido por el *mainstream*, eso le impide representar la nación postdictatorial, neoliberal y multicultural. Ambas bebidas son, en ese sentido, patrimonios Otros.

Conclusiones

Los procesos de patrimonialización son producto de negociaciones donde entran en juego factores económicos, políticos e ideológicos de distinto carácter. Cuando el patrimonio se concibe como una construcción social que expresa identidades, el factor ideológico tiene que ver ante todo con cómo se imaginan esas identidades. Así, cuando hablamos de patrimonio alimentario nacional hablamos al mismo tiempo del proceso constante de construcción de los estados nacionales. El caso que hemos presentado ilumina justamente el ideario sobre la nación que sustenta los actuales procesos de patrimonialización en el ámbito alimentario.

El Terremoto es una bebida identificada con un grupo particular que ha extendido su capacidad de representación hasta disputar el cetro de la bebida nacional. Moviliza afectos

¹⁹ Cuando comenté esta hipótesis a algunos estudiantes de la carrera de Antropología recibí un comentario que llamó mucho mi atención. Desde el punto de vista de una estudiante el rechazo voluntario a la acumulación se estaría convirtiendo en una posibilidad legítima e incluso hegemónica a partir de los discursos que podríamos englobar en el slogan “No al lucro”. Agradezco a María Paz Vidal este comentario que ciertamente abre un espacio de reflexión en torno a la posición del guachaquismo como parte de la cultura popular en tanto aquello que es entendido por oposición a las formas dominantes.

y concepciones sobre lo tradicional, lo típico y lo antiguo. Goza de un importante potencial turístico, vehiculiza sentidos de autenticidad y opera como el epítome de una versión posible de la chilenidad. Los mismos conceptos que se usan para hablar de patrimonio se usan para hablar de Terremoto, pero el contenido de esos conceptos difiere en un caso y otro abriendo una brecha, un desajuste que informa sobre el modelo hegemónico de patrimonialización de alimentos en Chile.

Hemos propuesto que ese desajuste se explica por dos cuestiones. Primero, porque el Terremoto no encarna tres conceptos centrales en la activación patrimonial dirigida desde el Estado: artesanía, antigüedad y ruralidad. Se trata de una bebida vinculada a los urbanos, cuyo origen más plausible son los días posteriores al Terremoto de Santiago de 1985 e incorpora en su preparación un ingrediente eminentemente industrial: el helado de piña, así como el fernet y granadina. En segundo término, el desajuste se explica por la identificación del Terremoto con los guachacas, un colectivo de base urbana, asociado a las clases bajas y a un estilo de vida festivo y precario y, por lo tanto, distante de los hombres y mujeres de campo que han sido posicionados como los sujetos del patrimonio alimentario.

Pensar en el Terremoto como patrimonio supone re-pensar la nación. Se trata de un caso que desestabiliza, aunque sea superficialmente, el entramado multicultural y que implica volver a las clases sociales como principio que articula lo nacional. No sabemos cuál será el futuro del Terremoto, ni es nuestro interés que sea patrimonializado. Al contrario, su creciente popularidad y su capacidad para evocar versiones de la chilenidad contrapuestas a la hegemónica sugieren que no necesita protección ni reconocimiento oficial alguno para continuar en la disputa por ser la bebida nacional.

Bibliografía

Aguilera, I. (2016). *De la cocina al Estado nación. El ingrediente mapuche*. Barcelona, Icaria, Observatorio de la Alimentación.

Álvarez, M. (2008). “El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social”. En Álvarez, M. y Medina, X. *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Barcelona, Icaria, Observatorio de la Alimentación: 25-42.

Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D.F., Fondo de Cultura Económica.

Arrieta, I. (2009). “Comunidades, científicos y especialistas en los proyectos patrimoniales y museísticos: de ‘arriba-abajo’, de ‘abajo-arriba’”. En Arrieta, I. *Activaciones patrimoniales e iniciativas museísticas: ¿por quién? y ¿para quién?* País Vasco, Argitalpen Zerbitzu Servicio Editorial: 11-19.

Caldentey, P. y Gómez, A. (1996). "Productos típicos, territorio y competitividad". *Agricultura y Sociedad* 80-81: 57-82.

Castro, A. (2014). "Curar penas, alegrar el alma. Alcoholes y vino en los relatos campesinos chilenos". *RIVAR* 1(1): 60-77.

Cevasco, M.E. (2014). *Diez lecciones sobre estudios culturales*. Santiago de Chile, LOM ediciones.

Espeitx, E. (2007). "Los espacios turísticos del patrimonio alimentario". En Tresserras, J. y Medina, X. (eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo*. Barcelona, IBERTUR: 153-174.

----- (1996). "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra". *Agricultura y Sociedad* 80-81: 83-116.

Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Madrid, Anagrama.

García Canclini, N. (1987). "Ni floklórico ni masivo ¿qué es lo popular?". *Diálogos de la comunicación* nº 17.

Gusto, A. (2014). *Productos tradicionales y en riesgo de extinción en Chile*. Catálogo alimentario patrimonial. Santiago de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile.

Hall, S. (2010). *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Colombia, Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana; Instituto de Estudios Peruanos; Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador; Envión Editores.

Handler, R. (1986). "Authenticity". *Anthropology Today* 2(1): 2-4.

Hooks, B. (1992). "Eating the Other: Desire and Resistance". En Hooks, B. *Black Looks: Race and Representations*. Boston, South End Press: 21-39.

Lacoste, P.; Castro, A.; Briones, F. y Mujica, F. (2015). "El Pipeño: historia de un vino típico del sur del Valle Central de Chile". *IDESIA* 33(3): 87-96.

Maillard, C. (2012). "Construcción social del patrimonio". En Marsal, D. (comp.). *Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. Santiago de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: 17-31.

Manzur, M.I. (2016). *Patrimonio alimentario de Chile. Productos y preparaciones de la región del Biobío*. Santiago de Chile, FIA.

Montecino, S.; Cornejo, A. y Razeto, J. (2012). *Patrimonio alimentario de Chile, productos y preparaciones de la región de Valparaíso*. Santiago de Chile, FIA.

- Pereira Salas, E. (2007). *Apuntes para la historia de la cocina chilena*. Santiago de Chile, Uqbar editores.
- Pérez Winter, C. (2013). “Patrimonialización, turistificación y autenticidad en exaltación de la Cruz”. *Estudios y perspectivas en turismo* 22(4): 785-804.
- Poulain, J.P. (2007). “Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas”. En Tresserras, J. y Medina, X. (eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo*. Barcelona, IBERTUR.
- Prats, L. (2004). *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.
- Rodríguez, G. (2005). *Recetas con historia*. Santiago de Chile, Zigzag.
- Santana, A. (2002). “Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo”. En *actas 6to Encuentro nacional de turismo con base social*, Campo Grande.
- Schramm, K. (2004). “Senses of Authenticity: Chieftaincy and the Politics of Heritage in Ghana”. *Etnofoor* 17(1/2): 156-177.
- Steiner, C. y Reisinger, Y. (2006). “Understanding existential authenticity”. *Annals of Tourism Research* 33(2): 299-318.
- Subercaseaux, B. (2007). *Historia de las ideas y de la cultura en Chile. Tomo IV. Nacionalismo y cultura*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- Wang, N. (1999). “Rethinking Authenticity in Tourism Experience”. *Annals of Tourism Research* 26(2): 349-370.
- Zukin, S. (2008). “Consuming authenticity”. *Cultural Studies* 22(5): 724-748.

* * *

RECIBIDO: 2/3/2017

APROBADO: 5/5/2017

