



# ANCHOA

F E B R E R O 2 0 2 1

f i g u r a n

Agricultura regenerativa

Algarroba

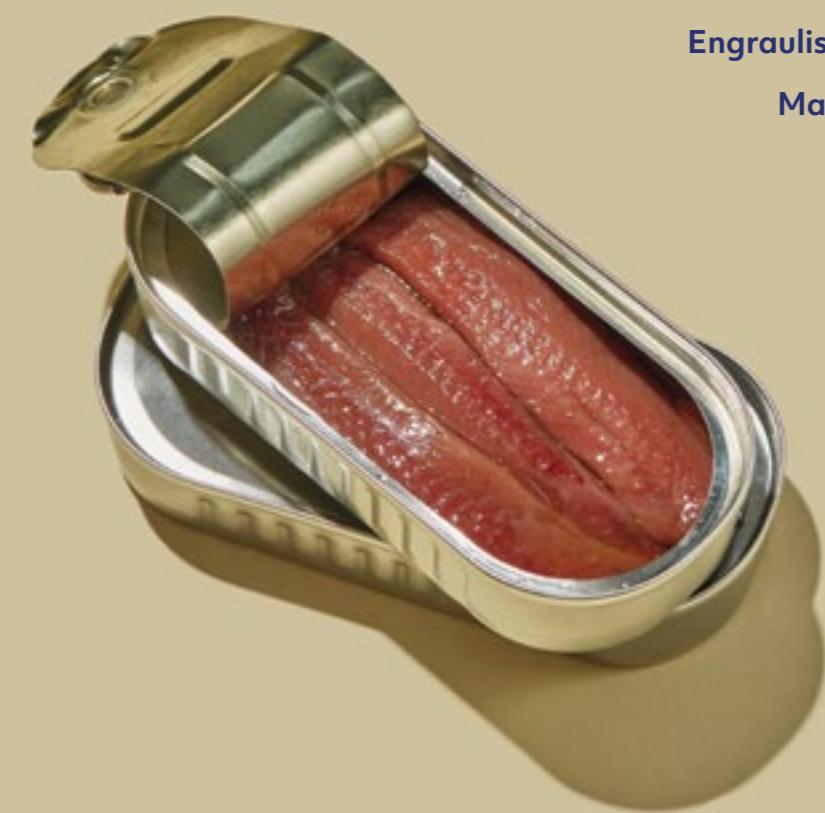
Bahía Bustamante

Densidad nutricional y la  
revolución del sistema

Engraulis anchoita

Mate

e d i c i ó n 0 0 1



a d e m á s

Oda a la pastelería

Pensamientos  
organolépticos

Plantas fantásticas

Quebracho

Quesos argentinos

Vino naranjo

una revista consciente  
de gastronomía





edición 001 • 2021

“Sos lo que comés, pero también sos  
aquello que come lo que comés.”

- Michael Pollan y Dan Barber



ANOCO

**Tapa**

La fotografía Huevos de campo vs de producción intensiva situada detrás de la tapa y contratapa muestra la diferencia en color de dos productos provenientes de distintas redes de producción.

Fotografía: Magali Polverino  
Food styling: Loli Braga Menendez  
Asistente de food styling: Agustina Salatino

**DIRECCIÓN CREATIVA Y EDITORIAL**

Bruna Fontevecchia

**DISEÑO**

Max Wilson

**ASESORAMIENTO INTEGRAL**

Teresa Pacitti

**EDICIÓN DE TEXTOS**

Andreina Himy

**CORRECCIÓN DE TEXTOS**

Pedro Rodríguez Pagani

**COMERCIAL**

Daniela Forti  
comercial@anchoamagazine.com

**ASESORAMIENTO OPERATIVO**

Luciana Safdie

**AGRADECIMIENTOS**

Reg, Saskia Fluckiger, Clarisse Fahrmann, Elliott Farquharson, Osman Ahmed, Manuel Sebastian Smith, Hernan Viva, Pablo Rivero, El Preferido de Palermo, Nicolas Martinez Taylor, Danny Mendoza-Hall, Paula de la Cruz, Javier Gortari, Andres Acevedo, Mechi Lopez, Carmelo Aguirre, Myriam Bunin, Alberto, Jorge y Agustino Fontevecchia, Gustavo Bruno, Marcelo Pavazza, Patricio Ferrario. Usamos la tipografía Ribes a lo largo de todos los títulos, diseñada por Luigi Gorlero vía www.collelttivo.it

Febrero 2021 - Edición 001  
Anchoa es una revista bi-anual  
impresa en Latingráfica a  
cuatro colores. Esta edición  
cuenta con 1000 ejemplares.

© Anchoa 2021. Todos los  
derechos reservados. Prohibida  
la reproducción total o parcial de  
esta obra por cualquier medio o  
procedimiento sin autorización.

@anchoa.mag  
www.anchoamagazine.com  
hola@anchoamagazine.com

ISSN en trámite.

**ANCHOA**

**ANCHOA**

**El placer del buen  
comer y entender qué  
lleva a ello.**

La conciencia alivia pero también escandaliza, abre puertas y cierra algunas, ilumina pero también oscurece. Anchoa es una revista consciente sobre materia prima en su máxima expresión, desde la producción hasta el plato y lo que viene después.

El placer del buen comer y entender qué lleva a ello.

Para nosotros, la conciencia arranca desde el punto de origen de la materia prima.

Sabemos que llegar a un estado de plena conciencia no es posible, por eso es que buscamos aprender con vos. Con cada edición esperamos ir expandiendo nuestra conciencia desde un lado editorial y poder ofrecer contenido lateralmente consciente. No es fácil desprendernos de nuestras costumbres actuales, dictadas por cadenas de suministro pixeladas y aisladas de nuestras vidas.

La intención no es pintar la conciencia

de amarillo flúo, alimentando esa grieta que a veces no parece parar de crecer. Al contrario: esta revista es para aquellos que disfrutan de lo gastronómico, lo rico, los sabores que nos llenan de placer y nostalgia, y que ese placer crezca a través del conocimiento, de la conciencia.

Anchoa es una comunidad de escritores, productores, recolectores, cocineros, fotógrafos, ilustradores, artistas y soñadores.

Anchoa es una revista de gastronomía del hoy. Un hoy donde ya no se puede hablar de la comida y de lo gastro sin considerar lo que pasa entre el origen de lo que comemos hasta el plato que tanto deseamos. La gastronomía es un vehículo social increíble y Anchoa es un homenaje a la materia prima, los que la producen y los que crean magia con ella.

Esperamos que les guste.

Equipo Anchoa

## Reflexiones: sobremesa organoléptica

Texto y fotografía: Nury Marandet

## Engraulis anchoita: el pequeño gran pez

Texto: Cayetana Vidal Buzzi  
Fotografía: Magali Polverino  
Food styling: Loli Braga Menendez

## Oda a la Pastelería

Palabras: Mica Najmanovich  
En colaboración: Valentina Ruderman  
Fotografía: Laura Macías Acuña

## Plantas fantásticas y dónde encontrarlas: la botánica que comemos

Texto: Joaquín Ais & Pablo Moroni  
Ilustraciones: Marcos Montiel

## Bahía Bustamante

Palabras: Matías Soriano  
Texto: Astrid Perkins  
Fotografía: Gentileza Bahía Bustamante Lodge

## Lo que comemos cuenta

Texto: Franco Fubini  
Fotografía: Emma Leigh Macdonald

## Anchoa Argentina

Milagros Brascó

## Nuevo viejo vino naranjo

Texto: Celina Bartolomé  
Fotografía: Josefina Lopez

## El árbol que no tapa el bosque

Texto: Laura Litvin  
Ilustraciones: Sebastian Cestaro

## Quesos artesanales: la importancia del nombre propio

Texto: Rodolfo Reich  
Fotografía: Magali Polverino  
Food styling: Loli Braga Menendez

## Enraizar el futuro en el suelo de hoy

Texto: Kevin Vaughn  
Ilustraciones: Penny Peligro

## ¿Quebracho? No

Palabras: Santiago Blondel  
En colaboración: Laura Litvin  
Fotografía: Mario Tizon

## Caá-mate

Fotografía y subtítulos: Toya Sarno Jordan  
Textos: Diana Haugg, Javier Gortari, María Luz Roa, Patricia Ocampo  
Edición: Andreina Himy

# Reflexiones: sobre mesa organoléptica

Nury Marandet creció en una familia que amaba el campo y la gastronomía, esa de recetas ancestrales transmitidas de generación en generación. Viajando con su familia, aprendió a gozar la diversidad culinaria en cada lugar, una manera de vivir y recorrer territorio que la acompaña en todo momento. Es creadora de Expresión Orgánica, un encuentro entre pequeños productores que ofrecen sus productos a corte por demanda, desarrollando la cultura a través del respeto por la tierra y sus habitantes. Cocinas, bares, particulares curiosos y creativos –todos ellos son “el nuevo mundo” al que Nury busca acercar un pedacito del campo.

TEXTO Y FOTOGRAFÍA: LIC. NURY MARANDET

Desde hace unos años escuchamos términos como “producto fresco”, “producto de región”, “producto estacional”, “agroecológico”. Pero ¿cuánto conocemos de cada uno de ellos? ¿Tenemos en cuenta estas características al momento de generar nuestra elección de compra?

Nada como ir a la verdulería y pedirle a quien nos atiende que nos cuente qué llegó desde el mercado, preguntar si reciben productos de alguna huerta directamente, o qué nos recomienda para preparar en nuestras cocinas.

Ese diálogo nos abre un mundo de aromas y sabores que puede sorprendernos. Sobre todo si nos cuesta

innovar o si al momento de elegir solemos caer siempre en las mismas frutas y verduras.

Las estaciones del año como referentes de consumo despiertan nuestra curiosidad: tantos colores en los cajones, los aromas atrapantes, o las abejas rondando la fruta. ¿Por qué es que las cerezas y melones nos atraen tanto en verano, mientras un kiwi o un pomelo nos piden que los llevemos a casa en invierno?

## Estacionalidad

Un producto de estación es una opción de consumo de un producto que crece





Zapallos verrugosos  
y berenjenas.

naturalmente en determinado momento del año, sin que forcemos el desarrollo de la semilla o el árbol.

Hoy encontramos gran variedad de frutas y verduras durante todo el año. Pero si empezamos a prestar atención, vamos a notar diferencias cuando estas cosechas corresponden de forma natural a la estación que estamos transitando.

Entre marzo y junio podemos encontrar zapallos muy diferentes entre sí. Cuando la primera helada cae sobre sus lomos, se concentra el azúcar y esto provoca que el zapallo no solo sea más dulce en boca, sino que también los aromas cambian, se acercan a los de sus parientes los melones. Al abrir, esos zapallos suelen ser menos fibrosos y con un corazón cargado de gotas o jugo dulce.

El otoño estará cargado de cítricos, igual que el invierno. Podemos sorprendernos con limones, naranjas, mandarinas y quinotos, para consumirlos frescos o convertirlos en mermeladas o confituras. Tendremos apio fresco para las sopas y las mejores legumbres que, tras un año de secado, llegan para nuestras preparaciones de olla.

A medida que se acerca la primavera, nos empiezan a tentar las verduras de hojas frescas, de la mano

de zanahorias, remolachas y frutas cargadas de colores. Nos acercamos a ellas para preparar jugos, ensaladas y postres. Cuanto más próximo esté el verano, más grande será la variedad de frutas y más las ganas de descubrir nuevas recetas y de dejarnos guiar por la curiosidad. También es el mejor momento de las hierbas aromáticas, como condimento o para infusionar: menta, orégano, laurel, salvia, cedrón, lemongrass y el fresco e intenso tomillo, entre otras. Con paciencia podemos llevar a secado artesanal para aprovecharlas en la temporada de otoño-invierno.

Con cada producto de estación que elegimos llevar a casa, estamos eligiendo respetar los ciclos naturales de la tierra y sus cultivos.

#### Agroecología

La agroecología es un método de cultivo de alimentos que intenta volver a las prácticas de agricultura ancestral, respetando los ritmos de la naturaleza y el ecosistema que circunda a nuestro desarrollo. Por eso, un producto agroecológico es estacional. Se cultiva en un ambiente que favorece el desarrollo de la semilla en forma natural, sin la

utilización de agroquímicos, lo cual favorece la relación del hombre con la tierra y con sus pares. También se valora y busca la colaboración entre quienes trabajan en las huertas: a través de estos desarrollos, lo social forma parte del crecimiento junto a los cultivos.

Muchos de ellos se desarrollan a cielo abierto, sin la protección de invernaderos. Las inclemencias del clima -heladas, sequías, vientos y sol intenso- son riesgos para el productor, ya que la cosecha se puede frustrar o demorar. Pero gracias a todo esto, el resultado final llevará la marca de su trayectoria. Será un producto "sin maquillaje".

No podemos adelantar la siembra, ni podemos acelerar la cosecha, cada cultivo crecerá tal como lo hicieron sus antepasados. La semilla guarda todos los datos necesarios para llegar al momento de cosecha en el tiempo esperado. Nada de lo que viene de la tierra se da por generación espontánea (bueno, existen plantas a las que llamamos "espontáneas", porque crecen sin que las hayamos sembrado, pero ese es otro tema). Aprender a esperar. El campo hace que desarrollemos la paciencia. Los consumidores deben hacer lo mismo.

#### Producto de región

La Argentina es tan extensa que posee muchas zonas productivas en las que podemos cultivar frutas y verduras de una misma familia, por ejemplo frutillas, pero de diferente variedad.

La variedad otorga características específicas que le permiten desarrollarse en diferentes zonas, partiendo de la adaptabilidad, la cual les va a aportar la capacidad de generar un nivel diferente de azúcar o acidez, tamaño, cantidad de jugo y frescura una vez cosechadas. Por esta razón podemos conseguir frutillas desde septiembre hasta diciembre o enero —muy diferentes entre ellas pero, en fin, todas frutillas.

Llegan al mercado primero las frutillas de Tucumán, que, al encontrarse más al norte, reciben sol más tempranamente y durante más horas. Por este motivo, tienen un tamaño, corazón y acidez diferentes a las que llegarán desde Santa Fe, Buenos Aires y Patagonia (en ese orden irán madurando). Las características que las diferencian son el resultado de la "región productiva" y la capacidad de adaptarse que desarrollaron a través de varias

**Con cada producto de estación que elegimos llevar a casa, estamos eligiendo respetar los ciclos naturales de la tierra y sus cultivos.**

generaciones, sumado al manejo y el control del cultivo. Cuando comenzamos a diferenciar estas características, podemos saber cuál es nuestra región de preferencia y qué variedad va mejor con nuestros gustos. ¿Frutillas grandes, de corazón blanco? ¿Pequeñas y dulces, de corazón rojo?

Frutas de carozo (duraznos, damascos y otros), cítricos y papas o batatas, son también ejemplos de productos que pueden crecer en diferentes regiones.

#### Consumo responsable

¿Qué nos lleva a elegir determinado producto? Nos acercamos a la verdulería con una idea de lo que queremos llevar a casa, pero no siempre tenemos variadas opciones de compra, y pocas veces nos pueden asesorar sobre región o productor. Las modas de consumo pueden hacer que volvamos a casa con un profundo sentimiento de frustración. El kale, el zapallo princesa, los cherry chocolate que buscamos no están en la verdulería de la esquina o nuestro verdulero amigo nunca los escuchó nombrar. Quizás lo encontramos, pero el precio escapa a nuestro bolsillo.

Todas las variables emocionales que puede provocar la elección de un producto fuera de su momento de cosecha pueden desaparecer si elegimos consumir productos de estación y priorizamos lo que nos gusta, dejando de lado lo que "deberíamos comer". La ausencia de arándanos o de frambuesas, debido a que en Patagonia se dilató el momento de la recolección, puede ser una excelente excusa para



Uvas tintas.

buscar otra alternativa. El imprevisto es una invitación para animarnos a probar, abrir nuestro paladar. En este caso, podrían ser moras o zarzamoras; comparten estacionalidad y tal vez estén ya maduras y cargadas de color.

#### **Características organolépticas**

¿Cómo huele un tomate? ¿Qué acidez tiene un pomelo rosado? ¿Cómo elegir un melón? ¿Qué diferencia a la pera de verano de la de invierno?

Para responder estas preguntas, no nos queda más que acercarnos al producto y probarlo. Utilizando nuestros sentidos –ver, oler, tocar, saborear– podemos interpretar o descubrirlo. Recordar estas sensaciones es fundamental para entender lo que vamos a consumir.

Escuchar nuestros recuerdos suele ser una hermosa herramienta para poder decidir la compra.

El recuerdo de un aroma nos llevará al momento exacto en que empezamos a amar o rechazar ese producto. Las fragancias tienen la capacidad de retrotraernos en el tiempo. Nos pueden guiar a buscar aquellas frutas que amamos únicamente porque las relacionamos con momentos agradables de nuestra infancia. Como también, si nuestra experiencia con un aroma no fue del todo buena, se generará el rechazo, que tal vez no fue provocado por la fruta en sí, sino por las circunstancias que nos rodeaban.

Las frutas y verduras en su punto justo de maduración son ideales para crear este registro aromático, aprender a confiar en las texturas que genera un buen momento de cosecha, en las variables entre azúcar y acidez. Pero sobre todo, en aquellos productos que provienen de cultivos agroecológicos serán más sobresalientes las características de aroma y sabor de su variedad.

Está también la posibilidad de jugar con nuestros sentidos y presentarles la misma fruta en diferentes momentos desde que fue cosechada. Vamos a notar cómo cambia, cómo crece en azúcar, muta su firmeza al tacto, o asoma como miel en la nariz. Así podemos aprender a realizar con ellas diferentes preparaciones que pueden resultar extremadamente diferentes entre sí.

#### **Acceso al consumo de productos frescos**

Lo ideal es consumir cultivos que se encuentren próximos a nuestro lugar de residencia, lo que nos garantiza frescura, redundando de esta manera en aromas y sabores, conservando además texturas y evitando deterioros que pueden desarrollarse si transcurre mucho tiempo desde la cosecha hasta su llegada a nosotros. Las ferias del barrio y pequeñas verdulerías son siempre una buena opción para conocer nuevos productos, acceder a mejores precios y poder conversar con los vendedores, que muchas veces suelen ser también productores y pueden asesorarnos y guiarnos.

#### **¿Qué significa ser un producto orgánico?**

La producción orgánica, al igual que la agroecología, persigue el cuidado del medio ambiente. Se evita la

utilización de fertilizantes, plaguicidas y otras sustancias sintéticas. La producción orgánica además busca utilizar al máximo los recursos de la zona productiva.

Todo producto “orgánico” tiene que ser respaldado por una certificación, que es obtenida luego de un período prolongado de controles que garanticen su condición. Si los procesos de agroecología son desarrollados de forma consciente, los cultivos pueden, testeos mediante, obtener la certificación orgánica.

Una diferencia sustancial es que no todo producto “orgánico” respeta la estacionalidad, cosa que es indispensable en un cultivo agroecológico.

Con este breve panorama, y con tanto producto “orgánico” en el mercado, pidamos ver las certificaciones al momento de realizar nuestra compra. La certificación garantiza y respalda las características que diferencian al producto. Los cultivos agroecológicos por otro lado buscan potenciar la relación de “confianza” con quienes los elegimos.

#### **Generar un jardín comestible**

El jardín comestible es la versión acotada del bosque comestible. En él, pueden convivir flores, hierbas aromáticas, algunos cultivos netamente estacionales (para no sembrar en vano) y las plantas que siempre nos gustaron. La biodiversidad va a acompañar la sanidad de los cultivos y la aparición de polinizadores. Tener esta posibilidad de desarrollo nos acerca a los aromas y la frescura que sólo nos garantizan los productos recién cosechados.

Para proyectar un jardín comestible no es necesario contar con mucho espacio. Solo es fundamental saber qué esperamos de esa nueva forma de encarar nuestro espacio verde. ¿Conocemos el entorno? ¿Somos conscientes de qué sembramos y cuánto de ello vamos a consumir? Empecemos por observar cómo pasan las estaciones por nuestro lugar, cómo llega el sol, cuánta sombra, humedad o viento hay.

Obtener lo mejor de nuestros cultivos, y un producto “sin maquillaje”, lleva planificación, seguimiento y paciencia. Con estos elementos, es posible que en la próxima temporada de cultivo, nuestro jardín empiece a parecerse un poco a una huerta.

**La ausencia de arándanos o de frambuesas, debido a que en Patagonia se dilató el momento de la recolección, puede ser una excelente excusa para buscar otra alternativa. El imprevisto es una invitación para animarnos a probar, abrir nuestro paladar.**



Nury Marandet cortando hojas de naranja silvestre.  
Fotografía: cortesía Santiago Sanchez Freijo.

PALABRAS: CAYETANA VIDAL BUZZI  
 FOTOGRAFÍA: MAGALÍ POLVERINO  
 FOOD STYLING: LOLÍ BRAGA MENÉNDEZ  
 ASISTENTE DE FOOD STYLING: AGUSTINA SALATINO

# Engraulis anchoíta: el pequeño gran pez

**La indiferencia local hacia nuestra anchoíta, tan venerada en el exterior, abre interrogantes sobre nuestras costumbres gastronómicas. Por eso esta revista eligió su nombre: la anchoa argentina es un emblema de excelencia dentro de nuestra soberanía alimentaria, pero por cultura o por negocio (¿qué es primero, el huevo o la gallina?), la ignoramos.**

Es pequeña, salvaje e impredecible. Mide entre 14 y 20 centímetros, y nada en cardúmenes desde el sur de Brasil (24°S) hasta la Patagonia (48°S). La Engraulis anchoíta se pesca principalmente para el salado-madurado y es una obsesión para quienes viven de ella. ¿Por qué? Porque es imposible saber el momento exacto de la zafra (así llaman al momento de su captura, dulce como la caña de azúcar), ni qué cantidad se cosechará (otra palabra agropecuaria aplicada a la pesca), ni si las piezas serán de un buen tamaño (si son muy pequeñas, los países importadores

las rechazan), pero los catorce saladeros que han sobrevivido en Mar del Plata la siguen esperando cada primavera como al hijo pródigo.

Los chefs la glorifican porque es una poderosa fuente de umami, el quinto sabor, santo grial de la gastronomía. Forma parte de la culinaria española e italiana –por nombrar a las principales– desde la época de los fenicios, que introdujeron en todo el Mediterráneo la técnica de salazón, quizás la primera forma de cocción sin fuego. El objetivo era la conservación: por siglos las



anchoas saladas fueron el único pescado capaz de viajar tierra adentro. Génova era un gran centro de producción gracias a sus salinas pero los italianos, luego de agotar su recurso marítimo, desembarcaron en España con todo su expertise. Se establecieron en dos puertos: L'Escala, sobre la Costa Brava (donde hoy hay un Museo de la Anchoa y de la Sal) y Santoña, sobre el Mar Cantábrico, hasta el día de hoy la meca mundial de la anchoa.

Hoy España es el primer productor de anchoas saladas del mundo. Su anchoa pertenece a otra especie, la *Engraulis encrasicolus*, y, al igual que los italianos siglos atrás, ellos también agotaron su caladero. Fueron los años de oro de la exportación Argentina –de 2010 a 2015 la veda fue total, pero el recurso ya empezó a flaquear a fines de los 90– y, aún hoy, los españoles siguen enviando veedores cada primavera para seleccionar sus anchoítas desde el momento mismo en que salen del mar. Mientras, el consumo interno de Argentina es bajísimo: el 80% de nuestra querida *Engraulis* anchoita se exporta. En 2020 se enviaron 2661 toneladas de anchoas en salmuera a, en orden de volumen exportado, Estados Unidos, España, Marruecos, Perú, Albania, Francia, China, Túnez, Grecia y Sudáfrica. Las anchoas maduradas también tienen su público, siendo Brasil su principal comprador.

Además de la anchoa en salazón y los boquerones (su versión curada en vinagre), gran parte de su consumo se lo debemos a la llamada "sardina argentina". Así fue bautizada porque su sabor suave, muy bien recibido por el paladar argentino, tiene cierta similitud con el de las sardinillas (cuya pesca no se desarrolló en nuestro país), pero se trata en realidad de una anchoita cocinada apenas salida del agua, y luego envasada en aceite.

Por otra parte, los picos anuales de consumo en nuestro país son la Navidad –¿qué sería del vitel toné sin el toque mágico de sabor en su salsa?– y la Pascua, cuando en general sube el consumo de pescado por motivos vagamente religiosos, y el boquerón conquista las mesas argentinas. Los que saben dicen que para saborear una anchoa curada en sal en todo su esplendor no hay como la santísima trinidad: pan, manteca y anchoa. Pero también se la utiliza en la salsa de la

ensalada Caesar (posiblemente la razón por la cual Estados Unidos es un comprador tan importante), en la salsa putanesca, y pare de contar. También hay picos de consumo aislados pero de gran valor cultural, como los 25 kilos que se compran anualmente, desde hace casi 30 años, para la fiesta de la Bagna Cauda en Humberto Primo, provincia de Santa Fe. Allí, mil descendientes de inmigrantes italianos se juntan a compartir este manjar campesino originario del Piamonte: ocho anchoas medianas y 6 dientes de ajo por kilo de crema, donde se mojan verduras diversas, siendo el cardo la más tradicional.

No todos, claro. Detrás de los 14 saladeros que sobreviven en Mar del Plata, hay personas comprometidas con el oficio, al punto de sostenerlo por tradición y pasión, aunque no sea reddituable. Estos saladeros tienen décadas de historia, ya que en su mayoría fueron creados por inmigrantes italianos llegados al puerto de Mar del Plata después de la Segunda Guerra. Eran principalmente sicilianos y napolitanos, pescadores de oficio que, al encontrarse con tanta anchoita en nuestras costas, decidieron practicar otra de sus tradiciones: la salazón. Armaron saladeros en sus propias casas, normalmente a cargo de las mujeres, una historia que comparten gran parte de las empresas de salazón de anchoas de Mar del Plata.

#### **Primero, el proceso**

¿Qué hace de una semi-conserva de anchoa un producto de excelencia? Los factores son varios. Para enumerarlos, es necesario describir el común denominador y contrastarlo con el trabajo artesanal. Recién salida del agua, la anchoita llega al saladero. En algunos se seleccionan las piezas más aptas y en otros no: cada uno tiene su propio manual de usos y costumbres. Se meten en tinas de 500 litros con agua, hielo y sal, donde se dejan entre 24 y 48 horas. Pasado este tiempo se les corta la cabeza, se quitan las vísceras y se las desangra. Allí pasan alla vera carne, su comunión con la sal, un proceso que requiere oficio. Las anchoas se van colocando en barriles en forma de corona, intercalándose con la sal. Aquí termina el proceso para la mayor parte de las anchoas que se exportan. Los tiempos y modos de maduración se deciden en el país de destino. Para obtener la semi-conserva



# El 80% de nuestra querida Engraulis anchoita se exporta. En 2020 se enviaron 2661 toneladas de anchoas en salmuera a, en orden de volumen exportado, Estados Unidos, España, Marruecos, Perú, Albania, Francia, China, Túnez, Grecia y Sudáfrica.

final, el proceso continúa. En el barril se coloca un collar con un excedente de anchoas en sal y, sobre éste, un peso que, gracias a un mecanismo osmótico, permite que el pescado vaya perdiendo el agua y la sal empiece a penetrar en sus tejidos. Allí comienza el período de maduración, que oscila entre los 4 y 6 meses, a veces menos, dependiendo de las demandas del mercado. El pescado va deshidratándose y perdiendo mucho peso –de 1000 kilos de pescado fresco quedan 350 kilos de pescado madurado-. Mientras, la sal va cocinando la carne, tal como en el caso del jamón crudo, hasta que el salazonero –o las presiones comerciales de este– considera que la maduración ha terminado. En esa instancia hay dos opciones: se les quita el excedente de sal y se envasan para consumo interno, normalmente en frascos de vidrio con aceite de girasol; o, en algunas excepciones, como dicta la tradición española, se escaldan. El escaldado consiste en sumergir las anchoas saladas en agua a 60°C para

bajarles el tenor de sal pero, en el proceso, el agua caliente (apenas lo suficiente para que no se cocinen) les quita el brillo del lomo. La tradición en Argentina, tal como la italiana, es que el lomo brille. Las diferencias del proceso industrial y artesanal pasan fundamentalmente por el cuidado en el tratamiento del producto y el tiempo de curado en sal. A continuación, el zar de la anchoa artesanal argentina: Hernán Viva.

## Jugarse por lo artesanal

En 2017, el chef Hernán Viva recibió un fuerte golpe familiar que lo impulsó a volver a su Mar del Plata natal. Había trabajado 20 años para la cadena de hoteles Sheraton en distintas sedes del mundo, pero privilegió estar cerca de los suyos, guiado además por la certeza de que Mardel tenía el potencial de ser, por la calidad de su pesca, "la San Sebastián de Argentina". Ya en ese entonces, Viva había desarrollado una obsesión por las anchoas. Las compraba en sus viajes (hoy tiene alrededor de 60 latas de distintos orígenes) e investigaba sobre su proceso de elaboración, siempre fantaseando con reproducirlo en Argentina. De regreso en Mar del Plata, decidió poner manos a la obra. Pero para eso necesitaba un saladero en funcionamiento y dispuesto a darle un espacio para hacer su prueba piloto. Así llegó a Antonio Dimeglio, dueño del saladero Belleza de Mar, dedicado mayormente a la exportación, quien lo ayudó a evaluar el proyecto. "Esto es como el vino: hay diferencia de sabor y calidad según el tiempo de evolución, y de eso depende el precio. Terminamos haciendo un producto pensando en hasta cuánto está dispuesta a pagar la gente en Argentina, apuntando a la calidad", cuenta Viva. La marca hoy lleva su nombre y se distribuye en locales selectos. Es altamente valorada por importantes chefs del país, entre ellos Donato De Santis, quien la seleccionó para la venta en sus mercados Cucina Paradiso.

Las diferencias en el proceso de Hernán Viva, 100% artesanal, se dan desde que el pescado fresco entra al saladero. Al no poder predecirse el momento exacto en que esto sucederá, el chef trabaja siempre con el mismo equipo para seleccionar piezas (30 en el kilo), para así lograr el máximo estándar de calidad. Una vez que las anchoas están en sal –traída de un salar en La Pampa– se maduran durante 12 meses a temperatura controlada. A partir de

los 10 u 11 meses, se empiezan a abrir ciertos tambores que tienen marcados y la empiezan a probar. Cuando al morder tiene una textura tersa pero con cierta resistencia –hay oficio e instinto en esta decisión–, la anchoa está a punto. En ese momento realiza el escaldado: el pescado se sumerge en agua a 60°, se le quita la piel y luego, para cortar la cocción, se las sumerge en agua fría. A diferencia de la norma, Viva utiliza agua salada, siguiendo un proverbio español que dice: "La anchoa sale del agua salada y muere en agua salada". "El agua dulce le baja el tenor de sal pero le achica la vida útil al producto. La anchoa tiene un proceso de saturación en sal, y en un momento no sala más", cuenta Viva.

El proceso de escaldado es muy rápido. Se realiza en cestas de mimbre, para no dañar el pescado. Luego la anchoa se centrifuga y se seca envuelta en paños de algodón. Entonces pasan a manos de las fileteras –oficio tradicionalmente realizado por mujeres–, que seleccionan y cortan las piezas, todas del mismo tamaño, y las sumergen en aceite de oliva virgen de calidad (Zuelo). El empaque es otra marca distintiva de Viva. Sus anchoas van en blisters sellados al vacío: 25 unidades en los 100 g, todas mayores de 10 cm, en aceite de oliva. "En blister la anchoa evoluciona mejor. Para mí la anchoa tiene que ir flat (plana), como en la lata. La hojalata es muy cara en Argentina, por eso se utiliza el frasco, pero nosotros invertimos en un packaging para que esté a la altura del producto", concluye, no sin antes aclarar que una vez abierto el blister, las anchoas deben guardarse en la heladera cubiertas en aceite de oliva, en un recipiente cerrado. Su apasionamiento por la calidad y el cuidado del producto invitan a seguir todas sus recomendaciones. A fin del 2020, Viva lanzó también sus boquerones. En este caso el proceso es infinitamente más corto. La anchoa recién pescada se marina en vinagre por 24 horas –él utiliza vinagre de torrontés–, se deja secar 24 horas y queda lista para ser empacada en aceite de oliva. Por su sabor más suave y acidulado, el boquerón es "más fácil" que la anchoa salada, pero ¿qué chef no sueña con todo ese umami celestial?

## Aprovechamiento total

Otro aspecto interesante del trabajo de Hernán Viva es su enfoque sustentable.

Nada se desecha, todo se aprovecha, y sorprende todo lo que una anchoa tiene para dar. Para empezar, la colatura, que proviene nada menos que del fluido que chorrea de los tanques donde se madura la anchoa. Fue un hallazgo de los italianos, o más bien una reversión moderna del garum, un aderezo ancestral resultante de pescados fermentados con tripas y vísceras previamente curadas en salazón. Antes se lo descartaba, dejándolo fluir por las napas, hasta que en el pueblo de Cetara, en Italia, descubrieron su potencial. Hoy el frasquito de 100 ml de colatura di alici–coladura de anchoas– se vende en Europa a un promedio de 20 euros. La sal mezclada con la grasa de la anchoa, luego de procesada y filtrada varias veces, da como resultado este líquido color ámbar de sabor y aroma muy profundos, un potenciador natural del sabor que es umami puro. "Hay que saber usarlo muy bien: si te pasás no lo podés corregir –comenta Viva–. Se calcula una cuchara o cuchara y media por kilo de arroz. Bien usado tiene algo en el paladar que te explota en la boca". En 2020 él inició el trámite

## De 30 saladeros que había en las épocas de gloria en Mar del Plata, hoy quedan 14.

para poder lanzarlo con su marca, pero, una curiosidad: como el Senasa (el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) no tenía precedentes de este producto en la Argentina, Viva tuvo que presentar una investigación histórica, que le llevó cuatro meses de trabajo, para que crean en el producto. Finalmente logró lanzarla al mercado (también se vende en los mercados de Donato).

Otro producto que está en los planes de Viva es una sal natural elaborada con los espinazos de las anchoas, que hoy se descartan. Ya hizo unas pruebas deshidratándolos y moliéndolos, y resultó en un producto de puro colágeno con mucho sabor. Seguramente los chefs agradecerán su existencia, pero aún le falta la aprobación del Senasa. Por último, con el recorte de las puntas y la panza planea elaborar pasta de anchoas. Este producto ya se comercializa en la Argentina pero Viva





**La Engraulis anchoita tiene dos stocks, como se llaman en la jerga: el bonaerense y el patagónico. Pero hay un dilema con la anchoa patagónica: al moverse en aguas más frías, genera más grasa corporal como reserva y su curado en sal requiere más tiempo.**

planea ponerla en pomos para hacerla más versátil, más cómoda para trabajar en la cocina. El Senasa exige que el interior de los pomos lleve un barniz, y esta es una tarea que Viva deberá cargarse para concretar su sueño.

#### **La crisis del negocio: la venta del San Genaro**

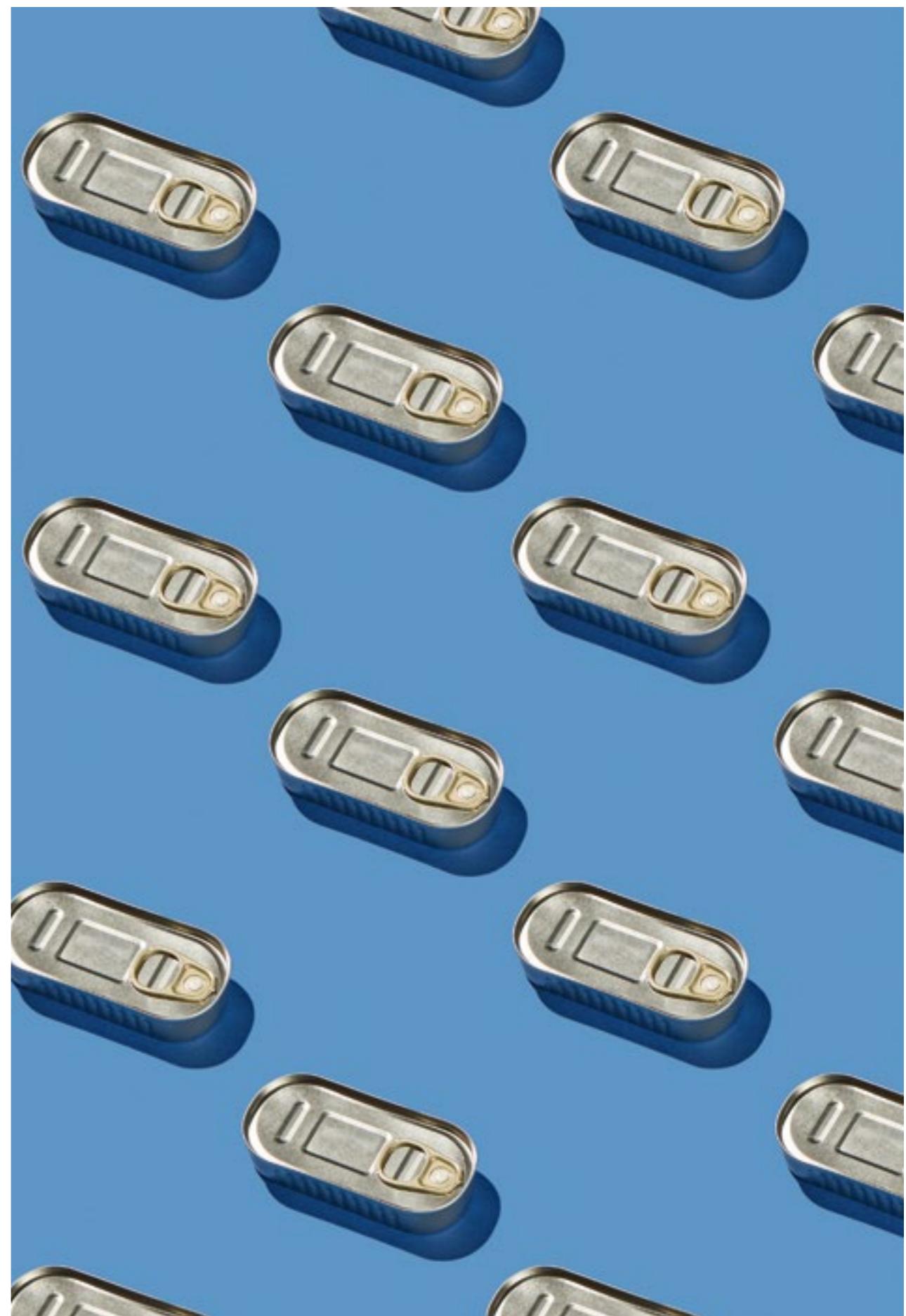
Tony Di Scala es dueño del saladero Mar Picado. Empezó hace 66 años en el fondo de la casa de sus abuelos italianos, él pescador y ella saladera, ambos de Ischia, la soñada isla napolitana. Eran los años posteriores a la Segunda Guerra, y el puerto de Mar del Plata estaba poblado de inmigrantes italianos con ganas de prosperar en la tierra prometida. Más adelante, su padre y su tío hicieron crecer el negocio, tenían incluso flota propia. Ya en 1997 España estaba agotando su caladero de anchoas, y en 2005 tuvieron que decretar la veda,

para levantarla recién en 2010. Fueron los años dorados de Argentina: los españoles no pueden vivir sin anchoas y nosotros éramos su principal fuente de provisión. Hoy siguen comprando anchoa argentina porque quieren asegurarse el producto ante una nueva veda, pero las cantidades son mucho menores. "Llega la zafra y siempre decimos: ¿qué vamos a hacer este año?" Porque el mercado externo no es muy motivador, pero no queremos que se pierda el oficio, es algo que le transmitimos a nuestros hijos", nos cuenta Di Scala. Además, en las exportaciones, los valores comerciales se imponen internacionalmente, y ya sabemos cómo le gusta bailar al dólar en Argentina... Como resultado, de 30 saladeros que había en las épocas de gloria, hoy quedan 14, la mitad de ellos habilitados como frigoríficos con el objetivo de mantener la industria en pie. Así es como los Di Scala tuvieron que vender el San Genaro, su último barco, dedicado hacia dos décadas a la pesca de anchoita. "Lo mandó a construir mi padre y fue como parir un hijo", cuenta Di Scala con un nudo en la garganta.

#### **Colaborar para despuntar el vicio**

A fuerza de pasión por el oficio, Di Scala desarrolla pequeñas partidas de anchoas maduradas para terceros, como las que hizo recientemente para la bodega Traslapiédra, ubicada en la zona de Paraje Altamira en Mendoza. Según nos cuenta uno de sus dueños, Santiago Garriga, "la zona es un desierto marino, en el fondo quedó enterrado un mar, y todo ese carbonato de calcio está pegado a las piedras donde crecen las uvas". Incluso sus etiquetas toman la temática marítima: sacar una línea de anchoas y boquerones estaba alineado con la marca. Tony selecciona filetes de un buen largo y ancho, los madura en sal durante un año y medio y, siguiendo la tradición española, los escaldá. Luego los envasa en frascos de vidrio en aceite de oliva y Traslapiédra los vende, en partidas limitadas, en su tienda online. Por su sabor intenso, las anchoas no son fáciles de maridar, pero, según Garriga, a "la santísima trinidad" le van bien los vinos ligeros, de acidez alta, como un sauvignon blanc o un pinot noir.

Di Scala también se embarcó en un proyecto, por ahora experimental, con el chef Martín Moroni, dueño de Sal de Aquí, un emprendimiento de cristales de sal desarrollado en Chubut.



Esta es la sal que normalmente se utiliza en España para el curado pero en Argentina nunca se había probado. "La sal marina tiene menos cloruro de sodio pero muchos otros minerales, lo cual genera fermentaciones mucho más complejas, porque esos minerales interactúan de distintas maneras con la carne", cuenta Moroni. Esta partida de anchoas aún está en proceso de maduración, pero ya puede verse que han desarrollado un color distinto, "un marroncito más ajamonalado", según la descripción de Di Scala. En principio, las pruebas indican que la sal marina acelera el proceso de maduración, lo cual puede convertirse en una ventaja a

de riesgo de reproducción de la merluza-. "Hace dos años que pescamos todos los inviernos frente a Rawson y los tamaños de la anchoita son buenísimos, con muy buen rinde (entre 32 y 44 piezas por kilo) y porcentajes de grasa menores de lo que se creía (6 g). A partir del año pasado se hicieron las inversiones y salieron 12 barcos. La zafra fue tan buena que ya hay varios interesados en venir a instalarse a la provincia y poner saladeros", cuenta Novello. Las pruebas hablan por sí solas: en 2020 se llevaron 3 millones de kilos del Sur a Mar del Plata, de los cuales el 35% fueron para exportación en barriles en salazón y el 75% restante para el mercado interno.

## Ni las anchoas se salvan de la ambición de los empresarios. El recurso pesquero debe regularse para cuidar la preservación de su ciclo y mantener saludable el negocio.

nivel comercial. Por otro lado, la sal de mina desarrolla una bacteria llamada olófila, una pesadilla para los saladeros de anchoa, que detiene la baja temperatura, un costo que no todos pueden asumir. Por ahora la bacteria no se está desarrollando con la sal marina, lo cual sería otra gran ventaja a favor. Habrá que esperar al resultado final para sacar conclusiones definitivas.

### Aguas divididas: anchoa patagónica, ¿sí o no?

La *Engraulis* anchoita tiene dos stocks, como se llaman en la jerga: el bonaerense y el patagónico. Pero hay un dilema con la anchoa patagónica: al moverse en aguas más frías, genera más grasa corporal como reserva y su curado en sal requiere más tiempo –recordemos que la sal "consume" la grasa de la anchoa-. Esto hizo que por años los españoles la rechazaran y, por lo tanto, que no rinda comercialmente. Lo que pocos cuentan es que la cantidad de anchoita en Mar del Plata está bajando porque las políticas pesqueras y los grandes empresarios no cuidan el recurso.

Uno de los principales promotores de la pesca de anchoita patagónica es Pablo Novello, propietario de barcos pesqueros y expresidente de la flota amarilla –30 barcos a los que, en el área de Rawson, se les permite pescar dentro de la zona

Hoy la anchoita patagónica tiene un futuro prometedor. El año pasado la Secretaría de Pesca, el gobierno de Chubut y los distintos municipios se unieron para promover su pesca, con el objetivo de generar mano de obra y empleo durante todo el año en el puerto. Estacionalmente, el langostino y la anchoita se cruzan. El langostino, principal fuente de pesca y exportación en la región, se pesca entre noviembre y marzo; y la anchoita, entre mayo y agosto, que solían ser meses muertos en Rawson. "El agotamiento del recurso hoy lo están empezando a vivir con el langostino: hay una fatiga, un agotamiento de su ciclo de vida. Hasta que no le den un descanso, no va a mejorar", dice Novello, terminante.

Ni las anchoas se salvan de la ambición de los empresarios. El recurso pesquero debe regularse para cuidar la preservación de su ciclo y mantener saludable el negocio. A su vez, es importante que se cuide la enorme tradición cultural de los saladeros marplatenses, y la apertura de saladeros en el puerto de Rawson abre nuevas posibilidades de crecimiento para este valioso oficio. Un enfoque sustentable es esencial para que nuestra *Engraulis* anchoita siga muchos años más viva y coleando.



PALABRAS: MICA NAJMANOVICH  
 EN COLABORACIÓN: VALENTINA RUDERMAN  
 FOTOGRAFÍA: LAURA MACÍAS ACUÑA  
 ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: STEFANIA CRUDELI  
 VAJILLA: OBRA DE MANO  
 ROPA: DELEON

# Oda a la Pastelería

Mica Najmanovich es cocinera y pastelera. En 2018 abrió su propio restaurante, Anafe. Hoy reflexiona sobre el lado (no tan) dulce de la gastronomía: qué le hicieron creer que significaba cocinar, las dinámicas de género que marcaron su carrera, y cómo logró enamorarse de la pastelería.

*No cocinamos cosas dulces para sobrevivir o simplemente nutrirnos. Es un regalo, es conexión, generosidad, alegría. Un elixir de placer superpoderoso – Nat Paull, Beatrix Bakes, Melbourne, Australia.*

De chica, muy chica, cuando mis papás me leían cuentos, había uno en particular que era mi favorito. No recuerdo para nada la historia exacta y nunca pude volver a leerlo, porque está en hebreo, pero jamás me olvidé de las tortas. Se llama "Papá me da vergüenza", del escritor israelí Meir Shalev, y trata sobre un niño a quien cuida su papá mientras su mamá trabaja: lo lleva al cine con amigos, al jardín en bici y a la pileta. El embrollo sucede cuando llega la fecha del concurso de pastelería en el jardín. Todos tienen que llevar dulces para comer, para que la maestra los pruebe y elija el mejor. Sin alternativa, nuestro padre protagonista se pasa toda la noche haciendo una torta.

Cuando llega al jardín, en una página que se quedó grabada por siempre en mi cabeza, nos muestran una variedad de dulces distintos: muffins con crema de manteca, torre de eclairs con cubierta

de azúcar de colores, baklava; y la suya, una rueda marrón muy poco apetecible. La maestra empieza a cortar todos los dulces y a probarlos, pero, cuando llega a la rueda en cuestión, papá protagonista agarra el cuchillo para cortarla con sus propias manos. Cuando hace el primer corte empiezan a brotar de adentro flores de azúcar, salsa de caramelo, merengue rosa y blanco, frutillas, ¡de todo! Obviamente, gana, el niño está orgulloso de su padre y son felices para siempre. La sorpresa y celebración de tener algo tan majestuoso en frente me quedó para siempre. El poder de una gran torta.

Existe esta idea de que saber hacer postres no es cocinar. Los fuegos son el gran premio, uno que se gana el más viril. El conocimiento normativo dentro de una cocina es el de la comida salada, elijo creer que es porque todos cocinamos para nutrirnos, para conservar los alimentos, para sobrevivir. Lo dulce tiene como función única y exclusiva la indulgencia.

¿Cuándo comemos tortas? En cumpleaños, fiestas de 15, casamientos y aniversarios. ¿Y cuándo comemos



Montadito de paté sobre  
financier de castañas de  
cajú y chutney de peras.  
Plato amorfo en gres con  
esmalte cristal.



ANCHOA





**Quienes hacemos  
pastelería tenemos una  
enorme responsabilidad:  
que ese pequeño  
bocado dulce le haga  
justicia al antojo.**

postre? Mucha gente come fruta en su casa, pero postre, de verdad, en mayúsculas y con todas las letras, solo en ocasiones especiales. Cuando salimos a comer o cuando "nos lo permitimos". Lo dulce está ligado al fruto prohibido. Yo culpo, entre otras cosas, a la cultura de la delgadez y la dieta: la demonización de los azúcares, las harinas y las grasas. Si bien este es un tema aparte que no nos compete en esta nota en particular, ayuda un poco al punto al que quiero llegar: quienes hacemos pastelería tenemos en nuestras manos la enorme responsabilidad de que ese pequeño bocado dulce le haga justicia al antojo.

Lo sorprendente fue que gracias a los fuegos me enamoré de la pastelería. Desde que decidí dedicarme a la cocina, entendí que me gusta el trabajo en restaurante. Soy bicho de adrenalina: me gusta la concentración, la velocidad y la maximización del tiempo con el que trabajamos. Y el servicio... amo el servicio. Emplatar, cortar, cantar comandas, ver la maquinaria funcionando aceitada. Me gusta emperrarme y salir de ese empecinamiento. Me gusta terminar, tomarme una copa de vino, y al otro día hacer todo de nuevo. Quienes

trabajamos en la cocina somos un poco adictos a la adrenalina, y quien diga que no, que tire la primera piedra.

En esos comienzos lo único que quería era trabajar con fuegos, pero siempre entraba directo en la plaza de postres— pues mujer es fina, delicada y agraciada. Viendo esta realidad como único horizonte en mi vida, le agarré bronca a la pastelería: el único conocimiento que estaba adquiriendo era el de no-cocinera, pastelera. Llegué a pensar que llevaba un cartel bien grande en mi frente que decía: "Esta chica nunca va a poder trabajar en fuegos".

Un día, después de pasar por las plazas frías y dulces de un puñado de restaurantes en la Argentina y Australia, me confiaron los fuegos en Alo's, el primer lugar que se puso mi formación al hombro. En esa plaza salada entendí que todo mi tiempo de formación como pastelera no había sido en vano, sino que había aprendido conocimientos que pocos tienen. Me habían hecho cocinera, con todas las letras, y una muy buena. Solo le había agarrado bronca por culpa de preconceptos impuestos por jefes de cocina violentos, machistas y, sobre todo, anclados en una tradición clásica que caducó hace tiempo. Dejé de pelear



Torta de limón y coco.  
Plato hecho en gres con  
esmalte cristal.



Torta de frambuesas y rosas.  
Plato hecho en gres con  
esmalte cristal.



**Fue gracias a los fuegos  
que me enamoré de  
la pastelería.**

con la pastelería, empecé a respetarla y prestarle atención.

La pastelería me cautivó para siempre por los conocimientos que requiere y por su ocasión de consumo. Seamos honestos: cocinamos para dar placer. La tarea no es mezclar ingredientes para crear un plato balanceado, sino para que el resultado final sea rico. Encontrar un buen pastelero o pastelera es una de las tareas más difíciles cuando se tiene un restaurante. Más allá de que seamos pocos y estemos escondidos, para hacer preparaciones dulces se necesita una técnica única: conocimiento único sobre la composición química de los alimentos, sensibilidad extrema frente a las temperaturas, obsesión desmedida por el orden y la limpieza (a nadie le gusta estar rodeado de pegotes), un ojo estético

hiperdesarrollado, y un respeto hermoso por el producto y la materia prima. En general, trabajamos con productos caros y somos muy celosos de ellos, nos guardamos nuestro chocolate, nuestra vaina de vainilla, nuestro termómetro y nuestra tabla. Escondemos la crema que nos gusta y pedimos nuestras leches y huevos especiales, porque son las bases de nuestras estructuras aunque parezcan lo más básico y simple del mundo.

Nuestro trabajo, desde las cocinas de la nobleza europea hace 500 años hasta los restaurantes de ahora, no pasa por la nutrición. La función de la pastelería es complacer. No son tantas las veces que se eligen nuestros productos, así que tenemos que hacer que cada encuentro sea memorable. Exprimirle el jugo a la ocasión, ese es el gran desafío.

Tortas sobre plato amorfo  
con patitas en esmalte gres  
cristal y plato hecho en gres  
con esmalte cristal. Paté con  
financier sobre porta velas  
piedra esmaltado gris. Floreros  
piedra. Porta velas barroco.



TEXTO: CORNUCOPIA – JOAQUÍN AIS & PABLO MORONI  
ILUSTRACIONES: MARCOS MONTIEL

*Si ignoras el nombre de las cosas, desaparece también lo que sabes de ellas - Carolus Linnæus, Philosophia Botanica. 1751*

Combatimos contra un reduccionismo visual que relega las plantas que nos rodean a un fondo borroso. En nuestras cocinas, los productos del reino vegetal son "brotes", "frutas", "verdes" o "verduras". No le prestamos demasiada atención a la especie o al órgano de la planta que consumimos –¿quién se escandaliza si

en lugar de la raíz ofrecida en el menú le sirven un tallo subterráneo?–. Transitar las andanzas del plan corporal vegetal nos sitúa en un mundo de desolación, una infinidad de (inadvertidos) desaciertos.

Somos, por naturaleza, un animal clasificador; nuestra existencia depende en gran medida de la capacidad que tenemos para distinguir similitudes y diferencias<sup>1</sup>. A pesar de tal virtud, nuestra perspectiva centrada en los animales nos impide contemplar las

# Plantas fantásticas y dónde encontrarlas: la botánica que comemos

El coco, la semilla más grande del mundo, es capaz de flotar y hacer viajes transatlánticos. Al morder el corazón de un higo, masticamos cientos de avispas que allí iniciaron y finalizaron su vida como polinizadores. Cada planta comestible, a través de su diseño y composición, puede contar la historia de un fascinante viaje –solo es necesario detenerse a contemplar–. Joaquín Ais y Pablo Moroni son los biólogos detrás de la dinámica plataforma educativa CORNUCOPIA, que explora la vinculación entre Ciencia y Gastronomía.

plantas tal como son –un preocupante desenfreno si consideramos que el reino vegetal garantiza la vida sobre la faz de la Tierra-. El concepto de ceguera de las plantas<sup>2</sup> denota la dificultad que poseemos para percibir las especies de plantas que forman parte de nuestro entorno. Esta condición constituye una fuente significativa de negligencias hacia los ecosistemas: si no somos capaces de reconocer que las plantas

son mucho más que el fondo verde en el teatro de la vida, probablemente tampoco nos interesemos por las políticas de conservación de la biodiversidad vegetal. Resulta necesario, entonces, reflexionar sobre esta limitación a santo de aumentar la conciencia por el cuidado de la vida en la Tierra. En este marco, ¿qué historias deberíamos contar en el afán de equilibrar la balanza hacia el lado

<sup>1</sup> Raven, Peter H., et al. "The Origins of Taxonomy." *Science*, vol. 174, no. 4015, 1971, pp. 1210–1213.

<sup>2</sup> Wandersee J.H. & Schussler, E.E. Preventing plant blindness. *Am. Biol. Teach.* 61, 82–86. 1999





verde de la vida? No lo sabemos con certeza; sin embargo, podemos eludir por un momento las manifestaciones del reino animal para sumergirnos en el enigmático mundo de las plantas. En particular, en una de las más encantadoras series temporales de la naturaleza: la tríada conformada por la flor, el fruto y la semilla.

Hablar de plantas suele (mal) interpretarse como una invitación a la quietud, a lo estático. Es en una de las obras en las el dramaturgo belga Maurice Maeterlinck aborda la vida de la naturaleza que encontramos quizá la primera y más detenida reflexión al respecto: "Ese mundo vegetal que vemos tan tranquilo, tan resignado, en que todo parece aceptación, silencio, obediencia, recogimiento, es por el contrario aquel en que la rebelión contra el destino es la más vehemente y la más obstinada"<sup>3</sup>. En la odisea de sobrevivir en su condición inmóvil y expuesta, las plantas ganan todos los concursos de diseño e ingenio: aportan aroma, color y sabor, dan sombra y dispensan frutos; constituyen un perfecto entramado de alimento y placer. Donde quiera que nos encontremos estamos acompañados de plantas con flor; árboles, arbustos, palmeras y jardines, campos dorados de maíz y trigo, frutos y hortalizas, los brillantes destellos de color en las florerías, los matices del cine y la literatura. Ahora bien, ¿cómo es que alcanzaron esta hegemonía universal y se diversificaron hasta niveles tan espectaculares? Lo consiguieron a través de la belleza de su flor, el punto de partida para esta tríada.

#### I — Las flores del (mal) bien

Antes de que prosperara la primera planta con flor, el mundo ostentaba grandes bosques de coníferas y helechos arborescentes. Nada mal para retratar un verde paisaje, pero qué angustioso vacío el pensar en un mundo sin flores. En la embriaguez de los perfumes, y ataviadas con vestidos de colores armoniosos, las flores se emperifollan para encantar al polinizador: abejorro, abeja, mosca, mariposa o polilla. La flor constituye el primer acto de rebeldía contra la inmovilidad en el libertario camino de las plantas hacia el desplazamiento, evadiendo así la porción de tierra en que el destino las ancla. Es un espectáculo sin igual, "un prodigioso ejemplo de

# "¿Qué historias deberíamos contar en el afán de equilibrar la balanza hacia el lado verde de la vida?"

insumisión, de valor, de perseverancia y de ingeniosidad"<sup>4</sup>. ¡Las plantas se mueven!

¿Quién puede imaginar una confluencia más perfecta de diseño, función y belleza que la representada por una flor? La danza de los sépalos, pétalos, estambres y pistilos en las fragantes y coloridas primaveras no son más que estrategias para llamar la atención con silenciosa insistencia. Una orquesta de polinizadores responde al espectáculo, esparciendo el polen a los extasiados gineceos en donde los óvulos, luego de la fecundación, se transformarán en semillas. Esto es, por sobre todas las virtudes florales, el quid de la cuestión. La flor encarna la morada original de la vida futura que, en virtud de su inteligencia, construye la nave nodriza que garantizará la dispersión de las semillas para la incesante conquista de nuevos territorios.

#### II — La consagración de la primavera

Al revés de lo que sucede con el reino animal, el primer y peor enemigo de los vástagos es el tronco materno. La planta madre, enraizada en un punto del espacio, está destinada a matar de hambre o ahogar a las pequeñas plántulas que intenten germinar en la miseria de su sombra. Aquí es donde se atomiza la maravilla del fruto: somos testigos nuevamente del esfuerzo vegetal por sacudir el yugo y conquistar el movimiento. Sigue que el fruto, la segunda entrega de esta tríada, deriva de las paredes de la delicada morada que circunscribe el gineceo, aquella minúscula vasija emplazada en el corazón mismo de la flor. Tras la fecundación, los muros del gineceo comienzan a crecer y se transforman en un objeto capaz de volar, flotar, abrojarse al transeúnte de

<sup>3</sup> Maeterlinck, Maurice. *La inteligencia de las flores*. Buenos Aires: Interzona, 2015.

<sup>4</sup> Maeterlinck, M. Ob. cit.

**“Ese mundo vegetal que vemos tan tranquilo, tan resignado, en que todo parece aceptación, silencio, obediencia, recogimiento, es por el contrario aquel en que la rebelión contra el destino es la más vehemente y la más obstinada.”**

- Maurice Maeterlinck

turno, o consolidarse como la fuente de energía ideal.

Los frutos que desarrollan pulpa –limón, durazno, pepino, tomate, entre otros– constituyen golosinas perfectas, vistosamente presentadas con colores brillantes, aromas que embriagan, texturas permisivas y sabores incomparables. Este crisol de sensaciones cifra el ineludible signo de la maduración, un lenguaje familiar debido a que los frutos inmaduros –con semillas todavía gestándose dentro– suelen ser amargos, correosos y verdes. Queda claro que aún no es el momento de consumirlos. Cuando las semillas están listas para emanciparse de la planta madre, estos frutos sufren una serie de irresistibles transformaciones que logran conquistar nuestro deseo: cuerpos carnosos repletos de agua azucarada, la perfecta conciliación entre lo ácido y lo dulce, una explosión de color y aromas que logran hacernos palpititar la primavera con una simple brisa.

Resulta imposible negarse a este frutal encanto de la naturaleza; es que “la sangre dulce que en la lengua estalla al oprimir la carne de una fruta es la palabra viva y absoluta en que cada [planta] su virtud ensaya”<sup>5</sup>. Nada tan asépticamente presentado ni tan bien envuelto como un fruto, “sometid(o) a la prueba de mercado de millones de años de selección natural”<sup>6</sup>. ¡El corazón de la flor moldeado exclusivamente para el consumo animal!

### III — La(s) bella(s) durmiente(s)

Bienvenidxs al mundo de las semillas,

esas pequeñas estructuras que dan sentido a cada uno de los esfuerzos de la vida vegetal. Ponemos un grano en la tierra, como si enterráramos un muerto, y renace una planta que a su vez da granos. Es fácil imaginar cómo esta sucesión representó, desde las primeras civilizaciones, los misterios de la vida y el ciclo permanente de las estaciones. Hay, en la semilla, una imperiosa y trascendental necesidad de perpetuarse en el espacio y el tiempo, de (re)iniciar el ciclo tantas veces como sea posible.

En el mejor de los escenarios, el vehículo frutal ha conseguido que la diminuta semilla encuentre su lugar en el mundo. Esperando la luz y la lluvia para cosechar primaveras, las semillas albergan embriones: plántulas con todas sus partecitas ya formadas que aguardan, latentes, el momento para desperezarse y comenzar a transitar el eterno coqueteo con el sol. Ahora bien, ¿cómo es que un delicado vástagos puede sobrevivir a las dificultades de la vida? Es gracias a la planta madre que, en virtud de su talento, garantiza un escudo de procesos físico-químicos capaces de evitar que aquella vida futura sea presa fácil de cualquier animal o microorganismo. Por otro lado, en el afán de aleantar los primeros y tortuosos pasos de la nueva vida, los retoños son (casi siempre) provistos de un succulento paquete de energía concentrada, ese banco de calorías en extremo importante para nuestras dietas.

Sin lugar a dudas, las semillas constituyen el grueso de nuestra alimentación: arroz, legumbres, maíz y trigo. Pero resulta necesario considerar, también, cómo las semillas se encuentran en el centro de nuestro entramado social. Como bien observó el excelso escritor gastronómico Harold McGee, “diez mil turbulentos años de civilización se han desplegado a partir del pálido reposo de la semilla”<sup>7</sup>. No es necesario mirar más lejos de la agricultura: desde las primeras sociedades humanas, las semillas dieron “la nutrición y la inspiración para empezar a moldear la naturaleza adaptándola a sus necesidades”<sup>8</sup>. No solo se generó la necesidad de gestionar y supervisar provisiones, sino que también surgió un aumento de población ligado a un cierto grado de comodidad agrícola –relativo, pero infinitamente preferible a los peligros de la vida nómada que precedió a los asentamientos

comunales-. La sumatoria de beneficios implicó, indefectiblemente, un aumento significativo en la tradición, la experiencia y las raíces culturales. No en vano, la palabra cultura se aplica tanto al desarrollo intelectual como al laboreo de la tierra.

### — EPÍLOGO

La diversidad vegetal que alberga la Tierra tiene la capacidad de abrumarnos con su encanto. Los estándares de biodiversidad estiman que existen alrededor de 374.000 especies de plantas<sup>9</sup>, ¡con cifras que se encuentran en constante aumento! Aun cuando lxs humanxs hemos probado muchas de estas plantas como alimento, solo una ínfima proporción se utiliza actualmente como base de nuestra dieta. Por otro lado, la población crece a un ritmo que, certeramente, resulta imposible de soportar para un mundo en el que el daño ambiental y la tasa de extinción de

las especies vegetales crecen a escalas angustiosas. En este marco es imperioso el esfuerzo colectivo por empatizar activamente con el reino vegetal: “Si hubiésemos desplegado en levantar diversas necesidades que nos abrumaran, por ejemplo las del dolor, de la vejez y de la muerte, la mitad de la energía que ha desplegado tal o cual pequeña flor de nuestros jardines, es de creer que nuestra suerte sería muy diferente de lo que es”<sup>10</sup>.

Conservar la biodiversidad será uno de los desafíos más cruciales para la humanidad en las próximas décadas, uno que no se tratará exclusivamente de reparar la deuda ambiental que tenemos. Entonces, es preciso (re) conectarnos con el ecosistema que conformamos. Podemos comenzar desde nuestras cocinas; la creatividad puede volar mucho más alto si tenemos en cuenta los vastos paisajes que representan la botánica que comemos.

**Es preciso (re) conectarnos con el ecosistema que conformamos. Podemos comenzar desde nuestras cocinas; la creatividad puede volar mucho más alto si tenemos en cuenta los vastos paisajes que representan la botánica que comemos.**



Bahía Bustamante, c. 1960.

# Bahía Bustamante

**PALABRAS:** MATÍAS SORIANO  
**TEXTO:** ASTRID PERKINS  
**FOTOGRAFÍA:** GENTILEZA BAHÍA BUSTAMANTE LODGE

**Esta es la curiosa historia del origen de un lugar remoto en Chubut. La cuenta Matías Soriano, nieto de su fundador.**

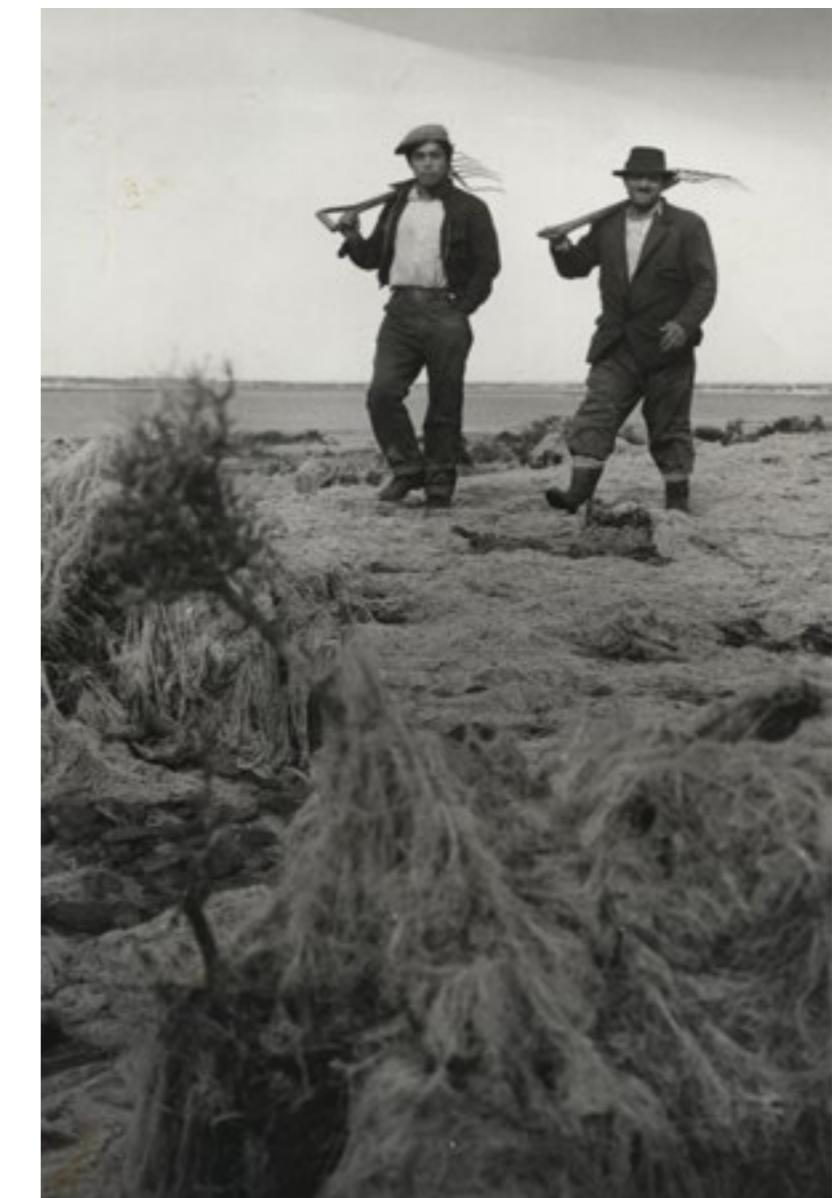
En la década del 1950, el pionero español Lorenzo Soriano emprendió un viaje en jeep hacia la Patagonia por una ruta 3 de tierra. Era una exploración, en busca de un producto que pudiera reemplazar la goma arábica que ya no podía importar al país para seguir fabricando Malvic, su marca de gomina para el cabello.

En ese entonces, al pueblo se lo conocía como "bahía podrida", a pesar de tener una de las playas más bellas del país. En su orilla se acumulaba una cantidad tan enorme de algas marinas que, al pudrirse, emanaban un olor demasiado fuerte.

Al llegar a estas solitarias costas, Soriano se encuentra con las algas marinas. La acumulación y diversidad de ellas lo inspiran a emprender un nuevo negocio. Así fue como fundó un campamento de recolección de algas que fue único en el mundo. Bahía Bustamante le dio trabajo a 500 familias. No faltaron ni la escuela ni la iglesia: aquí se vivía y se trabajaba, a merced de la naturaleza más salvaje y pura.

En el pueblo se recolectaban más de 12 tipos de algas. La gracilaria fue el alga "dorada" de la empresa Soriano S.A., la que le dio vida y vigor a este lugar. En forma de finos cabellos, la gracilaria es de donde se obtiene el agar-agar, producto esencial en la industria alimenticia. Las algas se secaban al sol de la estepa y luego se transportaban a Gaiman, pintoresco pueblo galés de Chubut, donde se procesaban en una fábrica que empleaba otras 100 personas. ¡Y luego, de Gaiman al mundo!

Con el paso de los años, diversas circunstancias ambientales, económicas y políticas fueron modificando la realidad de la empresa alguera. Pero gracias a esas algas, Bahía Bustamante siempre fue un auténtico santuario de vida marina. De las



Algas, Bahía Bustamante.

17 aves marinas que se crían en la costa argentina, 13 eligen Bahía Bustamante para nidificar. También es zona de descanso y alimentación de muchas especies migratorias.

Mientras esto sucedía, Matías Soriano, nieto de Lorenzo, se instaló a vivir entre Gaiman y Bahía Bustamante con la visión de transformar el pueblo alguero en el destino internacional que es en la actualidad. Matías comenzó a mutarlo a un lodge de turismo, combinado con un proyecto de conservación de la naturaleza. La recolección de algas fue reemplazada por la producción de alimentos: carne ovina, miel pura, manzanas, membrillos, guindas, peras, nueces y almendras, olivares y viñedos. Un oasis exquisito entre la estepa y el mar, finalmente integrados.

# Lo que comemos cuenta

Franco Fubini quiere revolucionar el sistema alimenticio. Su método: reintroducir complejidad en la cadena de suministro, trabajando directamente con más de 400 productores pequeños e independientes que, a través de la manera en la cual cultivan, están realizando un cambio radical. Su objetivo: ampliar la conciencia de restaurantes y consumidores hacia el impacto que sus decisiones tienen sobre el sistema alimenticio. Su inspiración: los sabores que recuerda haber probado durante su infancia en Argentina, Egipto, Holanda y Uruguay. Fubini, argentino radicado en EEUU, es fundador y CEO de Natoora, empresa dedicada a transformar la manera de cultivar y proveer los alimentos, con sedes en Londres, Nueva York, Los Ángeles, Milán y París.

**TEXTO: FRANCO FUBINI**  
**FOTOGRAFÍA: EMMA LEIGH MACDONALD**

23.4 grados, la inclinación del eje de rotación de la Tierra, crea las mágicas estaciones que demarcan el año. La Tierra que habitamos es un lugar increíble, con un medioambiente ideal para el desarrollo de la vida. Los seres humanos somos un producto de ella, una más de sus creaciones. No estamos ni a la par ni por encima de la naturaleza. Entender a nuestro planeta es fundamental si queremos vivir de manera sostenible.

Es de fundamental importancia conectarnos con la naturaleza para entender la temporalidad en que se deben consumir los alimentos. Y a su vez esto nos crea un ritmo que va a paso con ella. Hoy menos de 30% de consumidores tienen conciencia de las estaciones de productos frescos. Sin este conocimiento, el consumidor genera una demanda incorrecta que causa daños importantes a nuestro cuerpo, la tierra en



Franco Fubini en Brooklyn, Nueva York.

general y al planeta mismo. Fomentar la demanda correcta es la clave y para eso es necesaria la educación: hay un vínculo directo entre nuestra pérdida de contacto con la naturaleza y la desinformación.

La necesidad de educar al consumidor no existe solo en la industria alimentaria: vemos lo mismo en la moda. Yvon Chouinard, fundador de Patagonia, fue un pionero cuando en los años 80 y 90 lideró una cruzada en la industria de la moda hacia la reimaginación y "limpieza" de las cadenas de suministro. Hoy en día, se habla mucho sobre impacto positivo a lo largo de la economía y se está reconociendo el papel estratégico que juegan las cadenas de suministro en crear ese impacto, en gran parte porque suelen ser el área más "sucia" de una empresa. Las cadenas de suministro suelen ser obtusas, opacas, complicadas y largas. Si bien son instrumentos cruciales, son consideradas aburridas, sumergidas por brillosas campañas de marketing. Incluso en el mundo de la moda a medida que los consumidores vayan mejorando su comprensión de las cadenas de suministro, van a estar mejor equipados para tomar las decisiones correctas.

Esta corrupción de conocimiento, que ha destrozado el sistema alimentario global, comienza en los Estados Unidos

durante el período de posguerra. Es en los años 50 que la cultura del supermercado realmente comienza a tomar pie. Esta cultura alejó a la sociedad de los negocios independientes, hacia un modelo definido por la abundancia de oferta y precios bajos, diseñado para acompañar a un consumidor pobre de tiempo que trabaja siempre más y busca conveniencia. Es ahí donde el consumidor pierde el contacto con la naturaleza y empieza a consumir lo que le ofrecen sin hacer hincapié en la estación que le corresponde a esa fruta o verdura.

El modelo low-cost que favorece a la comida procesada y disponibilidad todo el año de productos frescos, como las frutillas, fue visto como la quintaesencia de la vida moderna. Esto resultó en dos fuerzas implacables que llevaron a la degradación del sistema alimentario: la mercantilización del producto fresco y la falta de educación del consumidor.

La mercantilización de la fruta y verdura resulta de la decisión de los supermercados de reducir drásticamente la diversidad del producto ofrecido. A su vez, se fomenta la demanda de producto fresco todo el año, presionando la cadena de suministro a incrementar la shelf-life necesaria para sostener una cadena más larga y aumentar en el rendimiento de variedades, permitiendo la reducción de

**Un conocimiento  
alineado con  
los ritmos de  
la naturaleza  
le otorga más  
valor a los  
productos  
frescos y fuerza  
al sistema  
a corregirse.**

**El ser humano, como muchos otros animales, aprende a hacer conexiones entre el sabor y la respectiva respuesta fisiológica...**

**Lo que percibimos como rico es porque tiene un valor nutricional elevado.**

precios. Pagamos por esto con un sistema industrial que produce comida de bajo valor nutricional, mientras daña nuestras tierras y el medioambiente y –lo peor de todo– nuestros tomates son insípidos y por ende se perdió el simple placer del gusto!

La consecuencia que enfrenta al consumidor a largo plazo es posiblemente más preocupante y peligrosa: una gradual pero casi completa “des-educación”, en la cual se perdió todo concepto de estacionalidad y así también el conocimiento necesario para adquirir y cocinar productos frescos. El famoso proverbio, “dele un pez a un hombre y comerá un día; enséñele a pescar y comerá toda la vida”, es la perfecta ilustración de lo antedicho. En el caso de la alimentación, significa que los consumidores ya no están más en una posición de poder cocinar una amplia variedad de ingredientes, dependiendo de un sistema alimentario que los empuja hacia productos procesados y alterados. Las consecuencias crean un círculo vicioso: la falta de variedad los lleva a consumir únicamente lo que el mercado ofrece, impactando la demanda de productos y la perpetua disminución de variedad.

El conocimiento es poder, especialmente en las manos del

consumidor, puesto que los agricultores responden a la demanda, cultivan lo que el mercado pide al precio que el mercado sostiene. Si colectivamente se consume de acuerdo a las estaciones, dejando de pretender frutillas en invierno, dar vuelta la industria alimentaria es enteramente posible. Un conocimiento alineado con los ritmos de la naturaleza le otorga más valor a los productos frescos y fuerza al sistema a corregirse.

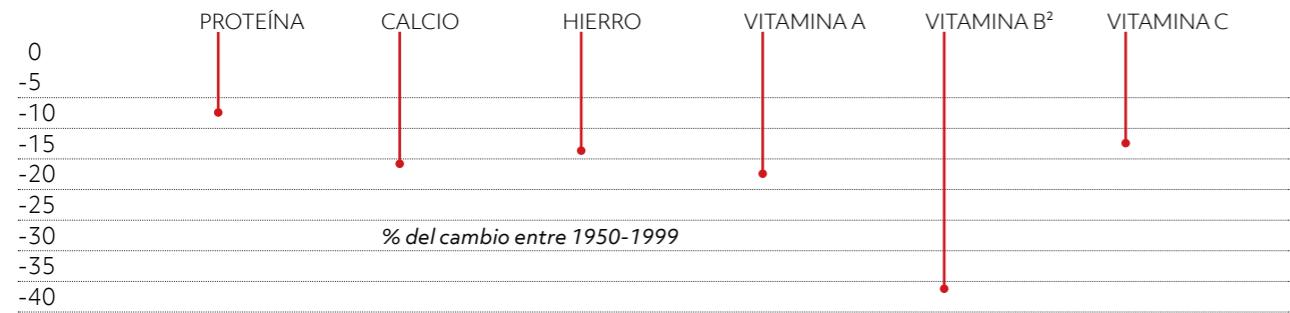
Reeducar al consumidor significa ofrecer la información necesaria para tomar las decisiones adecuadas a la hora de elegir sus productos. Nuestro enfoque en Natoora ha sido siempre extremadamente claro: perseguir el sabor a toda costa, por el simple placer que nos brinda. El simple placer que nace de comer un durazno increíble, en ausencia de otras válidas razones, es todo lo que necesitamos para crear una conexión emotiva en nuestros clientes y convencerlos de comer mejor. Es la manera más directa de fomentar la demanda estacional que tanto necesita nuestra agricultura.

Desde el comienzo de Natoora perseguimos el sabor máximo en cada fruta y verdura. Pero yo no apreciaba lo que realmente significaba esa decisión, que en aquellos principios nacía del simple deseo de elevar el placer de cada bocado. Dada mi experiencia de vida, sabía que existían tomates y duraznos capaces de volarnos la cabeza con sus sabores; yo solo quería encontrarlos y ampliar el acceso a ellos. Con el tiempo descubrí que el sabor nos daba una cierta garantía en los métodos de cultivo. En toda la cadena de producción de alimentos, si intentamos masificar o industrializar la producción con el solo objetivo de reducir costos, perdemos en calidad. Nos es imposible al día de hoy producir un pollo intensivamente en 30 días que sea igual de rico que un pollo de 110 días. Lo mismo ocurre con las frutas y verduras, el cultivo de pescados, los productos lácteos, etc. El sabor es una señal extremadamente leal de prácticas de cultivo sanas. Lo que la naturaleza nos enseña es que el ser humano aún no ha logrado engañarla.

Quiero ser claro: un excelente durazno puede haber sido producido con insumos químicos, pero en su totalidad tiene por definición que ser un cultivo que respeta el suelo, su crecimiento natural y nace de una variedad criada para el sabor y no



**La disminución de nutrientes en los cultivos entre 1950-1999**



Fuente: Davis D, Epp M, Riordan H. Cambios en los datos de la composición de alimentos del USDA, basado en 43 cultivos

un antibiótico, que una persona que no se cuida y regularmente toma fármacos y vitaminas.

El sabor guardaba una sorpresa para mí. De manera tan sutil, sensible e inteligente la naturaleza hace que el sabor sea nuestra brújula interna que guía nuestras decisiones alimentarias. El ser humano, como muchos otros animales, aprende a hacer conexiones entre el sabor y la respectiva respuesta fisiológica. Visto desde el punto de vista opuesto, lo que percibimos como rico es porque tiene un valor nutricional elevado. Es mágico.

Años después de perseguir el sabor a lo largo de nuestra aventura se me abre un mundo. Esta conexión entre el valor nutricional y el sabor fue un regalo, y a su vez una confirmación contundente de nuestra visión en Natoora. Es fundamental que nos demos cuenta de la importancia de este vínculo no solo entre sabor y nutrición, sino también nuestra salud, la preservación de los suelos, y así el medioambiente, que nos permite asegurar el futuro de nuestro planeta para futuras generaciones no solo de seres humanos, sino de todos los seres vivientes. Es un ciclo que se auto alimenta: buscamos el sabor en todo lo que comemos y eso genera demanda de alimentos cultivados con métodos sustentables que logran regenerar nuestros suelos, que, más fértiles y llenos

para rendimiento o shelf-life. Es posible mantener prácticas de cultivo sanas aun con una utilización mínima de insumos como último recurso. Yo prefiero un producto que provenga de este cultivo que de uno orgánico intensivo, en el cual se aplican intensivamente pesticidas y herbicidas aprobados para cultivo orgánico. Es más saludable una persona que cuida su cuerpo, lo que come, hace ejercicio regularmente y que solo en casos absolutamente necesarios usa de vida, brindan más nutrición y por ecuación sabor a los productos.

Un estudio importantísimo de Donald Davis y su equipo de la Universidad de Texas (UT) en Austin, publicado en diciembre 2004 en el Journal of American College of Nutrition, demostró la caída del valor nutricional a lo largo de cinco décadas, entre 1950 y 1999. Estudiaron más de cuarenta frutas y verduras y dieron con los siguientes resultados:



Es hora que los consumidores entiendan el concepto de "densidad nutricional" y lo importante que es a la hora de valorar nuestro consumo. No sirve de nada comparar un precio al kilo, si el valor nutricional de dos productos es netamente diferente. Así fue que me di cuenta cómo el sabor se convirtió en la herramienta más dócil y poderosa para educar al consumidor y a su vez revolucionar el sistema alimentario.

Pero la educación es solo el primer paso. El individuo tiene que conectarse con la responsabilidad y el impacto de su consumo, tomando conciencia de su rol como inversor en un sistema industrial que nos alimenta barato a un precio costosísimo para nuestra salud y el planeta. En Natoora hemos tomado decisiones que definen nuestra visión para un futuro mejor y demuestran nuestra intención con hechos concretos. Desde la forma que invertimos en nuestra cadena de suministro, el desarrollo de nuestros emprendimientos agrícolas, hasta el enfoque en educación y cómo la mejora del sistema alimentario permea todas las áreas de nuestra organización. Pero necesitamos que el consumidor nos siga –está en ellos hacer el cambio necesario para encaminar un futuro mejor-. El poder colectivo del consumidor es inmenso y lleva consigo la brillante oportunidad

de tener un impacto positivo fuertísimo y perdurable. Está en todos nosotros impulsar un cambio significativo en el sistema alimentario global.

Cuando veo a individuos como Tommy Caldwell, entre los mejores escaladores de roca del mundo, trepado en la altura de una montaña, me impresiona tanto su maestría del deporte como su profunda conexión con la naturaleza. Verlo trepar en armonía, reverencia y respeto por la roca ejemplifica su comprensión de nuestro lugar como seres humanos en la roca más grande, nuestro planeta. Cuando la cámara se aleja y lo único que queda es una partícula de color por su campera Patagonia en la enorme cara de una montaña, hay un hermoso

paralelo con nuestro lugar colectivo en la naturaleza y la perspectiva que hemos perdido. Nosotros no somos más que una partícula en este universo. Cuanto antes lo internalicemos y empecemos a actuar en forma coherente, más rápido será el giro a un sistema alimentario que beneficie no solo nuestros cuerpos sino también nuestro planeta, el único que nos hospeda.

**Es hora que los consumidores entiendan el concepto de “densidad nutricional” y lo importante que es a la hora de valorar nuestro consumo.**



PALABRAS: CELINA Y ALEJANDRO BARTOLOMÉ  
TEXTO: CELINA BARTOLOMÉ  
FOTOGRAFÍA: JOSEFINA LOPEZ

# Nuevo viejo vino naranjo

Celina Bartolomé tiene muchas preguntas sobre el vino naranjo. Además de ser uno de los vinos estrella de Pielihue, bodega de la familia Bartolomé, hay un elemento en la historia de este producto que le resulta fascinante: en los últimos cien años, el vino blanco absorbió al naranjo. Celina vive en Italia, donde actualmente completa una maestría sobre la cultura del vino y su comunicación. Desde el pueblo piamontés donde pasa un octubre en cuarentena, se sienta frente a Zoom para hablar con su padre, Alejandro, sobre la desaparición y el renacimiento de este vino enigmático.

Mi papá se llama Alejandro Bartolomé y está obsesionado con el vino naranjo. Yo me llamo Celina, y también lo estoy. No sé quién se lo contagió a quién, pero no creo que importe a esta altura: estamos alineados cósmicamente desde siempre.

Empezamos a hacer vino en el año 2018. Nuestro proyecto de vinos poco intervenidos se llama Pielihue. Hicimos nuestro primer vino, un naranjo, empujados por una inexperiencia que nos dejó tomar riesgos sin entender muy bien la caída. Pero la verdad es que aterrizamos bastante bien, y entramos en un camino de aprendizaje e investigación de vinos naranjos: cómo se hacen, desde cuándo se hacen, por qué se hacen, dónde, cuántos estilos hay, y así. Este camino nos cambió bastante, en especial a mi papá, que es ingeniero agrónomo y viene del mundo de la agronomía convencional. Tuvo una suerte de reconversión religiosa hacia el mundo orgánico, que en el vino, un alimento con una transformación química en el medio, es bastante importante. Tenemos conversaciones sobre estos temas todo el tiempo: a veces discutimos, a veces nos alimentamos, y siempre salimos un poco más amigos. Acá va un extracto

de una conversación que tuvimos sobre, sí, el vino naranjo.

Celina: Ay, ¿querés explicar vos lo que es un vino naranjo?

Alejandro: (se ríe) ¡Basta de decir que estás harta!

C: Sí, ya sé. Es que... ¿sabés la cantidad de veces que lo tuve que explicar en mi vida? Deben ser más de cien.

A: Sí, más de cien seguro. Bueno, un vino naranjo es un vino proveniente de uvas blancas pero vinificado como un vino tinto. Para explicar la diferencia, el vino blanco se hace solo con la pulpa, se prensa y se separa de la piel y las semillas. En cambio el vino tinto fermenta con todo, la piel y las semillas. El vino naranjo se hace así, igual que el vino tinto, se le deja la piel y las semillas. Eso hace que el jugo (mosto) tenga unas tonalidades doradas, anaranjadas, que hacen que el vino de este tipo se llame "naranjo". En realidad, y vuelvo para atrás, el vino naranjo es como se hizo el vino toda la vida de uva blanca. Pero a alguien se le ocurrió hace unos 30 años...

C: Más de 30 años, creo yo.



Celina y Alejandro Bartolomé en Los Sauces, Valle de Uco, Mendoza.

A: ... ponerle "orange wine", porque se ve de ese color, pero si vamos más atrás en la historia, y esa es mi gran duda que me gustaría que vos me lo averigües, es quién fue el que hizo por primera vez un vino blanco. O sea, sin el contacto de pieles. ¡Algo tiene que haber pasado!

C: Yo estuve investigando, tengo algunas teorías.

A: ¡Bien!

C: Primero, no es que hubo una persona que de un día para el otro dijo "no hagamos más vino naranjo", sino que fue una serie de procesos que llevaron a este resultado (N. del E.: es decir, que se dejó de vinificar a las uvas blancas con el contacto de sus pieles). La hipótesis en la que estoy trabajando es así: el vino, como todos los estudios indican, nace en el Cáucaso, es decir, lo que ahora es Georgia, Armenia, hace 8000 años. Después con los viajes o, mejor dicho, colonizaciones, la vid empezó a viajar. Fue pasando por todo, de ser un producto agrícola, a uno religioso (sin ir más lejos, la sangre de Cristo), a uno monárquico, siempre siendo una parte muy importante en el desarrollo de las

civilizaciones. Cada país y cultura lo adaptó a su manera: a su clima y a sus formas sociales, entonces es lógico que cambie. La pregunta igual es: ¿por qué el vino naranjo, que es el primer vino del mundo –creemos–, no se trasladó? O sea, ¿por qué no se trasladó el estilo con el producto? Y creo que es una serie de temas políticos y culturales, no un tema del gusto del vino. No es que a la gente le dejó de gustar el vino naranjo y entonces empezó a hacer blanco, eso te lo demuestra el hecho de que hoy en día el vino naranjo sea lo popular que es, entonces tachás esa opción. Sí, obvio, es nicho, pero es muy fuerte.

Lo que yo creo que pasó es que: uno, Georgia está muy lejos física y analógicamente del mundo europeo/occidental. Estuvo bajo el manto de la Unión Soviética hasta hace como 30 años, siempre mirándose para adentro. La cultura de hacer vino en Georgia es privada, se hace (o hacía) para tomar en tu casa, para la familia. Nunca hubo un desarrollo industrial, salvo cuando la URSS decidió arrancar todas las uvas autóctonas, plantar chardonnay, cabernet y demás, comprar tanques de acero inoxidable, y hacer vino barato para vender en Rusia. Entonces, toda

# "¿Por qué si tu tierra es diferente, si tu uva es diferente, si vos sos diferente, tu vino se tiene que parecer al del resto?"

– Celina Bartolomé

la cultura de hacer vino en Qvevri (N. del E.: las ánforas que se entierran bajo tierra, tradicionales de Georgia) fue literalmente borrada en pos de borrar la cultura georgiana.

Todo esto empieza a reaparecer en Europa occidental recién a fines de los 90 en Eslovenia y la región italiana de Friuli, que en ese momento seguía estando muy influenciada por las técnicas modernas de Alemania; hacer vinos superlimpios, filtrados y con todas las nuevas tecnologías que empezaron a aparecer post Segunda Guerra Mundial. En respuesta a esta nueva homogeneización en la forma de elaborar vinos, productores como Gravner y Radikon empiezan a preguntarse: "¿Por qué estamos haciendo vino así, como lo hace todo el mundo y sin personalidad?". Ahí vuelven a la costumbre de sus abuelos de hacer vino con pieles, por una cuestión de sentido común: darle más protección sin la necesidad de usar sulfitos y generar vinos con más cuerpo y expresión. Y bueno, también con un viaje a Georgia, donde les cambió la forma de ver este estilo. Es más: Gravner se hizo traer todos Qvevris de ahí, y vinifica en Italia con eso.

En fin, así vuelve a entrar en juego el vino naranjo, que además está anclado a todo el mundo de la alimentación, y el vino, que empieza a preocuparse por lo orgánico, lo poco intervenido industrialmente, a lo genuino, auténtico, y por eso también el boom del vino natural (y naranjo). Lo sigo estudiando igual, pero creo yo que la historia va por ahí. No es algo muy simple.

A: Sí, lo primero que veo es el parangón que hay de la soja con esto. Cuando empecé a trabajar con soja orgánica, le teníamos que decir "soja no gmo". Y yo pensé: "¿por qué tenemos que aclarar que es no genéticamente modificada, si la soja verdadera es la que hacemos nosotros?". O sea, lo nuestro es soja, lo otro se debería llamar soja modificada. En vez de ser al revés. Por siglos fue solo soja, un día hace no mucho se modifica, ¡y nosotros tenemos que cambiarle el nombre!

C: Sí, justo el otro día leí una frase muy buena que aplica a esto, que es "hasta que la Mona Lisa no fue copiada, no era auténtica", porque es lo que es, ¿no? No se tiene por qué aclarar. Y bueno, volviendo a esta realidad un poco lamentable para mí del mundo del vino, que es muy cerrado y con una visión muy eurocentrista –cualquier cosa que pase fuera de eso, desde Georgia hasta Argentina, no importa, nadie le da bola y es "diferente"–, para mí estaría buenísimo decir "el vino de Argentina es así y se hace acá de esta forma por tal motivo", y el de Georgia lo mismo, y dejar de intentar todo el tiempo parecerse a algo que no sos (porque la realidad es que no lo somos), y no está peor ni mejor; eso es lo lindo, lo que cada uno hace con lo que tiene.

El otro día en una cata de vinos naranjos probamos cuatro vinos, tres de Italia y uno de Georgia, el último. Y este de Georgia era nada que ver al resto. Los de Italia, obvio, no eran iguales, pero tenían un estilo y búsqueda similar. El vino de Georgia era MUY diferente, y estábamos todos tratando de compararlo. Y en un momento digo: no siento que lo tengamos que comparar, porque es como tratar de entender a alguien que hable en inglés sin saber inglés. Es otro idioma, otra intención. Por qué estamos tratando de adaptar el vino a nuestro paladar, o a nuestra idea de cómo debería ser un vino, y no decir "tal vez el nuestro es el diferente" y esto es lo que ellos hacen, y está bien, y no tratar de pasar todo por el mismo embudo. Entonces pienso que pasó eso también, que la forma del vino naranjo en Georgia es muy diferente, y adaptarlo no tiene sentido, y sería una lástima.

Por suerte estamos en un momento en donde la gente está abierta a conocer cosas nuevas, a aceptar nuevas formas



Finca Los Parrales, Los Sauces,  
Valle de Uco, Mendoza

de hacer vino, y básicamente a estar cansada de que todo sea siempre exactamente igual. ¿Por qué si tu tierra es diferente, si tu uva es diferente, si vos sos diferente, tu vino se tiene que parecer al del resto? Es ilógico.

A: Sí, y a mí me encantó lo que me contaste de Elena de La Stoppa (N. del E.: una de las pioneras en hacer vino natural y vino naranjo en Italia), que se negó a hacer un espumante cuando le pidió su importador, y se plantó y le dijo: no, el vino que hago yo es así, no voy a forzar algo que no soy.

Si te gusta bien y si no comprarás otro, y algún día tomarás 1 de cada 20 del mío en vez de 1 de cada 10, y está bien.

C: Exacto. Y hablando de esto, ¿vos sentís que tu paladar cambió? Porque siempre tomaste vinos más clásicos, desde Etchart Privado a Achaval Ferrer, pero los últimos años te abriste un poco.

A: Sí, cuando aprendí que un vino naranjo o un vino de mínima intervención puede ser espectacular, no tiene por qué no gustarme. Eso lo aprendí. El primer vino naranjo no me gustó tantísimo, era raro, pero el paladar se entrena, va

cambiando. Vos que ya tomás tantos vinos raros o distintos, te es más fácil. El tipo que nunca probó nada obviamente tendrá un shock. Tenés que tener cierta actitud, como para todo. Alguien que tomó lo mismo 30 años, cambiar de un día para el otro...

C: ¿Y vale la pena para vos? ¿Probar y cambiar?

A: Yo creo que sí.

**"Un vino de mínima intervención puede ser espectacular, no tiene por qué no gustarme. Eso lo aprendí. El primer vino naranjo no me gustó tantísimo, era raro, pero el paladar se entrena, va cambiando (...) El tipo que nunca probó nada obviamente tendrá un shock. Tenés que tener cierta actitud, como para todo."** - Alejandro Bartolomé

PALABRAS: LAURA LITVIN  
ILUSTRACIONES: SEBASTIAN CESTARO

# El árbol que no tapa el bosque

**Algarroba, la chaucha milagrosa del bosque nativo argentino.**  
**Promover su consumo es fundamental para evitar la tala indiscriminada de los algarrobales, proteger la biodiversidad, y poner en valor los saberes y el patrimonio cultural de nuestros pueblos originarios. En la actualidad, esta vaina ancestral ofrece posibilidades nutritivas, ecológicas y sustentables para quienes reflexionan sobre lo que comen.**

Desde siempre, el algarrobo es un árbol venerado por los distintos pueblos originarios del Gran Chaco Americano y de El Espinal (la mayor superficie de bosque nativo de Sudamérica después de la Amazonía). Su copa globosa, su tronco y sus ramas extensas se distinguen orgullosas en estos paisajes de calor y silencio. Las raíces transportan la humedad de las profundas napas de agua y, en épocas de sequía –que aquí arrasa sin piedad–, los algarrobos están verdes, aportando humedad vital al ambiente, fijando el suelo y evitando inundaciones.

Los quechuas lo llamaban tacu, palabra que significa "el árbol". Los españoles lo bautizaron algarrobo, porque es similar a una especie que crece en el Mediterráneo. El algarrobo es apreciado por sus múltiples

usos: provee de leña y madera a los pobladores autóctonos, sus flores son artífices de una miel única, su madera densa es valorada para hacer muebles y el tanino que se obtiene es utilizado en tintes naturales. Sus hojas y corteza son protagonistas de infusiones curativas centenarias. Además, la sombra es refugio de todos los seres vivos del bosque (incluso algunos que están en peligro de extinción, como el águila colorada y el cardenal amarillo). De todas sus cualidades, la chaucha de algarroba ofrece un alimento de alto valor nutritivo para humanos y animales. Así lo sabían los ancestros, quienes, tras recolectar, secar y moler en mortero, elaboraban diversas preparaciones: añapa (un postre a base de algarroba y leche o agua),



# La cultura de la recolección de la algarroba (que los locales llaman “algarrobear” y que suele ser una fiesta que congrega a toda la comunidad del monte) se va perdiendo mientras gana la lógica de la rentabilidad.

patay (una torta de algarroba), arrope (una melaza producto de la cocción del jugo de las algarrobas) y aloja (un fermento alcohólico muy antiguo), entre las más conocidas.

La cultura de la recolección de la algarroba (que los locales llaman “algarrobear” y que suele ser una fiesta que congrega a toda la comunidad del monte) se va perdiendo mientras gana la lógica de la rentabilidad. La industria maderera que tala indiscriminadamente, la agricultura extensiva de soja, los negocios inmobiliarios, el éxodo de las poblaciones rurales a las ciudades y la falta de políticas públicas: todo atenta contra el bosque y los antiguos saberes. Sin embargo, para esperanza de muchos, las nuevas corrientes alimentarias de aquellos que se preguntan qué consumen, de dónde viene lo que comen y pueden elegir con qué nutrirse, encontraron en la harina de algarroba un alimento sustentable, ecológico, energético. Lentamente, es cada vez más frecuente encontrar sus productos en las góndolas de las tiendas naturales. Se dice que es un sucedáneo del cacao, pero lo cierto es que la harina de algarroba tiene personalidad propia. Es entonces cuando cobra importancia recuperar las tradiciones y promover el consumo y el uso de la algarroba en la mesa cotidiana.

## Al rescate de la algarroba nacional

En las grandes ciudades del país es común encontrar algarroba importada (en general de España): oscura, a veces mezclada con cascarilla de cacao, carísima. Pero en los últimos años, varios engranajes encajaron para el lado del bien: cocineros con gran empuje difunden sus recetas y propiedades e iniciativas

públicas y privadas se unen para trabajar en pos de promover la recolección de la algarroba argentina, mejorar los controles de calidad y generar espacios para su procesamiento y comercialización. Todo esto favorece un circuito virtuoso: ofrece posibilidades de sustento a las comunidades aborígenes y criollas respetando sus saberes y pone en valor un recurso propio del monte. La especie que mejor se expresa para elaborar harina es *Prosopis alba* (aunque también son empleadas otras especies de prosopis y resultan promisorias ya que Argentina es el país con mayor superficie de especies dentro de este género), que brinda una molienda rubia, dulce y deliciosa.

## Del Chaco con amor: Misión Algarroba

Es en días de calor, al terminar noviembre, cuando sucede la maravilla: las chauchas de algarroba están maduras y comienza el tiempo de recolección. “A la hora de la siesta, cuando el sol se hace sentir, es cuando se perciben sus aromas”, dice Alina Ruiz, la cocinera chaqueña que desde hace años trabaja difundiendo las posibilidades culinarias, los valores culturales y los beneficios de este alimento ancestral.

Alina Ruiz es cocinera y productora: junto a su familia lleva adelante la Finca Don Miguel, a 6 km de Juan José Castelli, en el noroeste de la provincia de Chaco. De sol a sol y noche adentro trabaja en la producción de hortalizas y frutas que comercializa en la Feria Franca de la zona. “Soy hija de un chaqueño y una inmigrante checa; somos raros en mi comunidad, donde todavía rige la cultura machista. Los hombres trabajan en el campo, las mujeres hacen dulce. Yo soy la única mujer productora en la zona que manejo los animales y me dedico al cultivo”, cuenta.

Al mismo tiempo, Alina estudió gastronomía y la carrera de sommelier. Es el alma mater de Anna Restaurante de Campo, un restó que funciona dentro del predio familiar abastecido por lo que produce con sus propias manos. En su propuesta elaborada bajo la filosofía KM 0 se destacan los sabores de estación, el respeto por la naturaleza y su amor por la cultura de su tierra. Tiene los brazos fuertes, el pelo largo y renegrido. Con su voz dulce, dice que para ella la cocina es “dar y transmitir”. Ese enfoque la llevó más allá de su propio emprendimiento: cada vez que puede, difunde la riqueza de los productos



autóctonos y saberes de su provincia en ferias, charlas y redes sociales.

En 2009, Alina comenzó a viajar al Parque Nacional El Impenetrable Chaqueño para trabajar con una comunidad de mujeres lugareñas en Paraje La Armonía, a 116 km de su chacra. Desde entonces y hasta que apareció la pandemia, Alina recorría una vez al mes esa distancia poniéndole el cuerpo a varios obstáculos: altas temperaturas, la sequía brutal o las inundaciones ("si llueven dos gotas no se puede entrar", dice). Pero también sigue luchando con otros enemigos: la pérdida de identidad cultural y gastronómica que viven las nuevas generaciones de las comunidades originarias y criollas a fuerza de décadas de desidia política, económica y social.

"Son 7 mujeres las que visito. La mayor es doña Estela y ella recuerda que de niña su familia recolectaba las chauchas de algarroba para secar y moler en el viejo mortero que había en su casa. Pero cuando hablo con sus hijas o nietos, ninguno sabe hacer nada con estas chauchas. Otras mujeres recuerdan haber comido algarroba remojada en leche (añapa) o pan de algarroba (patay). Pero en la actualidad no recolectan las chauchas, solo las consumen los animales. Creo que es muy importante recuperar esas costumbres, las recetas, y los modos de utilizar esta riqueza natural que nos rodea. Si eso no sucede, es muy difícil que puedan sacar algún rédito económico de la algarroba".

Cada vez que Alina se encuentra con ellas comparte un recetario nuevo que incluye algarroba, mistol, chañar, miel y las carnes que se encuentran en el bosque. "Cuando Anna, mi restaurante, cumplió 2 años en 2019, estas mujeres fueron las cocineras invitadas para celebrar el aniversario. El trabajo en

**"...Creo que es muy importante recuperar esas costumbres, las recetas, y los modos de utilizar esta riqueza natural que nos rodea. Si eso no sucede, es muy difícil que puedan sacar algún rédito económico de la algarroba."**

- Alina Ruiz.

territorio es fundamental para que ellas recuperen sus prácticas de recolección. La algarroba es un alimento muy nutritivo y saludable, es penoso ver que no se aprovecha. Mucho más porque conozco los problemas de alimentación que existen en esas zonas. Seguiré trabajando para intentar que no se pierda ese patrimonio".

#### **'Prosopis alba', la rubia argentina**

Gustavo Marino es ingeniero agrónomo y durante varios años tuvo a su cargo el Proyecto de Uso Sustentable de la Biodiversidad (USUBI), dependiente del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación. "En 2018 dimos a conocer la harina de algarroba nacional, que es clara, rubia, levemente amarilla. Hemos logrado que numerosos comercios de Buenos Aires y Salta ahora vendan la nuestra y no la algarroba europea, que es más oscura y tiene un aroma a cacao, porque muchas veces le agregan las cascarillas de cacao para darle volumen. Esa algarroba, además de ser más cara, de alguna manera está adulterada. Desalentamos ese consumo. Tenemos una algarroba nacional de increíble calidad".

El proyecto USUBI es integral, fortalece los marcos de gestión para el uso sustentable de la biodiversidad, contribuyendo a la protección de los bosques de alto valor de conservación en Argentina. En ese contexto, se trata de desarrollar productos no madereros del bosque desde su recolección hasta su comercialización, abriendo nuevos mercados. "Tengo experiencia con las comunidades Wichí de Salta, que lograron tener su propia planta de procesamiento de algarroba, se pusieron de acuerdo en el manejo, diseñaron una marca y ya están comercializando. De todas maneras, todavía falta mucho camino por delante. Las comunidades que hoy hacen algo para que la algarroba llegue al mercado no superan las 20 y se encuentran en La Rioja, Salta, Chaco y Catamarca. Hay que continuar el trabajo", cuenta el agrónomo.

#### **Experiencia Wichí: el orgullo de la algarroba**

En Coronel Juan Solá (antigua ciudad de Morillo), a 410 km de Salta capital, funciona una planta de fabricación de harina de algarroba singular. Se llama Tayhi Kos Lhay ("Frutos del monte" en wichí) y es una iniciativa que reúne a tres comunidades Wichí, que con apoyo

público de USUBI y de la Asociación Civil Tepeyac lograron el plan de manejo que dictamina la ley de ordenamiento territorial. En esa pequeña planta se respetan las costumbres de los originarios: desde la cosecha con las viejas técnicas de las comunidades, el almacenamiento y también el aporte de la modernidad: la producción de la harina con modernas máquinas que fueron gestionadas por Tepeyac, una asociación civil que surgió desde la Pastoral Social de Orán. Eduardo Berteau es miembro de esa organización y fue artífice del proyecto.

"El tema de la algarroba está cruzado por el derecho al territorio, que es mucho más que la tierra. El territorio es el suelo, el entorno, la cultura del pueblo y el manejo de sus recursos naturales. La relación con la naturaleza es fundamental para el pueblo Wichí. Salta es la provincia que más reserva de monte nativo tiene actualmente, más que Chaco y Formosa. Y eso que hay mucho desmonte. En este territorio el algarrobo es clave, porque históricamente usaron este árbol para curarse, alimentarse y protegerse. Tienen una relación vital con el árbol y el monte: cuando las chauchas están maduras, todos –humanos y animales– se ponen rozagantes. Donde hay algarroba, hay harina y cada vez que las mujeres salen a recolectar (porque son ellas las que hacen esta tarea) le piden permiso al monte para sacar solo lo que necesitan", dice Berteau.

Para llevar adelante la planta de procesamiento de la algarroba, se creó una mesa de gestión donde participan las 3 comunidades y se respeta su decisión. Una vez recolectada, las chauchas se acopian en un lugar seco, se seleccionan, se lavan con agua clorada, se vuelven a lavar, se secan al sol, se vuelven a seleccionar y pasan al proceso de molienda, que tiene varias etapas. "El año pasado tuvimos una producción importante, hemos podido acopiar e ir moliendo. Si logramos hacer que este proyecto crezca, se pensará dos veces antes de voltear un algarrobo. Puede ser una unidad de producción muy interesante y, al mismo tiempo, una manera inteligente de cuidar la integridad y la biodiversidad del bosque nativo", se entusiasma Eduardo.

#### **Aprovechar los productos forestales no madereros**

La Ley de Bosque Nativo (26.331), promulgada en 2007, no establece

**"En Salta el tema de la algarroba está cruzado por el derecho al territorio, que es mucho más que la tierra. El territorio es el suelo, el entorno, la cultura del pueblo y el manejo de sus recursos naturales"**

**- Eduardo Berteau,  
miembro de Tepeyac.**

protección para especies, sino para distintas categorías de bosques nativos. "Los algarrobales, que muchas veces están en la categoría amarilla y requieren de un plan de manejo para ser aprovechados, son un elemento interesante. Pero la ley es útil en la medida en que los propietarios de la tierra se involucren en este aprovechamiento. Es un camino tortuoso, porque es más fácil desmontar y poner una especie rentable en el corto plazo, como la soja. Lo que no se tiene en cuenta es que, a la larga, cuidar del árbol y poner en valor sus frutos genera mucho más rendimiento en generación de mano de obra a nivel local, en relación con la resiliencia ante las crisis climáticas (porque los territorios no se degradan) y en relación a la diversidad de productos que se pueden generar. La Argentina debería dedicarse a producir este tipo de alimentos que nos curen, que salven el planeta, que representen una cultura, que sean nobles, que hablen de identidad, de territorio. Tenemos un potencial enorme", finaliza Marino.

TEXTO: RODOLFO REICH  
FOTOGRAFÍA: MAGALÍ POLVERINO  
FOOD STYLING: LOLI BRAGA MENENDEZ  
ASISTENTE DE FOOD STYLING: AGUSTINA SALATINO

# Quesos artesanales: la importancia del nombre propio

**País lechero, país quesero, los argentinos aman el queso. Pero, entre el Brie y el Por Salut, ¿dónde están aquellos que reflejan terroño nacional y que podamos llamar nuestros? En las manos de pequeños productores que, poco a poco, sacan el queso artesanal argentino adelante.**

El queso es un producto que representa su lugar en el mundo como pocos otros. Cada estilo y variedad expresa en su textura y sabor el clima de una geografía, el tipo de pasto que comen los animales de los que se obtendrá la leche, el modo de comer y de pensar de una cultura. La llegada del queso a la Argentina se remonta a varios siglos, un recorrido que arranca en Europa y, luego de atravesar el Atlántico, llega a los puertos de América.

Mirando las estadísticas, se puede decir que los argentinos somos grandes amantes de los quesos. Con 12 kilogramos per cápita, somos el país de Latinoamérica que más queso consume. Somos también el quinto productor del planeta, elaborando a nivel país más de 550 mil toneladas al año. Cifras impresionantes que esconden una paradoja: más allá de los altos números, nuestro país recién está

comenzando a esbozar una verdadera identidad quesera.

Hasta ahora, el gran volumen de queso en Argentina se reduce a unas pocas grandes empresas que producen un puñado de estilos: quesos cremosos, port salut, mozzarella pizzera, tybo en barra, sardos y reggianitos. Quesos commodities que priorizan rindes y volúmenes por sobre calidad y personalidad. Modificar esto llevará muchos años, siendo antes necesarios cambios de conducta en los consumidores, que acepten sabores más extremos y personales a precios más altos. Pero a este enorme Goliat de la industria se le enfrenta una contraofensiva creciente de pequeños productores arraigados a sus tierras e historias familiares, trabajando con animales propios y produciendo quesos que, finalmente, expresan un terroño argentino en su sabor y su nombre.



**“Los quesos responden a procesos biológicos que podés conducir pero no detener ni manejar a capricho. El queso te lo hacen las bacterias, los fermentos que le ponés a la leche y también los bichos que vienen del campo. En la industria matan todo lo de afuera para empezar de cero, olvidándose del lugar donde están”**

– Pedro Laclau.

#### **Ventimiglia. Cipolletti, Río Negro**

“Está la industria, que hace cualquier cantidad de litros con un producto estandarizado; y estamos los pequeños productores”, afirma Mauricio Couly, cocinero devenido en uno de los maestros queseros más reconocidos de Argentina, a través de Ventimiglia. La quesería eligió tomar una determinación ideológica: sus quesos no copian los nombres de afuera –no elaboran brie, camembert o parmesano-, sino que inventan sus propios términos. Un modo de decir que, más allá de técnicas y recetas similares, son quesos criados y nacidos en Río Negro. “Por suerte empieza a haber cada vez más gente ligada a lo pequeño y lo artesanal. Pero todavía nos falta mucho: nos falta eso que sucede en Europa, donde podés encontrarte con producciones artesanales a gran escala. Esa diversidad y potencia permite que en esos países existan muchos más quesos que acá. Y un poco de esa filosofía es la que intento traer a lo que elaboramos nosotros”, cuenta Couly.

La lista de productos Ventimiglia es extensa y maravillosa: el Gascony de cabra, el 4 Esquinas, el Tres Leches Dolce (tan cremoso que se sirve a cucharadas), el Blue Couly, el Saint Maureen, entre otros. Uno de sus íconos es su Patagonzola, una marca registrada y buscada por sus fieles comensales. “La gente se volvió loca con el Patagonzola, es como una droga. Es un queso complejo, de 30% leche de oveja y resto de vaca Jersey, en hormas de cinco kilos que maduran entre 60 y 90 días. Este queso varía según la leche que usamos en cada estación del año. Nos inspiramos en el famoso gorgonzola, pero no es igual. Su sabor está entre lo dulce, lo cremoso, lo picante y lo firme. Yo creo que este

tema de los nombres en un momento va a cambiar, si no todos seguimos haciendo siempre lo mismo”, dice Couly.

#### **Juan Grande. Lincoln, Buenos Aires**

A la hora de pensar en qué queso nos gusta consumir a los argentinos, el cremoso toma siempre un papel protagónico. Es el clásico del queso y dulce, usado también en empanadas, tartas y pizzas (con la fugazzeta como ejemplo emblemático). Tal vez por la exigencia de la popularidad, en los últimos años se fue convirtiendo en un queso económico y húmedo, con poca personalidad. Pero hay excepciones. Y una de las mejores es el ya icónico cuartirolo que elabora Juan Grande, un tambo que lleva seis generaciones familiares a cargo y que, desde 2003, suma también una quesería artesanal. “Empecé la quesería hace 18 años, sabiendo que detrás contaba con el tambo de mi padre, un verdadero fanático de la calidad de la leche. Y esa es la base de todo buen queso. Para nuestra producción, seleccionamos lo mejor. Un ejemplo: el código alimentario permite leches con menos de 100.000 bacterias, pero la que usamos nosotros tiene menos de 5.000. Es que en el queso sucede lo mismo que en la gastronomía: no vas a tener nunca un producto final que sea mejor a la materia prima con la que comenzaste”, explica Ignacio Hardoy, que está a cargo de esta marca.

Desde que Ignacio llegó a Juan Grande, la empresa comenzó trabajos sobre el suelo para lograr una producción orgánica. “Hoy estamos en transición agroecológica –cuenta Hardoy–, de a poco se va generando la nueva vida radicular y la recuperación es impresionante”. Con esos pastos, con plantaciones de maíz variedad (no híbrido) y usando menos de un 10% de alimento balanceado (un mix de cereales diseñado para mejorar la eficiencia en la producción), Juan Grande obtiene la leche que luego da vida a quesos como su reconocido halloumi o el feta de estilo griego. “El camino de los quesos actual apunta a la diversidad. Es como con el vino: en los años 80 todos bebían las mismas cinco etiquetas, ahora hay miles disponibles”. El cuartirolo que elabora Ignacio remite fuertemente a la mesa familiar argentina: “El queso mantecoso o cremoso en Argentina se convirtió en un queso de batalla, que se le da riende falso para abaratatar su precio. Nosotros volvimos a ese queso de antes, al que se comía hace 40 años, investigando sobre la receta”. Si bien existe el quartirolo

italiano, el argentino ya se ganó su propia categoría. “Es verdad: la inspiración viene de afuera, pero luego hay mucha prueba y error buscando nuestro sabor original. Trabajamos con Mariana Andrade, técnica superior en alimentos, que está detrás de la calidad y el desarrollo del cuartirolo. Para nosotros, este queso es como un inmigrante italiano nacionalizado argentino por adopción. En su sabor se nota el agua que usamos y los pastos de nuestra zona. La leche de nuestras vacas es distinta a la de Córdoba o Entre Ríos, eso es lo maravilloso de este rubro”. Probar el cuartirolo es un viaje de ida a sabores que se creían olvidados. De textura firme, puede estar fuera de la heladera y mantiene igual su forma. El sabor es lácteo, suave y equilibrado. “Lo mejor es comerlo no tan frío, para poder percibir todo su perfume y aromas”, aconseja.

#### **La Suerte. Lincoln, Buenos Aires**

Tal vez el mejor ejemplo de un queso cuyo nombre remite a su origen es el Lincoln que elabora La Suerte en la localidad homónima, en la provincia de Buenos Aires. Una historia que arranca a principios de siglo pasado, con la llegada de la familia Laclau –vascos franceses– al país. “Mi bisabuelo no tuvo educación, pero mi abuelo ya fue ingeniero agrónomo y así empezaron el trabajo en el campo. Y se hicieron fuertes en la zona de Lincoln”, cuenta Pedro Laclau. “Mi padre siguió con el trabajo y él era amante de los quesos. En 1986 empezamos con los tambo”. Pedro comenzó en La Suerte en 1989, y en el año 2000, junto con su tío y experimentado quesero Pablo Battro, dieron vida a este proyecto que pronto se convirtió en uno de los más importantes del país. “Pablo tenía una visión: si tenés un buen producto, tarde o temprano va a funcionar. No fue fácil, pero lo logramos. Él quería elaborar quesos que compitieran con cualquiera de Europa. Empezamos con un queso Chubut, luego un 5 Esquinas que inventó en función de nuestro terreno. Eso nos llevó a trabajar sobre la calidad de leche, a empezar a diseñar un tambo especial para la fábrica, más chico que los otros que teníamos; también a atender mejor a las vacas, con más cuidados y limpieza”, cuenta.

Para Pedro, a los argentinos les falta cultura quesera. “Los quesos responden a procesos biológicos que podés conducir pero no detener ni manejar a capricho. El queso te lo hacen las bacterias, los fermentos que le ponés a la leche y también los bichos



De izquierda a derecha:  
Patagonzola de Mauricio Couly,  
Lincoln de La Suerte, Cuartirolo  
de Juan Grande con membrillo.

TEXTO: KEVIN VAUGHN  
TRADUCCIÓN AL CASTELLANO: BRUNO MULLER  
ILUSTRACIONES: PENNY PELIGRO

# Enraizar el futuro en el suelo de hoy

**Comer es un acto agrícola. Es imposible interactuar con la gastronomía de manera consciente sin primero acercarse a la agricultura y a los pequeños productores que recuerdan el campo argentino cuando era trabajado de manera más humana. Por eso, el protagonista de esta historia es el suelo: origen de todo alimento, testigo del complejo desarrollo de la Argentina hacia un modelo agroexportador y una clave en la presente lucha contra el cambio climático.**

Augusto Colagioia no sabe exactamente cuándo empezaron a cambiar las cosas en el campo de su familia. Su abuelo y su tío abuelo eran tradicionalistas devotos, ganaderos de una vieja escuela de pensamiento que rechazó las nuevas tecnologías, prefiriendo ser fiel a los antiguos métodos de la región pampeana. San José era un clásico campo mixto de Henderson; los hermanos dedicaban sus tierras más fértiles a la plantación de vegetales y dejaban crecer el pasto nativo, utilizando ambas cosechas para alimentar a las vacas que vivían en las partes menos productivas del campo.

En la década de 1960 llegó al país la Revolución Verde, movimiento agrícola basado en incrementar la productividad a través del uso de semillas transgénicas, pesticidas y monocultivos. "Había un montón de campos chiquitos de 40 o 50 hectáreas, llenos de familias de productores", cuenta Colagioia. "Ya no están más. No hay gente en el campo. Todos estos campos están alquilados. Hubo una tendencia a la concentración de la producción muy fuerte en toda la zona. Una producción que requiere pocas personas, muchas máquinas, mucha energía y dos o tres productos

que son estratégicos para la economía".

Mientras la Revolución Verde incentivaba un éxodo rural de las granjas familiares vecinas a San José, los hermanos Colagioia expandieron sus tierras y continuaron con las prácticas de siempre. Pero cuando el padre de Augusto heredó la granja, rápidamente eligió adoptar las tecnologías que la generación anterior había visto de reojo, atrapado por la idea de que la biotecnología y los agroquímicos eran el futuro de la agricultura.

Fue entonces que se incorporó la biotecnología y el uso de agroquímicos en San José. Los pastizales nativos fueron intervenidos: se plantó avena, maíz y sorgo con semillas transgénicas y se implementó el uso de herbicidas como el glifosato, que resolvieron por completo el problema de malezas que tenía el campo. Tal y como fue prometido, se redujo la mano de obra, se intensificó el rinde tanto de la agricultura como de la ganadería y la calidad de la tierra parecía haber mejorado.

"Mi viejo es una persona que siempre busca innovar –explica Colagioia-. Los fertilizantes y los herbicidas los veía como una manera de mejorar el



campo. Porque así te lo vendían. Desde el punto de vista del productor, poder producir y protegerse de la maleza era una idea genial. Pero bueno, era una solución con una lógica reduccionista. Un pensamiento muy lineal: 'mi problema son las malezas, así que invento algo para eso'. Es una cuenta matemática. Pero en la naturaleza no hay una matemática. Hay ecología. Todo está relacionado".

Colagioia, cuarta generación de San José, empezó a profundizar sobre lo que sucedía en el campo cuando comenzó a estudiar Ingeniería Agrícola en la facultad. Allí aprendió los conceptos de ecología, regeneración y cultivo agroecológico. "Fui el primero de mi familia en estudiar en la universidad, que era muy importante para mí papá. La facultad me permitió cuestionar lo que pasaba en nuestro campo. Hubo un inicio de un camino que no tenía vuelta atrás". Hoy en día, Colagioia trabaja como educador y consultor para productores de carne de la provincia de Buenos Aires interesados en la transición hacia modelos más sustentables. Al mismo tiempo vuelve seguido al campo, que está en medio de un lento proceso de volver a sus orígenes con la recuperación de sus pastizales nativos. A lo largo de los últimos cuatro años, Colagioia y su padre plantaron a mano los pastos nativos que se habían perdido por completo, y empezaron a liberar la tierra de herbicidas y fertilizantes.

---

La primera semilla transgénica fue introducida al mercado internacional en 1994. Dos años más tarde, Argentina se convertiría en un anticipado y ferviente productor de soja, tanto que en 2003 el magnate de la biotecnología Syngenta proclamó que el noreste argentino era parte de la creciente "República Unida de la Soja". Para el 2013 Argentina ya era uno de los cuatro países que acumulaban el 83% del área mundial cultivada con semillas transgénicas. La rápida adopción de nuevas biotecnologías se ajusta perfectamente a la postura que el país ha tenido históricamente sobre el rol de la agricultura y su desarrollo.

"Estamos tocando un imaginario social que recorre 150 años de historia como país", sostiene Maristella Svampa, investigadora y coautora del libro *El colapso ecológico ya llegó* (2020). "Es una historia muy ligada a



la exportación de materias primas, y fundamentalmente de cereales y carnes. En ese sentido, el modelo agrario ilustra un imaginario de la bonanza económica y del bienestar".

Svampa hace referencia a un proyecto socioeconómico que comenzó en el siglo XIX con la Conquista del Desierto, la cual diezmó a las poblaciones indígenas del país con el fin de expandir la frontera, acción que puso a la Argentina en la cima de la economía mundial. El desarrollo del sistema ferroviario nacional en las décadas siguientes, particularmente el del Ferrocarril Oeste, que extendió una red desde Buenos Aires hasta Mendoza, impulsó la colonización de la extensa región pampeana. También facilitó la diversificación de la creciente economía agrícola del país, ya no solo el más grande proveedor de cereales del mundo sino también un importante exportador de carnes, lana y cuero para los insaciables mercados europeos.

La expansión de la frontera vino de la mano de una intensa apropiación de tierras. Según escribe el reconocido historiador James R. Scobie en su libro *Revolución de las Pampas* (1964), la Conquista fue financiada, en parte, por bonos del gobierno que podían ser canjeados por terrenos a medida que la frontera se expandía. "De un año a otro, la superficie disponible para explotación ganadera se había duplicado en dimensiones. Estas nuevas tierras pasaron directamente, como enormes propiedades, a manos de poderosos intereses pastoriles y especuladores. En 1882 la subasta pública ofreció las restantes tierras de frontera en parcelas de hasta 40.000 hectáreas de extensión". Empezando por la Pampa, Scobie continúa, la revolución agrícola lentamente destruyó un longevo ecosistema de productores independientes autosustentables.

Tal colonización de tierras, y la subsecuente era dorada del crecimiento económico sostenido en el país, estableció una tendencia nacional que se perpetuó desde la Conquista hasta la actualidad: la ilusión de prosperidad que vive más en la imaginación colectiva que en la realidad de la economía nacional. Una narrativa que servía los intereses de pocos dominó la política y legislación a lo largo del siglo XX y se concentró particularmente durante los gobiernos militares de los 60 y 70. Aquellas épocas

autoritarias empoderaron las raíces de la modernización agrícola que reina hoy. Se disolvieron lentamente las regulaciones del estado; se extendió la privatización, se dejó de financiar la mayoría de instituciones estatales de investigación ambiental y agraria, y la concentración de tierras se aceleró. La combinación de estas dinámicas, y el consecuente reordenamiento del tejido social del campo argentino, sentó las bases del presente modelo agricultor.

Hoy en día, la Argentina cultiva cereales que se usan principalmente para alimentar ganado y abastecer, entre otras cosas, una creciente demanda de consumo de carne tanto a nivel global como nacional. Nuevos métodos para estimular la producción del ganado crearon una extraña paradoja en la zona productora pampeana: terrenos tradicionalmente utilizados para campos mixtos de pastizales y ganadería son continuamente desplazados por granjas que cultivan sustento para vacas, trasladando el ganado al norte hacia tierras que deben ser deforestadas. A pesar de que las emisiones de carbono no son el principal problema de Argentina (están por debajo del promedio del G20), la degradación de tierras que actúan como absorbentes de emisiones de carbono representa una enorme amenaza a la salud ambiental tanto local como global.

En Argentina, la decisión de adoptar biotecnología y el uso de agroquímicos fue fundamentada por una falta de investigación científica sobre los impactos que este nuevo y radical modelo tendría sobre el ambiente. Sin embargo, la evidencia se amontonó rápidamente. Tal y como señaló el investigador Pablo Lapegna en su libro *La Argentina transgénica* (2019), para comienzos del siglo XXI, científicos y activistas ya hacían sonar la alarma: deforestación masiva de los bosques nativos del norte argentino, aparición de malezas resistentes, degradación continua del suelo, daños a la salud pública y contaminación de acuíferos por el uso intensivo de agroquímicos cada vez más tóxicos.

---

En San Andrés de Giles, Pablo Harari pasó los últimos seis años regenerando el terreno de su familia. Sus padres,

**La degradación de tierras –que actúan como absorbentes de emisiones de carbono– representa una enorme amenaza a la salud ambiental tanto local como global.**



que no eran campesinos, dejaron la propiedad cuando Harari tenía siete años y empezaron a alquilarla a productores de soja. Los intensos métodos de cultivo arrasaron con praderas naturales, eliminaron nutrientes, compactaron el suelo, y terminaron por destruir la tierra.

"Me tiré bastante de la cabeza a un proyecto que, ahora que sé más, era bastante arriesgado", cuenta Harari reflexionando sobre los comienzos de la restauración del campo. "Llegué a un campo que había quedado ocho años abandonado después de muchos años de usar la tierra para cultivar soja transgénica. Vine con ideas de permacultura y autosustento, pero rápidamente la realidad me voló de un cachetazo. Gasté mis ahorros para invertir en cosas básicas y para seguir invirtiendo en cosas como luz o un vehículo, y necesitaba generar dinero. Ahí se fue formando nuestra granja Cara Negra".

Harari predica la escuela de la agricultura regenerativa, un método de cultivo diseñado a principios de los 80 por Robert Rodale, quien rechazaba el uso de pesticidas y fertilizadores sintéticos. Es un movimiento que busca respuestas productivas que no causen deforestación progresiva, el monocultivo y las prácticas agrícolas que gravitan casi exclusivamente en agroquímicos

tóxicos que destruyen los ecosistemas del suelo. La tierra contiene tres veces más carbono que la atmósfera, pero a medida que el estado del suelo se deteriora, el carbono se fuga. Como ideología, la agricultura regenerativa se basa esencialmente en capturar carbono a través de la regeneración de la capa superficial del suelo, la biodiversidad y el ciclo hidrológico. Más allá de campos con suelos más sanos, la captura de carbono que incorpora este método aporta avances sustanciales en la lucha contra la crisis climática. Hoy en día, el Rodale Institute está trabajando con productores en todo el mundo, enfocándose especialmente en restaurar regiones que hayan atravesado un proceso de desertificación o estén bajo riesgo de hacerlo.

La clave de la agricultura regenerativa está en estimular ecosistemas saludables. En Cara Negra se cultiva una amplia variedad de hortalizas junto con gallinas y ovejas. Los animales se rotan a lo largo de la granja y son actores fundamentales para controlar el crecimiento del pasto y restaurar la diversidad del suelo. Las rotaciones diarias aseguran que las ovejas no coman las plantas o aullan en una zona particular de la granja, sino más bien que contribuyan al crecimiento de plantas más fuertes que mejoren la calidad del

suelo. Según Harari, las granjas vecinas que practican métodos industriales o convencionales de cultivo precisan comprar alimento para sus animales, mientras que Cara Negra tiene un excedente de pastizales naturales además de hierbas y vegetales plantados.

Mientras sigamos reforzando estructuras que consideran la devastación ambiental como una consecuencia inevitable para nutrir la economía, más difícil es imaginar un cambio de modelo económico arraigado a la agricultura sustentable. La granja de Harari ejemplifica esta realidad: hasta hace poco, Cara Negra era en gran parte autosustentable, basada en un modelo de negocio que se asemejaba a un sistema de cultivo sostenido por una comunidad de voluntarios. Luego de una fallida búsqueda de socios para expandir la estancia y convertirla en una granja y restaurante, decidió no sembrar este verano y mudarse en enero a Alemania para continuar aprendiendo sobre modelos de cultivo regenerativos. El futuro del campo está en estado de suspense. "Para que este tipo de modelo funcione, hace falta una cohesión de gente y habilidades –explica Harari-. Es un trabajo muy complejo en un país donde es difícil emprender".

Harari alude a una traba que muchos productores, tanto los grandes como los pequeños y familiares, enfrentan a la hora de incorporar métodos de agricultura sostenible a cualquier escala: la ausencia de redes formales de productores, inversores y agrónomos para compartir desde información hasta financiamiento.

---

De vuelta en el campo San José, Colagioia y su padre continúan transformando sus 250 hectáreas. Los resultados del modelo impulsado por la Revolución Verde fueron inmediatos, pero el giro al modelo original agroecológico es un compromiso a largo plazo. Hasta ahora, San José ha mantenido la rentabilidad reduciendo el uso de agroquímicos y fertilizantes de a poco, financiando su transformación con los ingresos de las partes de la propiedad que los seguía utilizando. Luego de cuatro años de trabajo, la granja pudo reducir su uso de agroquímicos de un 100% a solo un 25%. Algunas partes de la tierra ya cuentan con condiciones de suelo propicias a que los pastizales naturales

regresen y sean lo suficientemente robustos como para que los Colagioia no tengan que renovarlos todos los años.

Pero todavía están a años de transformar el campo en un negocio plenamente agroecológico, un modelo similar al cultivo regenerativo, con la

**La primera semilla transgénica fue introducida al mercado internacional en 1994. Dos años más tarde, Argentina se convertiría en un anticipado y ferviente productor de soja, tanto que en 2003 el magnate de la biotecnología Syngenta proclamó que el noreste argentino era parte de la creciente “República Unida de la Soja”.**

principal diferencia de que la primera tiene un componente social explícito. "La misma necesidad de innovar que tenía mi papá y que lo motivó a cambiar nuestro campo es la razón por la que me mandó a la universidad a estudiar agronomía –cuenta Colagioia–. Ahora entendemos que hay que innovar y generar un cambio de modelo, no solo lo que producimos, sino también para qué y para quién. Por eso, hay que hablar mucho sobre desarrollo territorial, la producción de alimentos sanos y la soberanía alimentaria. No se los puede separar".

Argentina tiene un gran problema agrícola. La solución no es simplemente volver a los métodos de producción que precedieron a la Revolución Verde, sino más bien replantear el enfoque socioeconómico, político y psicológico que ponemos sobre la agricultura hoy en día. Para incorporar modelos más sustentables es necesario reconfigurar la manera en la que comemos localmente como sociedad y aportamos a la cadena alimenticia global como país. El desafío consiste en cambiar nuestra percepción de la agricultura como símbolo de capital y desarrollo, alejándonos de la relación frívola que tenemos con la tierra y acercándonos a quienes trabajan y se alimentan de ella.

PALABRAS: SANTIAGO BLONDEL  
EN COLABORACIÓN: LAURA LITVIN  
FOTOGRAFÍA: MARIO TIZON

Sentir el calor de un incendio de dimensiones colosales a pasos de mi restaurante DiqueSí es una experiencia muy fuerte. Fuego, humo sofocante y ruido estrepitoso generan miedo, estado de alerta y tristeza. Los incendios devastadores del 2020 fueron lo peor que ocurrió en esta zona en los últimos 40 años. Se quemó muchísimo: nos queda apenas un 1% de superficie total del bosque nativo.

Dejamos que las llamas, a veces iniciadas por la mano del hombre, se aviven en el bosque por cuestiones políticas y económicas, en particular los negocios inmobiliarios y agropecuarios. Los que enfrentan el fuego tienen prioridad de salvar vidas humanas,

por supuesto, pero se deja quemar el monte porque para muchos no tiene valor. Basta recordar que La Cumbre, ciudad en la que vivo en Córdoba, era un gran quebrachal que fue talado por completo. De alguna manera nos vamos acostumbrando a que esto suceda, naturalizamos la indignación.

El bosque nativo está en peligro porque nosotros mismos lo arrasamos. Solemos comprar quebracho en la verdulería porque tal cocinero recomienda que es la mejor leña para hacer un asado. Esta leña de quebracho, que tiene 15 cm de diámetro, tardó 50 años en crecer. No hay nadie que esté resembrando quebracho, ni algarrobo, ni chañar, ni mistol. Nuestras prioridades

# ¿Quebracho? No

Santiago Blondel pertenece a la generación de cocineros que viajó a Europa a completar su formación y a trabajar en restaurantes de alta cocina, como El Racó de Can Fabes, del legendario Santi Santamaría. Tras diez años en el exterior, regresó a la Argentina, donde abrió Gapasai, su restaurante en La Cumbre, junto a sus hermanos Inés y Gastón. En 2019, con un plato de su menú Ciclos, hecho 100 % con productos de las sierras cordobesas, ganó el Prix de Cuisine de Baron B. Hoy dirige DiqueSí, un emprendimiento a la vera del Dique San Jerónimo, a 6 km del centro de La Cumbre.

están desequilibradas: hacer asados increíbles y para ello talar bosques nativos enteros es un ecocidio. Por eso, los cocineros debemos tomar conciencia de la leña que usamos y dejar de fomentar el uso del monte originario.

La primera vez que percibí el bosque nativo con ojos y nariz de cocinero fue en la sierra El Mástil, Los Cocos. Recuerdo tocar una planta con flores naranjas y un perfume deslumbrante que quedó

para siempre en mi memoria. Tardé varios años en identificarla; empecé a explorar, a leer la bibliografía sobre botánica e investigar las costumbres de los comechingones, los habitantes originarios de esta región. Después de idas y vueltas, supe que se trataba de suico, una hierba también conocida como huacatay. Con el tiempo se convirtió en protagonista de mi cocina, tanto que fue una de las claves de la





personalidad del plato con el que gané en 2019 el Prix de Cuisine de Baron B. Esta hierba me marcó el camino: ese día en la sierra entendí que había un mundo que no conocía en el bosque nativo.

Pasé unos 10 años formándome en el extranjero y me encontré en La Cumbre, rodeado de naturaleza, con la intención de abrir mi propio restaurante, Gapasai. Mi deseo era ofrecer alta cocina de vanguardia con productos locales, pero rápido supe que no sería tan fácil encontrarlos. Pensé que cuando llegara a Córdoba iba a tener una verdulería, una pescadería, una carnicería local. Pero no, todo llegaba de otras ciudades. Comprendí que tenía que cambiar el enfoque y decidí que mi entorno sería mi sustento para el restaurante.

Despojándome de las cargas de información que traía como cocinero europeo, comencé a trabajar como una especie de intérprete de la naturaleza. El objetivo más de fondo era generar aprecio y empatía por el bosque nativo. De a poco comencé a incorporar lo que me ofrecía el monte: chauchas de algarroba, bayas de mistol y corteza de chañar, con piquillín, palo amarillo, diente de león, tomillo del monte, peperina y más. Dejé de tener proveedores. Salvo los vinos, el 95 % de los productos que usábamos era cosechado por nosotros, o traído por cazadores, pescadores o recolectores del lugar. Incluso el agua que usamos venía de una vertiente cercana.

La información que recolectaba tenía un ADN diferente y así surgió hacer un menú que reflejaba todo esto. Se llamó Ciclos, inspirado 100 % en el bosque nativo. Empezaba desde la semilla, pasando por el sustrato del suelo, los pastos, los tallos, la carne, el río, las hojas, las flores, los frutos y nuevamente la semilla. Todo cerraba un círculo. Quería que la gente disfrute de la diversidad del bosque y que lo defienda, porque un árbol es un ecosistema. Cuando talamos, no solo nos llevamos la madera: expulsamos a animales, plantas y comunidades, que encontraban allí su sustento. Al mismo tiempo, se genera un desgaste del suelo tan importante que después ya no absorbe el agua de las grandes lluvias y nos sorprenden las inundaciones. Estamos rompiendo todo el equilibrio.

Como cocinero siento la responsabilidad de transmitir este mensaje: no hace falta comprar leña del

**Esta leña de quebracho, que tiene 15 cm de diámetro, tardó 50 años en crecer. No hay nadie que esté resembrando quebracho, ni algarrobo, ni chañar, ni mistol. Nuestras prioridades están desequilibradas: hacer asados increíbles y para ello talar bosques nativos enteros es un ecocidio.**

bosque nativo. Quien la recomienda en sus libros de cocina, no está haciendo un trabajo responsable. Hay otras alternativas. En mis restaurantes uso leña que le compro a un productor de olivares. Tiene árboles muy viejos que se van secando y antes descartaba. Ahora los hace leña y esa es la que uso yo. ¿Alcanza para todos? No. Tampoco es viable ir a recolectar leña caída silvestre para abastecer a una ciudad. Pero considero que, si queremos promocionar a la Argentina como país del asado y referente de la cocina al fuego, tenemos que generar nuestros cultivos de árboles para leña. Así como hay plantaciones de eucaliptus para hacer muebles o de álamos para hacer papel, debemos generar cultivos para hacer leña. Si no lo hacemos, ponemos en riesgo cosas mucho mayores y, un día, no vamos a tener más fuego para hacer asados.

Imagen a la izquierda: Santiago Blondel en el monte nativo del valle de Punilla, Córdoba.

A photograph showing a woman in a dark jacket and a purple and black knit hat working in a field of yerba mate plants. She is bending over, harvesting leaves from a large pile. In the background, several traditional thatched-roof huts are visible under a bright sky.

FOTOS Y SUBTÍTULOS: TOYA SARNO JORDAN  
TEXTOS: DIANA HAUGG, JAVIER GORTARI, MARIA LUZ ROA, PATRICIA OCAMPO  
EDICIÓN: ANDREINA HIMY

# Caá-mate

Misiones, Argentina

La yerba mate es una figura central en la vida cotidiana de los argentinos, pero la gran mayoría desconoce de qué se trata su cosecha. La injusticia social en los yerbales es un problema poco conocido, pero no es nuevo, sino que se origina en los primeros tiempos de la colonia española. Caá-Mate es un ensayo fotográfico que une las voces de trabajadores, académicos y activistas con el fin de visibilizar la necesidad de promover prácticas sociales dignas y ambientalmente sustentables en el cultivo de la “infusión nacional”.

**TEXTO: JAVIER GORTARI**  
**DOCENTE,**  
**INVESTIGADOR,**  
**EX-RECTOR DE**  
**LA UNIVERSIDAD**  
**NACIONAL DE MISIONES.**

El mate es la principal infusión consumida actualmente en Argentina, el sudeste brasileño, Paraguay, Uruguay, el sur de Chile y el oriente de Bolivia. Su cultivo se circunscribe al territorio de Paraguay, dos provincias del noreste argentino y cuatro estados del sur de Brasil. En el caso argentino, fue la actividad económica de poblamiento de la provincia de Misiones, donde hoy se genera el 90% de la producción nacional, para un mercado doméstico que representa el 50% del consumo mundial del producto, con un promedio por habitante de 6,5 kg/año. El consumo de yerba mate se remonta a los pueblos originarios americanos de la cuenca del Plata, fue asimilado por los conquistadores que se establecieron en la región del Paraguay a partir de la tercera década del siglo XVI y se difundió desde allí hacia el resto de los dominios españoles del sur de América. Hasta entonces, la producción y el consumo se limitaban a los nativos de la zona, quienes extraían las hojas de los matorrales silvestres que crecen en el sotobosque de la selva paranaense. La utilización tenía más bien un carácter ritual y la planta y su origen divino eran parte de la mitología guaraní. La leyenda le asignaba propiedades benéficas como estimulante nervioso y complemento dietético, corroboradas siglos más tarde por la ciencia. Compartir la infusión tenía también un significado social de hospitalidad y camaradería que perdura hasta hoy. Si bien la economía aborigen era básicamente de subsistencia, mantuvieron esporádicos intercambios con otras comunidades, lo que difundió el consumo de yerba mate hasta los contrafuertes andinos en las regiones de predominio incaico. La denominación autóctona de la infusión, caá-mate, es precisamente la conjunción de una voz guaraní (caá: planta/selva) y otra quechua (mati: calabaza utilizada como recipiente para beber la infusión).



Una tarefera arrastra un  
raido de hojas de yerba  
mate en un yerbal a dos  
horas de Oberá, Misiones

**TEXTO: MARÍA LUZ  
ROA, "TAREFA QUE ME  
HICISTE SUFRIR...  
LA EMOCIONALIDAD EN  
LA CONSTITUCIÓN DEL  
SELF DE LOS JÓVENES DE  
FAMILIAS TAREFERAS".**

*Raido: Atado de hoja verde  
sobre lienzo que pesa un  
promedio de 100 kg.*

La cosecha de yerba mate consiste en el corte de las ramas de la planta de yerba mate con serrucho o con tijera, la quebranza de las mismas –es decir, la separación de la hoja del palo grueso– y el embolsado de la yerba “ponchada” (cosechada y quebrada) en bolsas de arpillería de 100 a 120 kg llamadas raídos, los cuales se cargan en la espalda del taretero/a hasta el camión. Considerando que el cobro de la tarea es a destajo –es decir, por cantidad cosechada–, la misma requiere la suficiente destreza en el corte, quebranza y armado del raído, la fuerza que permita la carga del mismo, y la rapidez necesaria para extraer la cantidad de hoja verde que alcance el jornal (la cual varía alrededor de los 500 kg). Asimismo, en un contexto de alta incidencia de trabajo informal, resulta recurrente que el taretero cuente con la “ayuda” del trabajo familiar de su cónyuge e hijos, de manera tal de incrementar la cantidad cosechada.





Como muchas madres solteras, Mónica Puchalski elige trabajar informalmente, ya que recibe mensualmente el plan social del gobierno Asignación Universal por Hijo (AUH), en teoría apuntado a padres desocupados. Mónica gana un promedio de \$2400 por tonelada cosechada. "Cuando hay cuentas en casa, él viene conmigo", dijo refiriéndose a su hijo de 13 años, que suele acompañarla a los yerbales.

&lt;NCHO&lt;

"Nosotros, con nuestros hijos, vamos igual y ahí dejamos debajo de una sombra a ellos sentados [menores de 5 años] y ahí entonces tarefeamos. Entonces, cuando llora el que mama, la mamá para, para darle de mamar al chico y el que toma leche ya lleva la mamadera para tomar leche, entonces... cuando duerme ahí arreglamos [sic], tumbamos los pastizal [sic] con un palo y le hacemos la camita y ellos duermen ahí mientras nosotras cosechamos. Es todo un peligro porque en una capuera alta corren el riesgo de que le pique una víbora, que le pique una araña o una avispa. Es todo un problema, nosotras las mujeres tareferas sufrimos mucho más que los hombres, porque el hombre, cuando va, va solo, va y arma su campamento en cualquier lado y duerme. Y para nosotras, las mujeres tareferas, es muy difícil porque tenemos que llevar nuestros hijos y es todo un problema, porque trabajamos más y nos pagan menos".

**TEXTO: DIANA HAUGG,  
ENTREVISTA A SONIA, 25.**

&lt;NCHO&lt;



El capataz Sergio Vera, 32, usa su machete para señalar nubes de lluvia en el horizonte en un yerbal. Es uno de los días más calurosos del año: la temperatura llega hasta alrededor de los 35°C.



Patricia: Hay muchos que no son tareferos porque se mueven despacio... le buscan la vuelta. Y los tareferos no, van y con los pies van [hace un gesto con los pies como si avanzara por la capoeira, es decir las malezas entre las plantas de yerba].

Cristina: Como que un tarefero cuando va, va en alpargatas y va pisando lo que va y va...

P: Vos, por ejemplo [me dice a mí], si vas a entrar en alpargatas al yerbal te vas a lastimar toda, pero el tarefero no.

María Luz: ¿Va en alpargatas y no se lastima?

P: No se lastima.

ML: Pero ¿por qué? ¿Por la forma de caminar?

C: Sí, no se lastima y no se cae porque...

P: No siente más el tarefero.

C: No siente nada.

P: Es como que tiene el cuerpo preparado [...].

C: Por ahí no sentís mucho que te pican los bichitos, ¿viste? Y uno, y vos, por ejemplo, sentís re bien cuando te está picando algún bichito... o te molesta.

ML: Yo me pongo como loca.

C: Pero nosotros no.

P: No importa.

**SIGUIENTE PÁGINA**  
Tareferos cargan un camión con raídos de yerba al fin de una jornada de trabajo. Serán llevados a una planta secadora en un yerbal a dos horas de Oberá.

**TEXTO: MARÍA LUZ ROA, ENTREVISTA A HERMANAS PATRICIA, 22, Y CRISTINA, 25.**



*Guayno: Menor de edad que trabaja en los yerbales, usualmente acompañando a algún adulto. Se refiere a su mano de obra, prohibida por marcos legales aunque naturalizada en la sociedad, como ayuda. Los guaynos quedan por fuera de los programas económicos para la interzafra.*



Nací en Oberá, Misiones. Mi ciudad es la principal productora de yerba mate en el mundo. En mi provincia, el 50% de los trabajadores que actualmente cosechan yerba mate comenzaron a trabajar entre los 5 y los 13 años de edad. Muchos de mis amigos de la infancia eran

cosecheros, mis padres cosechaban con 16 años.

El trabajo en el yerbal es peligroso. Los tareferos cosechan 14 horas por día y son transportados en camiones, a pesar de que esté prohibido; los accidentes en la ruta son frecuentes y

cuestan vidas. En el yerbal abundan los animales venenosos, se utilizan herramientas filosas, y el uso intensivo de agroquímicos destruye la salud de los trabajadores. Cuando acampan en el yerbal, el empleador les vende alimentos hasta 40% más caros que en el pueblo.

El trabajo en el yerbal garantiza la pobreza. Ahora, imaginen a un niño que abandona la escuela para trabajar en un lugar así.

**TEXTO: PATRICIA OCAMPO, "TRABAJO INFANTIL EN LA COSECHA DE YERBA MATE", UN SUEÑO PARA MISIONES.**

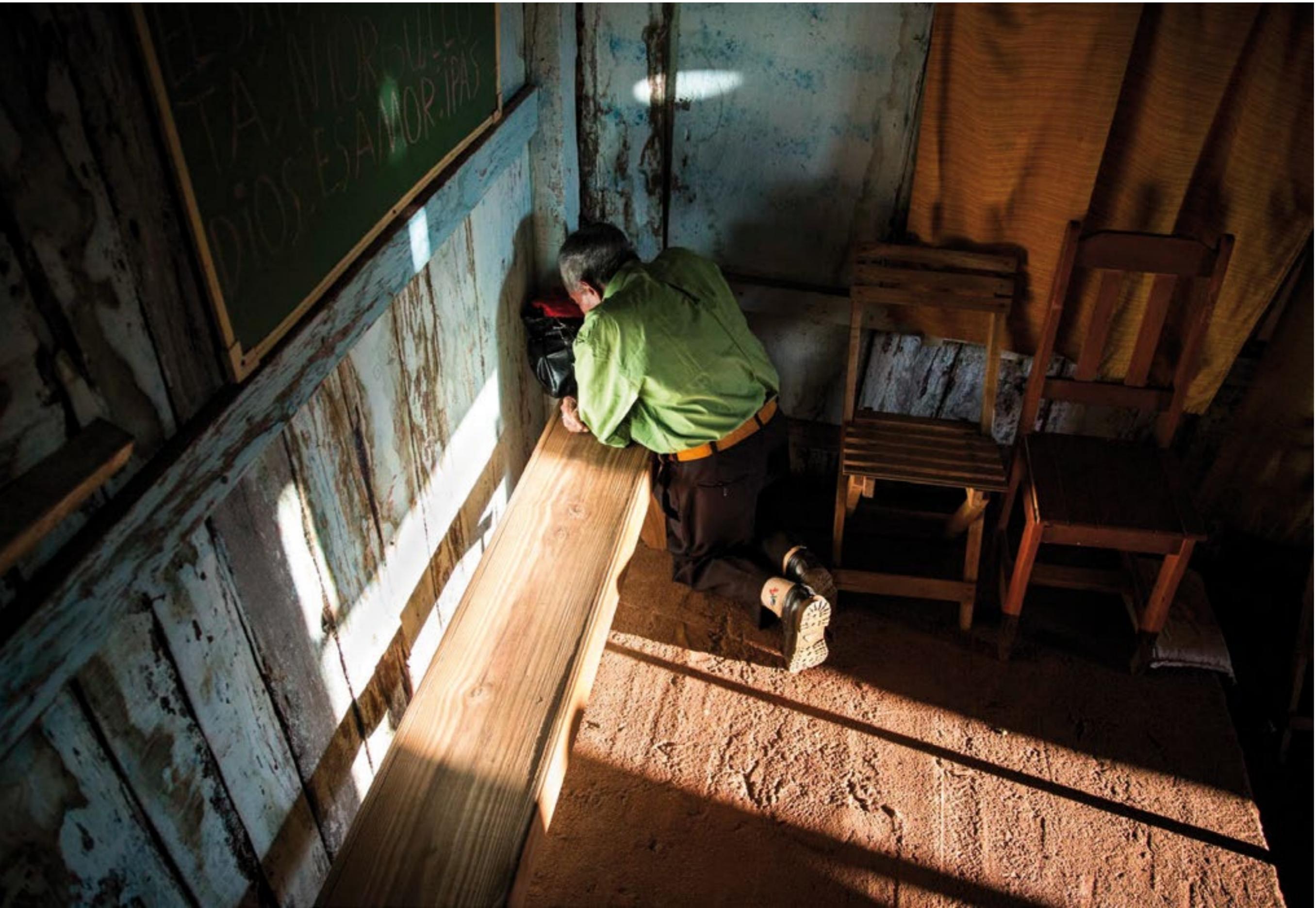




Yésica Fabrizio, 23, mira por la ventana de la camioneta de su capataz. Todos los días, el capataz la busca a las 5 am junto a su cuadrilla.

"Se aseguran la mano de obra barata. No se puede mecanizar la yerba como lo hicieron con el té", cuenta Simeón Domínguez, quien a sus 65 años sigue tarefeando por necesidad. No cuenta con aportes para su jubilación, ya que trabajó informalmente desde los 8 años.





&lt;ANCHOA

Un tarefero jubilado reza en la iglesia en el barrio San Miguel de Oberá, donde la comunidad es predominantemente religiosa.

&lt;ANCHOA

**TEXTO: PATRICIA OCAMPO**

La pobreza en Misiones es profunda y duele. Cuando dolíó más de lo que podía soportar, sentí la necesidad de hacer algo para cambiar esa realidad. Junto a Jorge Kordi, fundamos la Organización "Sueño para Misiones". Tomamos la decisión de trabajar para erradicar el trabajo infantil del mate y de todo el campo argentino.

La educación es nuestro camino, porque es el único factor que puede garantizar la movilidad social y terminar con la pobreza estructural. Nos dedicamos a fundar bibliotecas públicas en lugares donde los libros no llegan. Durante esa tarea pudimos ver que el trabajo infantil se repetía a lo largo del territorio provincial y entendimos que en nuestra región el problema no solo era la pobreza, sino también la desigualdad.

El estado, las organizaciones del tercer sector, las empresas, los institutos y otros actores articulan para erradicar la explotación de los niños, pero lo hacen mal y los cambios demoran en aparecer. En "Sueño para Misiones" creemos que

comprar es votar. Por esto en el 2019 presentamos un proyecto de ley para crear un sistema de certificación. Así podremos garantizar, a través de un sello, que determinado producto es libre de mano de obra infantil o trabajo forzoso en su cadena de suministro. Con esta información, ponemos en manos del consumidor la posibilidad de premiar a las cadenas de suministros que no utilizan mano de obra infantil. Dar herramientas al consumidor es imprescindible para lograr un cambio.

Los Objetivos de Desarrollo Sustentable propuestos por la ONU se basan en ciudadanos empoderados. No podemos dejar solo en manos de los gobiernos lo que es imprescindible para una sociedad sana y justa. Seguiremos empujando para que la certificación sea ley y generando conciencia. En manos del consumidor dejamos la llave para cambiar la realidad de miles de niños que dejan sus oportunidades haciendo trabajo de adultos.

**Bibliografía**

Gortari, Javier. "Maldita' yerba mate: explotación de la mano de obra en las minas yerbateras del Paraguay colonial", en Tareferos: vida y trabajo en los yerbales. Posadas: Editorial Universidad Nacional de Misiones, 2017, pp. 31-32.

Roa, María Luz. "Tarefa que me hiciste sufrir... La emocionalidad en la constitución del self de los jóvenes de familias tareferas", en Trabajo y Sociedad, N° 20, Verano 2013. Santiago del Estero: Universidad Nacional de Santiago del Estero, 2013, p. 329.

Haugg, Diana. "La feminización del asalariado agrícola en la producción de yerba mate, en el marco de la desregulación económica en Argentina", en: Tareferos: vida y trabajo en los yerbales. Ob. cit., p. 281.

Roa, María Luz. "Tarefa que me hiciste sufrir...". Ob. cit., p. 33.

[www.anchoamagazine.com](http://www.anchoamagazine.com)  
seguinos en Instagram @anchoa.mag





# ANCHOA

F E B R E R O 2 0 2 1

f i g u r a n

Agricultura regenerativa

Algarroba

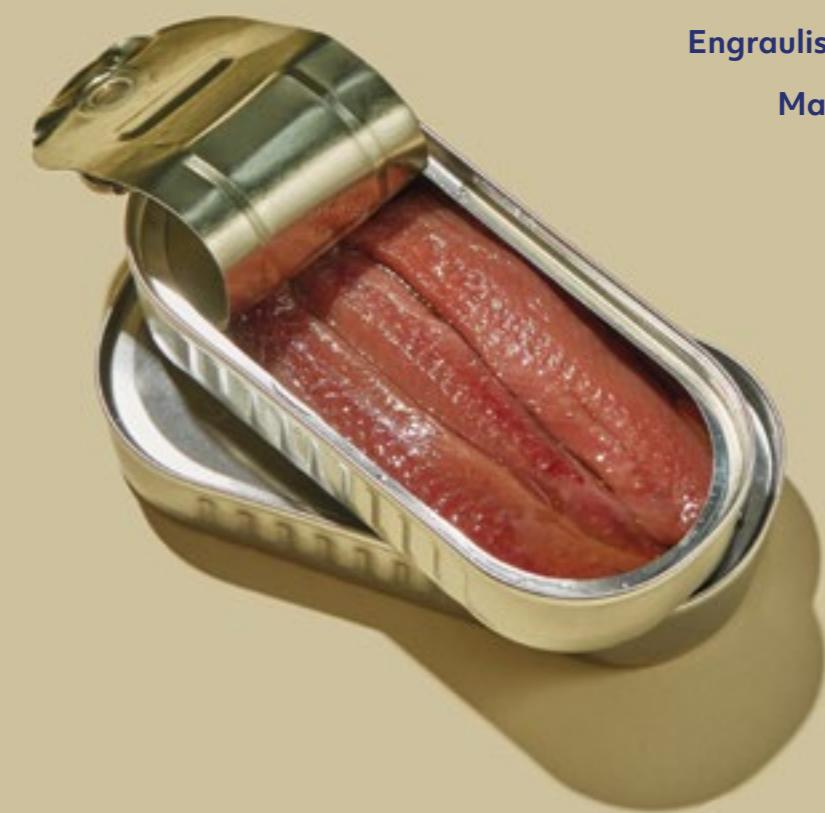
Bahía Bustamante

Densidad nutricional y la  
revolución del sistema

Engraulis anchoita

Mate

e d i c i ó n 0 0 1



a d e m á s

Oda a la pastelería

Pensamientos  
organolépticos

Plantas fantásticas

Quebracho

Quesos argentinos

Vino naranjo

una revista consciente  
de gastronomía

