

Tensiones turístico-patrimoniales en torno al té galés en el valle inferior del río Chubut



Juan Francisco Olsen

Instituto de Investigaciones Históricas y Sociales-Departamento de Historia, Universidad Nacional de la Patagonia "San Juan Bosco"

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

 0000-0003-4018-349X

Correo electrónico: olsenjuan@gmail.com

Recibido: diciembre de 2023
Aceptado: abril de 2024

Resumen

El "Té Galés" en el valle inferior del río Chubut (Argentina) no solo refiere a un tipo de comensalidad específica, vinculada al consumo de té acompañado por tortas, panes y dulces caseros, sino que, por un lado, constituye un recurso turístico-comercial; y por el otro, es un vehículo para reafirmar la pertenencia histórica, territorial y política de los descendientes de los colonos galeses en la región. En este trabajo nos proponemos indagar etnográficamente en las tensiones construidas en torno a los discursos turístico-patrimoniales sobre el té galés y su repostería en el noreste de la provincia de Chubut. Para ello se realizaron entrevistas semiestructuradas, abiertas e individuales a los propietarios de cuatro emprendimientos y a funcionarios estatales; así como registros de observación participante en distintos servicios de té; y un relevamiento de fuentes oficiales, prensa escrita y redes sociales.

■ **Palabras clave:** *Té galés; Patrimonio; Comarca VIRCh-Valdés; Identidad; Cultura galesa*

Tourist-heritage tensions around Welsh tea in the lower valley of the Chubut River

Abstract

"Welsh Tea" in the Lower Valley of the Chubut River (Argentina) refers to a unique form of commensality, involving the consumption of tea accompanied by cakes, breads, and homemade sweets. Moreover, it serves as both a touristic-commercial resource and a means to reaffirm the historical, territorial, and political identity of the Welsh settler descendants in the region. This paper, based on ethnographic research, explores the



tensions surrounding tourist-heritage discourses related to Welsh tea and its pastries in the northeastern part of Chubut province from the perspective of its providers. For this purpose, we conducted semi-structured, open-ended, individual interviews with four business owners and state officials. Additionally, we carried out participant observation in various tea services and analyzed an official survey, press materials, and social media content.

Key words: *Welsh tea; Heritage; Lower Valley of the Chubut river-Valdés region; Identity; Welsh culture*

Tensões turismo-patrimoniais em torno do chá galês no vale inferior do rio Chubut

Resumo

O “chá galês”, no Vale Inferior do rio Chubut (Argentina), não se refere só a um tipo específico de comensalidade, relacionada ao consumo de chá acompanhado de bolos, pães e doces caseiros, mas também constitui um recurso turístico-comercial e um veículo para reafirmar o pertencimento histórico, territorial e político dos descendentes dos descendentes de galeses nesta região. Neste trabalho propomos investigar as tensões construídas em torno dos discursos sobre a herança turística sobre o chá galês e sua confeitaria no nordeste da província de Chubut, partindo da perspectiva de seus fornecedores. Para tanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, abertas e individuais com proprietários de quatro empresas e funcionários do Estado; bem como registros de observação participante em diferentes serviços de chá; assim como um levantamento de fontes oficiais, imprensa escrita e redes sociais.

Palavras-chave: *Chá galês; Herança; Região VIRCh-Valdés; Identidade; Cultura galesa*

Introducción

El “té galés” es, sin dudas, el atractivo turístico-gastronómico,¹ entendido como la representación y/o recurso turístico creado o convertido para facilitar la experiencia turística culinaria (Navarro, 2015) más importante en la región noreste de la provincia del Chubut (Argentina). Así, junto con las imágenes de corderos a la cruz o al asador, las teteras cubiertas de lana y las fuentes repletas de tortas, panes y dulces son infaltables en las guías de turismo local, los programas de viajes y las recomendaciones de *influencers*. Sin embargo, como en todo proceso de activación patrimonial, la explotación turística de la práctica del té, sus recetas y las casas especializadas como espacios físicos, encierra una compleja trama de relaciones, en la que se vislumbran acuerdos y tensiones entre diferentes actores.

Cuando hablamos de “activación patrimonial”, siguiendo el planteo de Prats (2006), nos referimos al proceso de selección, ordenamiento e interpretación que conduce a

¹ En gran parte de la literatura que aborda la relación entre el turismo y la alimentación y en las políticas específicas desplegadas por los Estados y los actores del sector privado, los términos cocina, culinario, alimenticio y gastronómico suele presentarse como sinónimos. A nuestro entender, este último se refiere más bien a los consumos alimentarios de las clases altas y su popularización en el discurso público deviene de un fenómeno más amplio de “gourmetización”, es decir, de una pretendida búsqueda de “calidad” dentro del mercado global de alimentos (González, 2018). Sin embargo, al no presentar una contradicción con los marcos teóricos de este trabajo y ser usado de forma regular por nuestros entrevistados, decidimos conservarlo.

la formación de discursos patrimoniales, tradicionalmente destinados a sostener y sacralizar versiones ideológicas de la identidad (o de las identidades) sobre un territorio, comunidad o grupo y que promueven adhesiones emotivas mediante la eficacia simbólica de los referentes patrimoniales. Específicamente los identificamos en aquellos elementos de la cultura de una comunidad que son reconocidos formalmente mediante declaratorias y/o son expuestos a través de festividades, exhibición en museos, conmemoraciones, tanto desde actores estatales como no estatales, y sobre los que se busca su preservación colectiva, y son considerados “patrimonios activados”. En lo que respecta a la gastronomía como elemento cultural, consideramos que el acto de preparar un alimento –cuando se realiza sobre la base de un conocimiento común aprendido a lo largo de generaciones– lleva, en el mismo movimiento, a producir y reproducir una identidad alimentaria y un patrimonio cultural (Álvarez, 2002), ya que los integrantes de cualquier grupo humano tienden a identificar al comensal y al cocinero o cocinera con un pasado y una tradición. En este sentido, nos referimos al patrimonio cultural alimentario como el conjunto de elementos materiales (ingredientes, recetarios, utensilios, vajilla, etc.) e inmateriales (saberes, destrezas, formas de comensalidad, simbolismo y otros) que caracterizan a una cocina nacional, regional o comunitaria en particular, la cual es concebida como una herencia compartida por un colectivo social y es vinculada estrechamente con un territorio (Bak-Geller Corona y Pasquier Merino, 2020). Estos elementos materiales e inmateriales, a su vez, ejercen como soporte transmisible de la identidad y la historia en la experiencia colectiva (Dormaels, 2011).

En este sentido, las políticas de activación del patrimonio cultural alimentario implementadas por el Estado en sus diferentes niveles y por los agentes privados exponen, por una parte, las dinámicas de selección, visibilización e invisibilización que se generan al calor de la patrimonialización y la producción de etnomercancías en sintonía con los lineamientos del mercado internacional (Sammartino, 2021); y por la otra, las lógicas territorializadas donde los actores y comunidades locales intervienen para generar sus propias interpretaciones económicas y simbólicas respecto de las diversas formas de comer y cocinar, que contribuyen a su configuración como entidades culturales autónomas y como “patrimonios/atractivos” (Pérez Winter, 2021).

En el mismo sentido, en este trabajo entendemos al turismo como una construcción social compleja, fundada en la relación entre anfitrión y turista (González Damián, 2004), en la cual este último no se define únicamente en función del traslado temporario para realizar actividades no-cotidianas, sino en el vínculo intersubjetivo que establece con esa alteridad que es el no-turista. El local es concebido como el “propietario” del mundo de vida que se visita en los viajes turísticos, y aquí lo conceptualizamos como anfitrión (activo o pasivo) siguiendo la propuesta de González Damián (2004). Por tanto, en esta relación intersubjetiva que constituye el turismo, como señalan Champredon, Bustos Cara, Oustry, Cacciurri, Ercoli, López Castro, Haag, Brandán, Tournette y Montalbán (2007), el éxito de la valorización de recursos turísticos locales depende de la propiedad de esos recursos para convertirse en referencias significativas de identidad para el colectivo local. En otras palabras, la efectividad de un recurso en términos turísticos está estrechamente ligada al reconocimiento y la apropiación que realice de este la comunidad receptora: los anfitriones.

En este caso, el té galés implica tanto una combinación de sabores y preparaciones como una vajilla propia, una temporalidad específica y forma particular de disposición de los comensales. Así como saberes expertos, espacios indicados y representaciones, que son reconocidos, tanto por los visitantes como por los habitantes permanentes del valle inferior del río Chubut (VIRCh), como propios de la comunidad de descendientes de colonos galeses en el noreste de la provincia. El servicio del té galés es parte de la activación turístico-patrimonial de cultural alimentario en la zona al menos desde la década de 1970, cuando se abrieron las primeras casas especializadas y se incluyó a

Gaiman, una de las localidades del VIRCh, en los itinerarios de viaje de los turistas que visitan Puerto Madryn y realizan el avistaje de ballenas.

No obstante, creemos que desde la llegada de Diana Spencer, más conocida como Lady Di,² a Gaiman en 1995, se generó una digresión sobre las representaciones de la colectividad galesa en general y del té en particular, entre quienes se encuentran fuera de la provincia de Chubut, especialmente medios masivos de comunicación y redes sociales, y quienes ofrecen el servicio del té galés, lo que terminó generando un discurso turístico exógeno con el que la comunidad local tiene que lidiar y muchas veces se encuentra tensionada.

Es por ello que la hipótesis que guía este trabajo es que existen diversas estrategias de activación turístico-patrimonial del galés en el valle inferior del río Chubut, y que entre ellas se generan dos tipos de discursos turístico-patrimoniales que analíticamente distinguiremos como: uno producido principalmente en las casas de té, centrado en la tradición y en la “autenticidad”; y otro presente en los medios masivos de comunicación y las redes sociales, más enfocado en la figura de Lady Diana Spencer. Estos discursos no son necesariamente contradicciones, pero suelen generar tensiones entre los visitantes y la comunidad local.

El objetivo de este trabajo es analizar etnográficamente las tensiones entre los discursos exógenos y locales sobre el té galés y su repostería en el noreste de la provincia de Chubut, y cómo estas afectan las dinámicas de activación turística-patrimonial. El texto se encuentra estructurado de la siguiente manera: primero, desarrollaremos las consideraciones teórico-metodológicas de la investigación. En segundo lugar, haremos una descripción de la región, identificando sus principales características históricas y geográficas, y de la práctica del té galés, a partir de las observaciones realizadas en diferentes eventos y emprendimientos de té en la zona. En tercer lugar, realizaremos un breve repaso de las estrategias de activación, es decir, de selección y comunicación, de elementos relacionados con el té gales, a partir de cuatro casos de emprendimientos de té y repostería galesa, así como de algunas políticas estatales, y de los discursos sobre el té galés presente en medios de comunicación y redes sociales. Hacia el final de ese apartado, veremos cómo los discursos turísticos difieren en torno a la utilización o no de la visita de Lady Di como un elemento asociado al té gales y al pueblo de Gaiman.

Aspectos teórico-metodológicos

Como se dijo más arriba, el objetivo de este trabajo es analizar las formas de activación turístico-patrimonial de té galés en el valle inferior del río Chubut a partir de una investigación cualitativa centrada en la perspectiva de quienes ofrecen el servicio (casas de té, productores de pastelería galesa), asociaciones de descendientes y agentes municipales, y contrastarlas con los discursos promovidos por periodistas y comunicadores de viajes y turismo. Para ello se adoptó el enfoque histórico-etnográfico como abordaje teórico-metodológico (Rockwell, 2009), buscando situar el análisis y dar sentido a las divergencias y similitudes en las experiencias observadas. El trabajo de campo se realizó entre junio de 2022 y agosto de 2023, en el marco del proyecto más amplio para nuestra investigación doctoral, sobre activación turístico-patrimonial de las culturas alimentarias en el valle inferior del río Chubut. A su vez, algunos testimonios fueron reafirmados recientemente en una serie de entrevistas realizadas como parte del Proyecto “Construcción colectiva de la Indicación Geográfica Torta Negra Galesa de

² Princesa consorte de Gales entre 1981 y 1997.

Chubut (2023-2024)”, del Ministerio de Producción, Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio de la Provincia de Chubut.

La elección metodológica se fundó la necesidad de recuperar principalmente sentidos y discursos locales, en el marco de un análisis exploratorio de una realidad social compleja. En este sentido, se han dejado de lado análisis de tipo económico de flujo turístico y de capital, así como estudios comparativos con otras experiencias en distintas regiones. Estas dimensiones de análisis quedan para futuras investigaciones.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas durante el año 2023, a los propietarios de cuatro emprendimientos: Plas y Coed, Ty Gwyn, Memorable y Mona Lowisa, los cuales fueron seleccionados con el objetivo de recuperar distintos puntos de vista de oferentes del té y la repostería galesa.

Dos de ellos son casas de té, Plas y Coed y Ty Gwyn, las únicas activas en la localidad de Gaiman al momento de realizar esta investigación. Memorable, por su parte, radicada en Trelew, es una de las dos pequeñas empresas que producen a escala torta negra galesa y es la única que provee a casas de té, además de a otros clientes; mientras que Mona Lowisa, originario de Dolavon, es el primer emprendimiento de té galés a domicilio en la zona.

Paralelamente, se consultó a través de entrevistas semiestructuradas y comunicaciones personales a funcionarios de las áreas de Turismo, Cultura, Producción y Patrimonio, del Gobierno provincial y de los municipios de Rawson, Dolavon, Trelew y Gaiman; así como del ente mixto de turismo de la ciudad de Trelew, para indagar sobre políticas turísticas y culturales específicas que se hayan desarrollado para el té galés.

Se realizaron, a su vez, registros de observación participativa en eventos particulares: el aniversario de la Asociación San David y en el Eisteddfod³ 2023, un servicio de té en Ty Gwyn, un servicio de té en un restaurante de la zona que habitualmente no brinda el servicio⁴ y una clase de repostería galesa dictada por Marcia Lloyd Jones, propietaria de Mona Lowisa, con el objetivo de identificar diferencias y similitudes en el servicio del té, y realizar registros fotográficos.

Los testimonios y registros obtenidos fueron complementados con una pesquisa de redes sociales y medios digitales, para corroborar fechas y recuperar imágenes.

La información recolectada durante las tareas de campo fue procesada y analizada posteriormente. Primero se transcribió el material proveniente de las entrevistas y las actividades de observación participante para generar una textualización de las observaciones realizadas, y luego se relacionaron los datos generados con los conceptos teóricos (Cardoso de Olivera, 1996).

Acerca de la región y del té galés

La comarca del VIRCh comprende un corredor de localidades compuesto por Puerto Pirámides, Puerto Madryn, Trelew, Gaiman, Dolavon, 28 de Julio y Rawson, cabecera departamental y capital de la provincia (Figura 1). A diferencia de otras regiones, esta zona no es producto de una delimitación construida desde el Estado, sino que proviene

³ El Eisteddfod es un festival de origen galés donde se realizan lecturas y competencias de canto y poesía.

⁴ Pero que lo realizó a propósito de la conmemoración del 28 de Julio, Día del Desembarco de los colonos galeses en la provincia de Chubut.

de la dinámica impuesta por la colonización galesa durante la segunda mitad del siglo XIX. Un proceso que inicia con la llegada del velero *Mimosa*, en 1865, y se extiende hasta poco antes del inicio de la Primera Guerra Mundial, cuando arribó a la Patagonia argentina el último contingente de galeses desde Gran Bretaña, en 1915 (Williams, 2010; Gavirati y Coronato, 2014; De Bella, 2023, entre otros).



Figura 1. Mapa de la región noreste de la provincia de Chubut/Comarca VIRCh-Valdés. Las localidades que componen el VIRCh fueron resaltadas con un círculo rojo. Fuente: Asociación de Agencia de Viajes y Turismo de Península Valdés. Recuperado de: <https://www.aavytpm.com.ar/asociacion.html>

El té galés en el VIRCh se consume en una mesa compartida, redonda o rectangular, vestida con un mantel, generalmente cubierto por un bordado (Figura 2). El té se sirve en teteras de porcelana o cerámica, recubiertas por un tejido de colores vivos. La infusión se realiza con agua, idealmente, cerca pero por debajo del punto de hervor, y té negro, preferentemente en hebras (aunque no excluye la utilización circunstancial de “saquitos”). La bebida, a su vez, es acompañada por una (o varias) fuentes abundantes de tortas, panes y dulces, aunque veremos más adelante que no excluye otras preparaciones.



Figura 2. Mesa de té galés en el 131º aniversario de la Asociación San David y en la casa Ty Gwyn. Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la región hay cuatro espacios donde se sirve con más frecuencia el té: centros culturales y sociales, capillas galesas (Figura 3), restaurantes y cafeterías, y casas especializadas. En los tres primeros de forma eventual, cercano a fechas alusivas como el 28 de Julio, Día del Desembarco, y en las últimas como actividad principal a lo largo de todo el año.



Figura 3. Capilla Salem en Gaiman y capilla Tabernacl en Trelew. Fuente: Elaboración propia.

En lo que refiere a la pastelería, los infaltables son: *scons*, tarta de manzana, tarta de crema (o *teisen hyfen*, en galés), tarta de nuez, tarta de limón (que se suele enfatizar que no es igual al *lemon pie* inglés) y tarta negra (o *teisen ddu*).⁵ Además, dependiendo el prestador del servicio, pueden sumarse la tarta de gelatina (base de masa quebrada, crema de leche batida, frambuesas o frutillas –dependiendo de la estación– y gelatina del mismo sabor), alguna tarta de chocolate o café, *teisen fach* (tortillar a la plancha a base de azúcar, harina leudante, manteca y pasas de uva), *carrot cake* y, no sin polémicas al respecto, tortas y/o tartas con dulce de leche. Tradicionalmente, a su vez, la(s) fuente(s) se completa(n) con, al menos, un pan blanco (aunque en muchas casas de té también se prepara uno con harina integral), amasado en la cocina del servicio y horneado en molde; dulces caseros, de alguna fruta de carozo (ciruela, damasco, durazno) y de citron (un tipo de zapallo dulce). En la mesa suele no haber presencia de comidas saladas, salvo por un sándwich de queso o, en algunos casos, de jamón y queso (aunque este no sea del agrado de los más tradicionalistas).

La tradición del té se instaló en el VIRCh con la colonización galesa (Figura 4), por lo que, según Nelcis Jones (2018), muchas de las recetas de panes y repostería que hoy identificamos con el servicio de té provienen del mismo periodo. Según la autora, particularmente entre 1875 y 1930, cuando la colonia alcanzó cierta prosperidad económica gracias al establecimiento de una copiosa producción de trigo y leche, lo que facilitó la elaboración de quesos, crema y manteca, y permitió adquirir productos importados, como azúcar y especias, fue posible preparar con regularidad dulces como el *bara brith* y el *teisen fach*, ya conocidos en Gales, y preparar nuevos, como *el teisen hyfein* y el *teisen ddu*, entre otros (Jones, 2018).

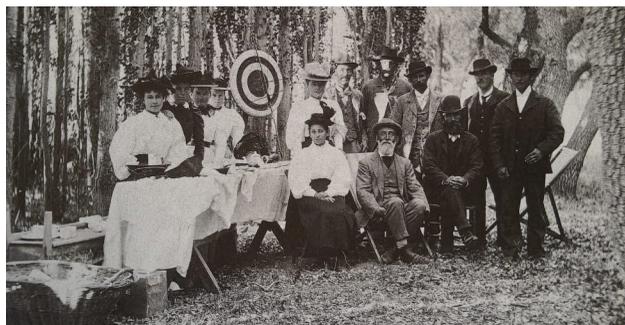


Figura 4. Reunión en Plas Hedd (Mansión de Paz), Rawson, 1889. En el centro de la mesa se pueden observar una tetera y tazas. Fuente: Galesas. Género y clase en la colonia galesa de Chubut (De Bella, 2023, p. 63).

⁵ En los recetarios esta también puede ser encontrada como *teisen briodas*, en galés, y en español, como tarta de bodas, de aniversarios o simplemente tarta galesa.

Más cerca en el tiempo, Jones (2018) también destaca que desde 1965 (año centenario de la llegada del velero *Mimosa*) hasta la actualidad, el té galés y su repostería galesa fueron ganando difusión y valorización a través del turismo y del surgimiento de casas de té y de emprendimientos de venta de torta negra. A esas iniciativas le podríamos agregar nuevas formas de servicio del té que no implican un espacio físico estable, como son *Mona Lowisa* (Figura 5), un emprendimiento de té galés a domicilio, y *Té Galés al Paso*, un *food truck*, normalmente emplazado frente al Museo del Desembarco en Puerto Madryn.



Figura 5. Marcia con el plotter de su emprendimiento. Fuente: El Valle Online. Recuperado de: <https://www.elvalleonline.com.ar/la-herencia-familiar-de-mona-lowisa/>

Del mismo modo, también se registra un creciente interés editorial en la zona por publicar libros de recetas de cocina galesa, como el *Recetario bilingüe. Recopilación de recetas típicas de la colonia galesa del Chubut*, de Norma Thomas, publicado originalmente en 1977 y reeditado en 2008 y 2017; *Pan, Dulces y Tortas de una familia chubutense*, de Iola Evans, editado en 2008 por la Secretaría de Cultura de la Provincia de Chubut; y *Recetario de repostería tradicional galesa de la Patagonia*, editado por la Asociación Cultural Galesa de Puerto Madryn en 2023; entre otros. Estas ediciones se suman a la difusión de estas preparaciones registradas en canales de televisión, radios y, más recientemente, a los contenidos a través de Instagram y YouTube.⁶

En síntesis, la colonización galesa, cómo describió Jones (2018), trajo consigo una serie de recetas y prácticas culinarias que hoy forman parte del acervo cultural de la región del VIRCh. Estas recetas y formas de consumir té y pastelería son activadas como patrimonio (Prats, 2006) y explotadas como recurso turístico-comercial a través de las casas de té, los recetarios, canales de YouTube y redes sociales, entre otros medios, tanto desde actores estatales como no estatales.

Ahora bien, como proponíamos al comienzo, todo proceso de selección, ordenación e interpretación de elementos de una cultura reconocidos como patrimonio conduce necesariamente a la formación de discursos patrimoniales (Prats, 2006). En el caso del té galés, las narrativas construidas por las casas de té y los emprendimientos de venta de pastelería galesa tienden a utilizar referencias familiares para dar cuenta de la “autenticidad” de su servicio en relación con las prácticas coloniales, mientras que en los medios masivos de comunicación se suele hacer más hincapié en la visita de Lady Di al pueblo de Gaiman. En el apartado siguiente veremos con más detenimiento cómo se inscriben estos discursos y qué efectos tienen en las formas de difundir la práctica del té en tanto recurso turístico, gastronómico y patrimonial.

⁶ A modo de ejemplo: Cómo hacer la torta galesa, Cocineros Argentinos (TV Pública) <https://www.youtube.com/watch?v=fQ5nS661sro>; TORTA GALESA EN 5 PASOS: la torta que no envejece, Paulina Cocina <https://www.youtube.com/watch?v=vokgPKktLbc>, consultado el 25/03/2024.

Estrategias de activación turístico-patrimonial y tensiones entre dos discursos

Como dijimos anteriormente, las casas de té y los comercios relacionados recurren frecuentemente a sus tramas familiares como fuente de legitimación de su servicio y repostería como “auténticas” de la colonia galesa del Chubut. Esta construcción narrativa se encuadra en el primer tipo de discurso turístico-patrimonial que identificamos y destacamos como el que mayor importancia tiene para los actores locales. Cabe destacar, en este sentido, que la “autenticidad” no es una cualidad inherente a un rasgo o fenómeno cultural, sino una construcción subjetiva, producto de una lucha en la cual intereses en conflicto tratan de imponer su versión de la historia y apropiarse del derecho de representarla (Fuller, 2015).

En este sentido, en Memorable, una de las fábricas de torta negra, y Ty Gwyn, una de las casas de té (Figura 6), la presentación oficial de la historia de cada emprendimiento busca trazar una línea de tiempo que los deposita directamente como herederos de los primeros colonos. Este ejercicio narrativo se plasma en sus respectivas páginas web y redes sociales,⁷ en la decoración de los locales (Figura 7) y es reiterado por sus propietarios en cada entrevista que brindan a medios de prensa escrita y audiovisual.⁸



Figura 6. Casa Ty Gwyn. Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. “El sabor de la historia”, local de Memorable en Trelew. Fuente: Elaboración propia

⁷ Ty Gwyn Instagram “Nosotros” <https://www.instagram.com/stories/highlights/18259462681203990/?hl=es>

⁸ A modo de ejemplo: “Ty Gwyn significa ‘Casa Blanca’ y fue fundada en 1974 por Carlos Alberto ‘Boby’ Sánchez y su esposa, María Elena Naso. [...] Carlos era descendiente del pastor Abraham Mathews, uno de los 153 galeses que llegaron en el Mimosa, el velero que desembarcó en Madryn en 1865”. En Ty Gwyn. Cuatro generaciones al servicio del té galés en Gaiman, *La Nación*, 29 de septiembre de 2021. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares/ty-gwyn-cuatro-generaciones-al-servicio-del-te-gales-en-gaiman-nid29092021/>, consultado el 26/03/24.

En Mona Lowisa y Plas y Coed (Figura 8), por su parte, el eje discursivo también es la familia, aunque está más ligado a una localidad específica dentro del corredor del VIRCh. En el primer caso a Dolavon, donde su propietaria destaca sus experiencias de infancia en la chacra Ty Gerlan y el aprendizaje de las recetas a través de su madre y abuela en ese entorno;⁹ mientras que para Plas y Coed el lugar de referencia es Gaiman, de donde dicen que forman parte desde sus comienzos.¹⁰ Esto último en alusión a los casi 150 años hace que fue construida la propiedad donde hoy se encuentra la casa de té y que en 1949 fue adquirida por la familia de la actual propietaria, Ana Chiabrando Rees.



Figura 8. Casa Plas y Coed. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, esta forma de narrar la pertenencia histórica y territorial de los emprendimientos no clausura otras maneras de modificar la oferta para adaptar el té y su pastelería al turismo, consideradas por los actores como “innovadoras”. En el caso de Ty Gwyn, por ejemplo, prepara un “té fuerte” para los turistas que realizan el tour por Península Valdés, que suelen salir de su hotel en Puerto Madryn a eso de las 9 de la mañana y arriban a Gaiman alrededor de las 3 de la tarde, por lo prefieren una almuerzo antes de comer cosas dulces. Para ello, en la casa de té elaboran una tarta de jamón, queso y cebolla de verdeo con la masa de la tarta de manzana, entre otras recetas que pasan de la pastelería al salado. Además, también ofrecen un servicio de té apto para celíacos (que debe solicitarse con 24 horas de anticipación) y se están capacitando para brindar uno apto vegano.

Memorable, por su parte, inició una línea de alfajores, la golosina por excelencia en Argentina (Trivi, 2020), para ofrecer junto a las tortas negras galesas. Este emprendimiento, si bien es proveedor de casas de té como Ty Gwyn, se relaciona de forma directa con los turistas que visitan el VIRCh a través de la venta de las tortas negras como *souvenir*. La introducción de los alfajores le sirvió para comenzar a comercializar dulces típicos¹¹ de la zona, como el calafate, la frambuesa, las frutillas, la rosa mosqueta o el cassis, además de los tradicionales rellenos de dulce de leche, en un formato “original”. Estos alfajores empaquetados individualmente, a su vez, se venden al público en cajas surtidas donde además se incorporan “bocaditos” de torta negra. Según explicó el propietario de la empresa,¹² la caja surtida con alfajores y tortas fue el resultado de una larga búsqueda por equiparar a la pastelería galesa con otros productos de pastelería asociados a la Patagonia, como el chocolate y las frutas finas.

⁹ Instagram Mona Lowisa, Nuestra historia. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CSKrODVFhqq/?hl=es>, consultado el 18/03/24. Este relato fue reiterado por Marcia, propietaria del emprendimiento, tanto en el taller de repostería galesa que dictó en Rawson en julio de 2022 como en nuestra entrevista del 08/05/23.

¹⁰ Gaiman 149 años creciendo juntos, en Creciendo junto a Gaiman desde sus comienzos. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Cv8GpcDpltF/?igsh=MTVjcW9oZGl4ajExZA%3D%3D>, consultado el 19/03/24.

¹¹ La cursiva responde a que algunas de las frutas en realidad son especies traídas por los migrantes europeos y no plantas autóctonas.

¹² Entrevista realizada el 10/06/23.

Entonces, como podemos apreciar, los cuatro emprendimientos mencionados seleccionan elementos del té galés, como pueden ser recetas particulares de la repostería que acompaña este servicio, y los incorporan en distintos contextos. En algunos casos, asociados a la idea de tradición familiar y de “autenticidad”, y en otros, con procedimientos “innovadores”, apuntados directamente al nicho comercial del turismo que ingresa al VIRCh.

Los agentes estatales, por su parte, tienen una incidencia significativa en la activación turístico-patrimonial del té, ya que, en sus diferentes niveles, es el Estado quien puede generar declaratorias o reconocimientos oficiales, así como grandes ferias donde presentar el servicio y la pastelería, por lo que repasaremos algunas políticas e iniciativas particulares. En el caso del Estado nacional, se ha reconocido al té y la torta negra galesa a través de ferias como Caminos y Sabores, y el Festival Raíz, donde suele participar Memorable,¹³ y el programa Cocineros Argentinos en la Televisión Pública.¹⁴ Dentro del Estado provincial, distintas áreas impulsan políticas específicas, como el Ministerio de Turismo, que, además de promocionar las casas de té y la pastelería galesa en ferias nacionales e internacionales, también lo hace a través de folletos y en sus redes sociales y en la página oficial de turismo. A su vez, es el área responsable de organizar todos los 28 de julio un té galés en la Casa del Chubut en Buenos Aires, como forma de difundir este servicio y la herencia galesa como parte de la cultura chubutense.¹⁵ La Secretaría de Cultura de la Provincia del Chubut, por su parte, ha realizado publicaciones que incluyen gran cantidad de recetas asociadas a la comunidad galesa del VIRCh, como el mencionado *Pan, Dulces y Tortas de una familia chubutense*, y recientemente editó un *podcast* sobre la historia de la torta negra.¹⁶ Mientras que el Ministerio de Producción impulsa un proyecto para la creación de un sello de Identificación Geográfica para la torta negra galesa de Chubut, que incluye la declaración como patrimonio cultural provincial de este producto. En el caso de los municipios, si bien Gaiman es la localidad más identificada con el té y la cultura galesa, otras intendencias han buscado –a través de declaratorias, talleres, festivales y otras iniciativas– destacar elementos de la cultura culinaria galesa. Ejemplos de ese tipo de iniciativas son los talleres de repostería galesa organizados por la intendencia de Rawson,¹⁷ la Fiesta Regional del Valle y la Torta Negra Galesa en Trelew, y la reciente inauguración de la casa de té “La Mercante”, impulsada por la intendencia de Dolavon en el edificio de la ex Compañía Mercante de Chubut.¹⁸

Estas iniciativas marcan que hay una agencia específica por parte del Estado para generar identificaciones, selecciones, apropiaciones, reconocimientos y difusión del té gales y de parte de su repostería típica como un patrimonio/atractivo de la provincia del Chubut. Estas iniciativas o estrategias de activación suelen recurrir, e incluir en ellas, al discurso turístico-patrimonial de las casas de té y emprendimientos relacionados, ya que muchas veces estos últimos son convocados para participar de alguna

¹³ Emprendimientos de Chubut que participa en la Feria Federal “Caminos y Sabores”, Gobierno de Chubut. Recuperado de <https://www.chubut.gov.ar/emprendimientos-de-chubut-participaran-en-la-feria-federal-caminos-y-sabores-2023>

¹⁴ Un plato con historia, Torta negra de Gaiman. Cocineros Argentinos. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3ByJqR393ic>

¹⁵ A modo de ejemplo: Habrá servicio de té galés en la Casa del Chubut, *Diario Jornada*, 25/07/2019. Recuperado de https://www.diariojornada.com.ar/240837/sociedad/habra_servicio_de_te_gales_en_la_casa_del_chubut, consultado el 03/05/2024

¹⁶ Torta Galesa, en GPS Histórico, Secretaría de Ciencia y Cultura de la Provincia del Chubut. Recuperado de https://open.spotify.com/episode/0sy3ifVBGqenYStuKdJrz9?si=LeHrmXcCR_6icx3A3ird&w&nd=1&dlsi=cd4e319874d94001

¹⁷ Realizan una nueva edición del Taller de Repostería Galesa en Rawson. Canal 12 Web, 19/06/22. Recuperado de <https://canal12web.com/realizan-una-nueva-edicion-del-taller-de-reposteria-galesa-en-rawson/>

¹⁸ ¡Nueva casa de té galés en la ex Compañía Mercantil de Dolavon. Instagram Municipalidad de Dolavon. Recuperado de <https://www.instagram.com/munidolavon/reel/C5jXGYtjZB/>

de las políticas mencionadas. Ejemplos de ellos son el caso de Memorable en las dos ferias gastronómicas que nombramos en el párrafo anterior, al igual que los talleres municipales que suelen ser dictados por Marcia de Mona Lowisa, o el proyecto del sello de Identificación Geográfica para la torta negra galesa de Chubut, del cual participan todos los emprendimientos mencionados en este trabajo.

Ahora bien, las casas de té, emprendimientos de repostería galesa y agentes estatales no son los únicos actores que producen discursos turístico-patrimoniales sobre el té galés. En los medios masivos de comunicación y las redes sociales, periodistas e *influencers* especialistas en viajes y turismo al referirse a la región y la práctica del té suelen referenciarla con Lady Di y la visita que realizó a Gaiman en 1995, dando lugar al segundo tipo de discurso turístico-patrimonial que nos interesa analizar.¹⁹

En aquella oportunidad, Lady Di, entonces princesa consorte de Gales, visitó brevemente la casa de té Ty Te Caerdydd, como parte de una gira por Argentina y por la provincia del Chubut. Luego de aquel evento, el tiempo que funcionó la casa Ty Te Caerdydd (actualmente cerrada, producto de la pandemia),²⁰ dispuso un sector específico del salón, para que los visitantes se acerquen a modo de altar a la mesa donde presuntamente Diana habría tomado el té, ver la que habría sido su taza, junto con fotos de aquel viaje y una placa que reza “Esta casa fue visitada por Lady Diana, Princesa de Gales”. Hasta allí peregrinaron periodistas, artistas y personalidades del mundo de la gastronomía argentina, como Damián Betular y Osvaldo Gross,²¹ además del público en general. Ese altar y placa funcionaron como primer reconocimiento y patrimonialización de la visita, que quedó integrada, primero a la historia de la casa de té y luego, debido a la interpretación y difusión en medios, en una segunda instancia a la localidad de Gaiman y a todo servicio de té que allí se realice.

Entonces, por medio de la figura de Lady Di, aparece una distancia –que identificamos como tensión– entre la experiencia que buscan los turistas que ingresan el VIRCh y consumen el té galés y el servicio que pueden encontrar en Gaiman, ya que, como dijimos más arriba, Ty Te Caerdydd se encuentra cerrada desde 2020. Sin embargo, la referencia existe, circula a través de grandes medios de comunicación y genera sentido en los posibles visitantes, que en muchos casos terminan por presentar quejas ante los funcionarios municipales o a través de las redes sociales, como si hubieran sido víctimas de algún tipo de engaño.

La vinculación de Lady Di con el té galés es reconocida por las casas de té y actores estatales municipales, aunque estos no tienen forma de explotarla directamente.²² La discordancia entonces opera como una imposibilidad de apropiación de la comunidad local de un activo turístico-patrimonial. Esto, en términos de Champredonde *et al.* (2007), imposibilita o dificulta la valorización del recurso, en este caso, la historia de

¹⁹ A modo de ejemplo, ver *Viajando* (03/01/2024). Gaiman: el pueblo de la Patagonia que enamoró a Lady Di. Recuperado de <https://argentina.viajando.travel/patagonia/gaiman-el-rincon-gales-la-patagonia-que-enamoro-lady-di-n61065>; Diario *La Nación* (11/02/2004). Gaiman no se olvida de Lady Di. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/en-gaiman-no-se-olvidan-de-lady-di-nid572080/>; *Infobae* (16/09/2016). Cómo es Gaiman, el curioso pueblo galés de la Patagonia donde tomó el té Lady Di. Recuperado de <https://www.infobae.com/turismo/2018/09/16/como-es-gaiman-el-curioso-pueblo-gales-de-la-patagonia-donde-tomo-el-te-lady-di/>, consultado el 22/03/24.

²⁰ Actualmente su propietario vive en Uruguay, por ello no fue posible entrevistarlo ni recorrer el espacio para esta investigación.

²¹ Ambos son pasteleros de larga trayectoria en hoteles como el Hyatt y la cadena Four Seasons, y en los últimos años han sido muy reconocidos por su presencia en distintos programas de televisión.

²² Como de la organización de la visita no participó en ninguna instancia la municipalidad de Gaiman, hoy el pueblo no cuenta con elementos como registros fotográficos propios o la firma de la princesa en el libro de visitante, como para generar algún tipo de atractivo/patrimonio alternativo y complementario.

la visita y elementos materiales asociados (taza que utilizó, mesa, firma, fotografías, etc.), amén de las expectativas de los turistas.

Palabras finales

En este trabajo fue posible apreciar cómo, al calor de las acciones de selección, interpretación y comunicación de elementos de la historia y la cultura alimentaria de una localidad y un grupo específico, distintos actores generan discursos turístico-patrimoniales que inciden fuertemente en la relación que se construye entre visitantes y anfitriones. En este sentido, vimos cómo las expectativas turísticas muchas veces pueden ser construidas sobre la base de narraciones exógenas a la comunidad receptora, haciendo que estas últimas tengan que lidiar con discursos que no reflejan las interpretaciones económicas y simbólicas que los actores en el territorio realizan respecto de sus propias formas de cocinar, servir y comer. Una dinámica que genera tensiones, en este caso, entre quienes ofrecen el servicio de té galés y quienes visitan como turistas el VIRCh.

Sin embargo, sostenemos que el té galés es dinámico y permeable al cambio, como reconocimos en la incorporación de nuevas recetas y formas de servicio que desarrollaron algunas casas y emprendimientos de repostería. Por lo anterior, creemos que un abordaje más sistemático y consciente del fenómeno y los sentidos locales (económicos, identitarios) asignados podría permitir nuevas formas de activación turístico-patrimonial, que permitan un mejor desarrollo del té gales como un patrimonio/atractivo.

Referencias bibliográficas

- » Álvarez, M. (2002). La cocina como patrimonio (In) tangible. En V. Mariani (Ed.), *Primeras Jornadas del patrimonio gastronómico*. Comisión para preservación del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Buenos Aires (pp. 11-26). Buenos Aires: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- » Bak-Geller Corona, S. y Pasquier Merino, A. G. (2020). ¿Qué tan sustentable es la tradición? El patrimonio cultural frente a la crisis alimentaria. En D. Prunier, J. Le Gall, A. Genevieve Pasquier Merino y D. M. Espinosa de la Mora (Comps.). *Justicia y soberanía alimentaria en las Américas. Desigualdades, alimentación y agricultura* (pp. 41-46). Ciudad de México: CEMCA.
- » Cardoso de Olivera, R. (1996). El trabajo del antropólogo: mirar, escuchar, escribir. *Revista de Antropología*, 39(1), 13-37.
- » Champredonde, M., Bustos Cara, R., Oustry, L., Cacciurri, H., Ercoli, F., López Castro, N., Haag, M. I., Brandán, M. de Los A., Tourrette, E. y Montalbán, M. (noviembre, 2007). Culturas migratorias y valores territoriales localizados en la ruralidad y el desarrollo del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Procesos de patrimonialización de platos típicos mallorquines. En *V 23 Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- » De Bella, L. (2023). *Galesas. Género y clase en la colonia de Chubut*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- » Dormaels, M. (2011). Patrimonio, patrimonialización e identidad. Hacia una hermenéutica del patrimonio. *Revista Herencia*, 24(1 y 2), 7-14.
- » Fuller, N. (2015). El debate sobre la autenticidad en la antropología del turismo. *Revista de Antropología Experimental*, 15, 101-108.
- » Gvirati, M. y Coronato, F. (comps). (2014). *Los galeses en la Patagonia VI. Selección de trabajos presentados en el VI Foro sobre el tema realizado en Puerto Madryn en el año 2012*. Puerto Madryn: Asociación Punta Cuevas, Asociación Cultural Galesa de Puerto Madryn, Centro de Estudios Históricos y Sociales de Puerto Madryn, ed.
- » González, S. (2018). La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, 43, 1-8
- » González Damián, A. (2004) El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal. México. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, III(105), 155-168.
- » Jones, N. (2018). Con sabor a hogar. Patrimonio y cocina galesa en la Patagonia. En *Los galeses en la Patagonia VIII*. Selección de trabajos presentados en el VI Foro sobre el tema realizado en Puerto Madryn en el año 2016. Puerto Madryn: Asociación Punta Cuevas, Asociación Cultural Galesa de Puerto Madryn, Centro de Estudios Históricos y Sociales de Puerto Madryn.
- » Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35, 335-357.
- » Pérez Winter, C. (2021). Procesos turístico-patrimoniales en la Fiesta Provincial del Dulce de Leche en Cañuelas, Argentina. *Revista RIVAR*, 8(23), 153-170.

- » Prats, L. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 58, 72-80.
- » Sanmartino, G. (2021). Patrimonio alimentario ¿bueno para quién? En S. Benza y G. Sanmartino (Comps.) *Alimentación, cultura y nutrición. Aportes desde el patrimonio, las políticas públicas y el abordaje de los padecimientos* (pp. 16-23). Buenos Aires: Libro digital.
- » Rockwell, E. (2009). *La experiencia etnográfica: historia y cultura en los procesos educativos*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- » Trivi, N. (2020). El alfajor, un análisis de la golosina nacional argentina desde la geografía cultural. *Estudios sociales (Sonora)*, 30(55). En Memoria Académica. Recuperado de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.13477/pr.13477.pdf
- » Williams, F. (2010). *Entre el desierto y el jardín. Viaje, literatura y paisaje en la colonia galesa de la Patagonia*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Otras fuentes

- » Evans, I. (2008). *Pan, Dulces y Tortas de una familia chubutense*. Rawson: Secretaría de Cultura de la Provincia de Chubut
- » Garzonio Jones, S. y N. Jones (2023). *Recetario de repostería tradicional galesa de la Patagonia*. Puerto Madryn: Asociación Cultural Galesa de Puerto Madryn.
- » Thomas, N. (2017 [1977]). *Recetario bilingüe. Recopilación de recetas típicas de la colonia galesa del Chubut*. Gaiman: El Regional.

Agradecimientos:

Agradezco a los evaluadores y editores por sus valiosos comentarios, sugerencias y correcciones. También a mis informantes y, muy especialmente, a Verónica Casas, por su acompañamiento, atenta lectura y por el cariño que nos tenemos.

Biografía

Licenciado y Profesor en Ciencias Antropológicas (UBA), becario doctoral del CONICET, lugar de trabajo Instituto de Investigaciones Históricas y Sociales (UNPSBJ/CONICET).

