



Fundación Slow Food
para la Biodiversidad
ONLUS

Terra
madre

El arca del gusto

*Cómo construir el más grande catálogo de los sabores
del mundo: un patrimonio a descubrir y a salvar.*





Sumario

¿Qué es el Arca del Gusto?	p. 4
¿Cuál es su propósito?	p. 5
¿Cómo se identifica un producto del Arca?	p. 6
¿Cuáles son los criterios para designar un producto?	p. 9
Reglas generales	p. 19
¿Cómo se designa un producto?	p. 21
¿Cómo dar a conocer el Arca del Gusto?	p. 24
¿Qué diferencia hay entre el Arca y los Baluartes?	p. 26

Redacción: Serena Milano, Raffaella Ponzio, Piero Sardo

Con la colaboración de: Francesca Baldereschi, Silvia Ceriani, Laura Drago, Eleonora Giannini, Ursula Hudson, Ludovico Roccatello, Veronica Veneziano

on el asesoramiento técnico-científico de: Carlo Bazzocchi, Daniele Bigi, Sergio Capaldo, Mauro Cravero, Silvio Greco, Federico Infascelli, Gwyn Jones, Paola Migliorini, Luca Nicolandi, Cristiana Peano, Giovanni Perri, Andrea Pieroni, Francesco Sottile

Traducción y editing: Juan Bureo, Alicia Borragan Pedraz

Proyecto gráfico y ilustraciones: Alessia Paschetta

Fotografías: © Xavier Bartaburu, Livio Bersano, Marco Bruzzo, Hilder Buer, Kunal Chandra, Giuseppe Cucco, Giuseppe Fassino, Michèle Mesmain, Oliver Migliore, Paolo Andrea Montanaro, Alberto Peroli, Henriette Smith, Francesco Sottile, Paola Viesi, Slow Food Archives

Impresión: La Stamperia – Carrù (Cn - Italia) – impreso en papel reciclado



¿Qué es el Arca del Gusto?

El Arca del Gusto es un catálogo de productos que pertenecen a la cultura y a las tradiciones de todo el mundo y que están en peligro de desaparición.

A bordo del Arca suben especies vegetales y animales, pero también alimentos transformados, puesto que, junto a la biodiversidad vegetal y animal, desaparecen asimismo quesos, embutidos, panes, dulces: expresión de saberes campesinos y artesanos no escritos, pero complejos y cargados de prácticas y capacidades transmitidas durante generaciones.

En octubre de 2012, en la ciudad de Turín, el Congreso internacional de Slow Food ha reiterado la centralidad de la biodiversidad relanzando con fuerza el proyecto del Arca del Gusto como instrumento fundamental de la asociación para implicar a los convivium, a los productores y a las comunidades locales.

El Comité ejecutivo internacional ha encomendado a la Fundación Slow Food para la Biodiversidad Onlus (organismo técnico de Slow Food Internacional) el desarrollo y coordinación del proyecto del Arca del Gusto, valiéndose de un comité técnico internacional, de comisiones locales (nacionales, regionales u otros organismos reconocidos) presentes en el territorio, y de la colaboración de la Universidad de Ciencias Gastronómicas.

¿Cuál es su propósito?

El Arca nace para señalar la existencia de estos productos, denunciar el riesgo de su desaparición, invitar a todos a hacer algo para salvaguardarlos: buscarlos, comprarlos, comerlos, describirlos, ayudar a los productores y, en algunos casos (cuando los productos son especies silvestres en peligro de extinción), tutelarlos y favorecer su reproducción.

El objetivo del Arca no es crear un banco de semillas, una recolección de germoplasma o un museo donde exponer los conocimientos tradicionales, sino redescubrir estos recursos y valorarlos.

En 1999, Slow Food comenzó a partir de este catálogo justamente para poner en marcha los primeros Baluartes Slow Food, y aún hoy, señalar un producto del Arca es, con frecuencia, un requisito previo para iniciar un Baluarte Slow Food.



¿Cómo se identifica un producto del arca?

¿Por dónde se comienza?

Cada uno dispone de sus propios canales, de sus propias experiencias, de sus propias redes. En primer lugar es oportuno reflexionar y tratar de recordar si en nuestra vida familiar o profesional nos hemos encontrado con un producto particular que hoy ya no esté presente en el mercado, o que lo esté pero en menor medida.

Consultar investigaciones existentes

Es importante tener en cuenta si alguien ha realizado ya una labor de investigación en nuestro territorio y si existen textos, catálogos de variedades y razas, libros de recetas que describan también las materias primas. Además es útil la visita a huertos botánicos, bancos de germoplasma, colecciones varietales de escuelas agrarias, universidades y centros de investigación. Existen muchas ideas y posibilidades interesantes. **Pero esto no es suficiente.**

Hablar con cocineros, periodistas, gastrónomos, técnicos, productores

Para designar un producto para el Arca del Gusto, no basta haberlo hallado en un catálogo, en Internet, en un museo, en un banco de germoplasma o en un jardín botánico. La pregunta que hay que responder es: "¿Existe aún este producto? ¿Se puede encontrar en el mercado? ¿Y si no se halla ya en el mercado, se produce todavía en las casas?"

No es imprescindible visitar a los productores

Al Arca sube el producto, no los productores. Por tanto, no es necesario conocer a cada productor en particular y haber visitado las granjas. Podemos descubrir un producto del Arca dialogando con los más mayores, con un cocinero, un periodista, un experto (veterinario, agrónomo, tecnólogo alimentario...), un estudioso de la región, un vendedor del mercado, etcétera. Naturalmente, si tenemos la posibilidad de hablar con el productor directamente podemos recoger un mayor número de detalles, pero no es esencial.

Visitar mercados campesinos

Es muy importante visitar los mercados locales y concentrarse sobre los productos menos comunes, haciendo preguntas a los vendedores. Hay que apuntar los nombres de los productos (en todas las lenguas y dialectos), comprar muestras de los productos más interesantes, llevarlos a casa, catarlos, mostrárselos a cocineros, a agrónomos, a ancianos de la zona, preguntándoles si los reconocen, si mantienen las mismas características de entonces o si han cambiado.

Hacer muchas preguntas

La labor de quien identifica y describe productos del Arca es divertida, fascinante, pero es a su vez compleja. Se parece bastante al trabajo de un periodista de investigación o a un tipo de "investigador del gusto". Para describir un producto es necesario tener paciencia, plantear muchas preguntas y, a veces, repetírselas a personas diferentes y después cruzar las respuestas. Jamás hay que conformarse con una primera respuesta. Quien produce, cocina o consume un producto, al describirlo puede omitir algunos elementos porque los dé por descontados. Y sin embargo, nosotros tendremos que revelarlos. Porque es probable que la singularidad del producto resida justo en esos detalles: en una especie, en un tipo de fermentación, en un ahumado particular. A veces para descubrir un producto interesante no funciona la pregunta directa ("¿Existen productos particulares en su territorio?"), y son más eficaces algunas preguntas indirectas (por ejemplo: "¿Existe algún producto que se come, o se comía, en los días de fiestas?").

Si nos ocupamos de un **vegetal** debemos describir la forma, el peso, el color, el sabor. No debemos detenernos en la especie (no basta con saber que es un tomate o una cereza): es importante esclarecer si se trata de una variedad específica, en qué se distingue de otras, si está vinculada a un territorio y en qué modo, si se reproduce con semillas locales o bien compradas, si es ingrediente de recetas particulares...

Si se trata de una **raza animal** tendremos que describir las características de este –dimensiones, forma de los cuernos, color del pelo, etcétera– y exponer con qué fin se produce su crianza, indicando asimismo qué producciones se obtienen de él (carnes, embutidos, quesos).



Si se trata de un **producto transformado**, hemos de explicar también cómo se elabora, tratando de describir los diferentes pasos e indicando si los ingredientes se producen a nivel local, si el transformado está vinculado con variedades específicas (por ejemplo, si es un pan o un cuscús, ¿está elaborado con una variedad de trigo particular?), o a razas autóctonas (si es un queso o es un embutido, ¿está elaborado con leche o carne de razas autóctonas?).

Si se trata de un **queso**, hay que verificar siempre si ha sido elaborado con leche cruda o pasteurizada.

Catar

La cata es un instrumento imprescindible para la valoración de los productos, pero es muy importante tener en cuenta su carácter relativo. Toda degustación está condicionada por los hábitos o la cultura personal de quien la realiza. La cata es más eficaz si es comparada, es decir, realizada no con una sola muestra del producto sino tratando de hacerlo con el producto de diferentes fabricantes. La comparación permite captar las características básicas, las constantes que conceden a un producto una identidad precisa. Por ejemplo: catando el mismo embutido de diversos productores podemos deducir si un ingrediente (como el hinojo) es una variante personal o es parte de la receta tradicional.

Las cualidades sensoriales de un alimento vienen definidas por:

- aspecto;
- color;
- consistencia (líquida, sólida, crujiente, jugosa, tierna, untuosa);
- sabor (azucarado, salado, amargo, ácido);
- aroma.

Existen, al menos, tres elementos para establecer la calidad sensorial (llamada también organoléptica):

- equilibrio (buena armonía entre los componentes aromáticos y gustativos del producto);
- territorialidad (capacidad del producto de expresar características organolépticas ligadas a su territorio de origen);
- complejidad (positiva evolución organoléptica en el tiempo durante la cata).

Un producto simple termina, en la nariz y en la boca, de la misma forma en que nace, con las mismas características organolépticas. Un producto complejo, sin embargo, cambia durante el proceso de la cata: las sensaciones evolucionan y duran largamente.

¿Cuáles son los criterios para designar un producto?

1. Los productos han de ser de interés alimentario y pueden englobar: especies domésticas (variedades vegetales, ecotipos, razas y poblaciones autóctonas); especies silvestres (solo si están vinculadas a técnicas de recolección, transformación y usos tradicionales) y productos transformados.

¿Qué son las especies domésticas?

Junto a las plantas y a los animales salvajes existen plantas y razas seleccionadas por el hombre. Con la domesticación la naturaleza se convierte en algo familiar, casero, controlado por el hombre (domus = casa). Domesticar no solo significa plantar una semilla o domar un animal, sino seleccionar y, por ello, cambiar progresivamente aquella semilla o aquel animal a fin de que se adapten mejor al territorio y garanticen una mejor producción.

¿Qué es una variedad vegetal (o cultivar)?

La variedad vegetal es un conjunto de plantas cultivadas en el ámbito de una especie, distinguibles por características morfológicas, químicas y cualitativas. La variedad es estable y conserva sus propias características diferenciales aun cuando se reproduce. Se define como **autóctonas o locales** a las variedades bien identificables que se han adaptado genéticamente a un territorio específico y que, usualmente, tienen un nombre local. Generalmente son el fruto de la selección de agricultores individuales o de comunidades campesinas, se caracterizan por una buena adaptación al territorio (y, en consecuencia, son más rústicas, más resistentes al estrés y necesitan menos elementos externos: menos agua, menos fertilizantes, etcétera), y están estrechamente vinculados a la cultura de una comunidad.

ALGÚN EJEMPLO...

Son variedades autóctonas: la manzana Carla (Italia), las alubias marrones de la isla de Öland (Suecia), la col de Lorient (Francia), el nabo de Akka (Japón) etcétera.



¿Qué es un ecotipo?

El ecotipo es un grupo de individuos (o una población) en el ámbito de una especie que se ha adaptado genéticamente a un territorio específico, en general de extensión limitada. Esta definición se asemeja mucho a la de variedad (o cultivar) autóctona. La diferencia es que los ecotipos no poseen una identidad genética precisa, estable y definida; y no forman parte de clasificaciones y registros oficiales.

UN EJEMPLO...

Las diversas poblaciones de manzanas rosa de los montes Sibillini, cultivadas en las Marcas (Italia).



¿Qué es una raza animal?

Es posible definir la raza como un grupo de animales domésticos de la misma especie, con características exteriores (transmisibles a los descendientes por herencia) definidas e identificables que, en el ámbito de la misma especie, pueden ser distinguidas y separadas de las otras en base a características visibles (dimensión, color de la piel o del plumaje, forma de la cabeza, de las extremidades, de los cuernos, de la cola). Una raza, para ser definida como tal oficialmente, ha de estar reconocida y registrada por un grupo de criadores.

Las razas autóctonas están vinculadas al territorio en que se han desarrollado o se han adaptado naturalmente a lo largo del tiempo. Son más rústicas y, aun en ambientes extremos, necesitan menos cuidados y menos alimentos. En el Arca del Gusto es importante vincular una raza a un producto: carne, leche, queso, embutido.

ALGÓN EJEMPLO...

La vaca mirandaise, una raza de carne originaria del Gers, departamento de la región Midi-Pyrénées (Francia); la gallina blanca de Saluzzo (área de pocos municipios en el Piemonte, Italia) o también la oveja villsau (costa noroccidental de Noruega), una de las razas ovinas más antiguas existentes aún hoy en el Norte de Europa.



Las razas tienen origen en lugares precisos, pero en algunos casos –y esto en general sucede porque algunas de sus características son particularmente útiles– pueden difundirse por otras partes del mundo. Puede ocurrir que una raza esté en peligro de extinción en su zona de origen, como la cabra de Toggenburg, de la cual quedan pocos centenares de cabezas en la región homónima (Cantón de Saint Gallen), y que, al mismo tiempo, esté difundida en otras regiones alpinas.

¿Qué es una población animal?

La población es un grupo de individuos (en el ámbito de la misma especie) con características afines. Al igual que en el caso de la raza, es fundamental el papel de los criadores, que han de reconocer una población en base a características visibles (piel o plumaje, dimensión, forma de los cuernos, de la cola...) y a comportamientos (productividad, fertilidad...). La población es a la raza como el ecotipo es a la variedad (o cultivar), o sea, es menos estable y no está oficialmente registrada en un registro de razas.

UN EJEMPLO...

El pollo mushunu de Molo (Kenia).



¿Por qué es también posible designar especies silvestres?

El Arca recoge productos ligados a saberes y culturas comunitarias. Slow Food, en efecto, se ocupa de biodiversidad entendida no solo como germoplasma (o material genético), sino también, y sobre todo, como componente de una cultura (territorio, experiencia, técnicas tradicionales). Entonces, ¿por qué catalogar también productos silvestres? Porque con mucha frecuencia están vinculados a técnicas tradicionales de recolección, pesca, transformación, y a culturas indígenas. Valorizar los productos espontáneos, por tanto, significa tutelar el saber que las mismas comunidades se transmiten para preservar el ecosistema en que nacen y viven tales productos (bosques, montañas, lagunas).

En el mundo animal la familia salvaje más numerosa está representada por las especies de peces. También en estos casos es posible designar una tipología de pez, si está ligada a una técnica tradicional de pesca o de conservación (salazón, desecado, ahumado).

ALGÓN EJEMPLO...

Existen productos espontáneos vinculados a técnicas complejas, como el arroz maonomin de los Anishinabeeg (Estados Unidos), recolectado con el uso de piraguas, desecado, ahumado, o como el café silvestre de la foresta de Harenna (Etiopía), desecado al sol y tostado. Y otros ligados a técnicas más simples como el radic di mont (Italia), recolectado en montaña y curtido en aceite virgen extra. Los productos espontáneos suelen tener un uso alimenticio, pero también cosmético y medicinal.



¿Qué son los productos transformados?

Productos transformados son los quesos, los embutidos, los panes, los dulces, las bebidas, las confituras... Nacidos para **conservar los alimentos** –leche, carne, pescado, cereales, frutos–, son innumerables; fruto del saber transmitido de generación en generación en todos los rincones del mundo, resultado de creatividad y manualidad. La más mínima variación puede dar vida a productos transformados muy diferentes. Pensemos en los millones de tipos de queso, nacidos todos ellos de los mismos tres ingredientes (leche, cuajo, sal). O en los embutidos, donde a veces tan solo cambia la técnica de corte de las carnes, una especia o la madera para el ahumado. Las prácticas de transformación artesanal permiten obtener productos particulares con aun más capacidad de definir una cultura local que las materias primas, y permiten a los productores estar menos condicionados por los ciclos estacionales y las oscilaciones del mercado. A menudo se posibilita la salvaguardia de variedades vegetales y razas locales al valorizar y promover productos transformados relacionados con ellas) un queso o un embutido pueden salvar una raza; un pan puede salvar una variedad de grano...).



Para Slow Food los transformados son también biodiversidad junto a las razas, las semillas, las especies domésticas o silvestres...

2. Los productos han de ser de calidad (organoléptica) particular. La calidad viene definida por los usos y las tradiciones locales.

Para juzgar la calidad de un producto no bastan los análisis químicos o físicos, y ni tan siquiera es suficiente una degustación. Para Slow Food la calidad es una sucesión de hechos, una narración.

Es necesario conocer el **origen** del producto (¿en qué territorio ha nacido: en alta montaña o en llanura? ¿En una zona urbanizada o aislada? ¿En un clima húmedo o árido? ¿En un área bien definida o muy amplia?); debatir con la **comunidad** (¿es conocido por todos o por muy pocos? ¿Está considerado un producto de calidad, destinado a fiestas y ceremonias, o bien un producto pobre?); conocer la **técnica de transformación** (¿es un queso de leche cruda, o pasteurizada? ¿Es de pasta cocida, hilada, cruda? ¿es fresco, o es curado?); los **métodos de conservación** (¿se ahúma, se envuelve en paja?). Después, por supuesto, se cata y se intenta valorar los aspectos organolépticos. Un producto es interesante si es complejo, es decir, si en el curso de la cata cambia ofreciendo sensaciones que evolucionan y duran ampliamente. Durante la **cata** es posible singularizar eventuales defectos (notas de rancio, acidez excesiva...), identificar las principales características organolépticas (aroma, sabor, consistencia), captar si existe equilibrio, armonía entre los diversos componentes gustativos y aromáticos; si el producto expresa bien el territorio y la tipología (a veces, un elemento en apariencia defectuoso es, sin embargo, típico de aquella área y de aquella tipología: el gusto amargo, por ejemplo, es un defecto en los quesos de cabra, pero una característica típica de algunos quesos vacunos de montaña). Finalmente, es fundamental tener en cuenta el gusto de la comunidad a la que pertenece el producto. Un producto europeo puede ser difícil de comprender y evaluar por un catador africano, así como un producto asiático puede ser difícil de descodificar y evaluar para un europeo, etcétera.

3. Los productos han de estar vinculados a un territorio, a la memoria, a la identidad de una comunidad y a la experiencia tradicional local.

El territorio es un elemento clave para la biodiversidad. No es suficiente con que un producto sea local. El adjetivo “local” nos dice bien poco sobre la historia y la tradición de un territorio. Localmente se pueden cultivar variedades mejoradas, híbridos introducidos recientemente y productos ajenos a la cultura del lugar. Los productos que nos interesan, sin embargo, poseen un fuerte vínculo con el territorio, entendido este no solo como espacio físico, climático y ambiental, sino también como **contexto cultural e histórico**.

El territorio es tierra, aire, agua, clima, pero es también lengua, dialectos, religión, artesanado, arquitectura, paisaje... Lejos de su territorio de origen una semilla, una hortaliza, un árbol frutal, una raza animal, se convierten en “simple” germoplasma, o sea, material genético.

Las variedades vegetales y las razas autóctonas dan lo mejor de su potencial en aquel territorio donde se han aclimatado a lo largo de los siglos gracias a la obra del hombre. Por eso, con frecuencia son más resistentes y requieren menos intervenciones externas (fertilizantes, agua y pesticidas en el caso de los vegetales; cuidados veterinarios y alimento en el caso de los animales). Son, por tanto, más sostenibles desde un punto de vista ambiental y desde un punto de vista económico.

Si oís decir que un producto es igual en todas partes, que no existen diferencias entre una región y otra, entre montaña y llanura, etcétera (y sucederá con frecuencia), no os rindáis, continuar con vuestras preguntas. Las diferencias las descubriréis: vendrán dadas por un terreno particular, por el uso de una especia o de una hierba que crece solo en un valle particular. El reto es probar a vincular un producto a un territorio más o menos extenso, pero con una identidad precisa: una isla, una zona de alta montaña, el curso de un río, una franja de colinas... Si no sois capaces de encontrar diferencias, ni siquiera la más ínfima, significará que, al fin y al cabo, aquel producto no era tan interesante.

¿Después de cuánto tiempo un producto se convierte en tradicional?

Algunas entidades han señalado un número de años mínimo tras el cual un producto puede ser definido tradicional: hay quien habla de 50 años, quien de 30, quien desciende hasta los 25.

En realidad, según Slow Food, un simple número de años no es bastante para garantizar la tradicionalidad de un producto. La manzana Golden delicious, por ejemplo, se cultiva hoy en todo el mundo (desde Chile hasta Europa o Australia) y representa el 80% de la producción mundial de manzanas. No es un producto tradicional pues, porque el vínculo con una comunidad local y con un territorio es claramente secundario respecto al componente genético (es decir, la variedad es siempre igual, es especialmente estable y presenta siempre las mismas características en todos los terrenos). Y sin embargo esta variedad cuenta con 100 años de historia al haber sido individualizada a principios del siglo XX. Otro tanto podría decirse de muchísimas variedades comerciales de melocotones, uvas, ciruelas, etcétera, que cuentan con al menos 50 o 60 años.

La respuesta de Slow Food a esta cuestión está relacionada con la **memoria colectiva** de una comunidad. Para comprender si un producto es tradicional es necesario dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿pertenece el producto a la cultura local? ¿La

experiencia para cultivarlo, transformarlo, consumirlo, ha sido transmitida de generación en generación? Se puede descubrir interrogando a los productores más ancianos de la comunidad y preguntándoles si aquel producto era ya cultivado o transformado por sus padres y sus abuelos. No basta con un testimonio. Es necesario verificar que se trata de una memoria compartida, y para ello nos pueden ayudar algunos indicios: ¿ha dejado el producto huellas en el artesanado local? ¿Existen instrumentos artesanales (de madera, de cobre, de piedra, de junco...) creados para elaborar o conservar ese queso particular? ¿O para recolectar y desecar ese fruto? ¿Existen morteros y cestos para contener ese cereal? O aún más allá: ¿existen huellas en la lengua, en el dialecto, en las canciones populares? ¿El producto ha influenciado la arquitectura local? ¿Existen viejos molinos, pequeñas queserías de piedra encajadas en las montañas, muros de piedra seca? Otros interlocutores idóneos, a parte de los ancianos del lugar, son las mujeres, los cocineros, los periodistas gastronómicos, los técnicos agrarios, los veterinarios o los tecnólogos alimentarios. Además es importante buscar la bibliografía disponible: ¿existen libros de recetas? ¿Textos sobre las fiestas y las tradiciones locales? ¿Catálogos de productos? Una verificación cruzada de los datos recogidos, mediante la implicación del mayor número posible de personas, es un paso fundamental.

¿Es posible designar el mismo producto en múltiples países?

Sí, después de haber identificado las diferencias, aun siendo estas mínimas. Los productos artesanales no son jamás iguales, ya que están influenciados por muchísimos factores, ínfimos incluso: altitud, composición del suelo, clima, experiencias locales, creatividad personal, etcétera.

Cuando encontramos un producto con el mismo nombre en muchos países es necesario investigar a fondo. La ricotta, por ejemplo, se produce en toda Sicilia pero, si se ahonda en el asunto se descubre que existe ricotta de vaca, de cabra, de oveja, mixta, fresca o curada, al horno, ahumada, cuajada con ramitas de higuera, etcétera. El cuscús se produce en todo el Mediterráneo, pero si se va hasta el fondo se descubre un universo formado por cuscús de diferentes cereales (trigo, mijo, arroz, maíz) pero también de otras materias primas (existe incluso un cuscús elaborado con semillas de ninfas). Y los cuscús de trigo, por ejemplo, pueden estar elaborados con diferentes variedades locales, pueden llevar granos de dimensiones varias, pueden estar aromatizados con hierbas desecadas, hojas o raíces...

Cuando no existen distinciones aparentemente es porque las diferencias no han sido estudiadas y descritas, no porque en efecto no existan. En Italia, en los años sesenta el vino era tinto o blanco. Ahora existe un universo de vinos diferentes, que cambian según el varietal, el territorio, la técnica, la habilidad de cada productor.

Valorizar la diversidad es fundamental para salvar a los pequeños productores: la homologación, la vulgarización, la superficialidad, (que nos lleva a asegurar que tal producto es igual en todas partes), alientan a quien produce grandes cantidades a despecho de la calidad. El hecho de que el producto esté difundido por territorios muy extensos con la misma denominación, no significa que no esté en peligro en cada uno de los territorios en los que aún se prepara de forma tradicional.



ALGÓN EJEMPLO...

Podemos subir a bordo del Arca el slatko de ciruelas de Bosnia Herzegovina y el slatko de higos silvestres en Macedonia. O también: podemos designar el freekeh de Jabal Amel en Líbano, el freekeh de Jenin en Palestina o el freekeh de Idleb en Siria. Y podemos designar el queso feta (en su versión artesanal) en varias áreas de Grecia, Turquía y Macedonia. Naturalmente, no designaremos el queso feta danés (en Dinamarca opera el mayor productor mundial de feta).



4. Los productos deben ser elaborados en cantidades limitadas

Sobre el significado de “cantidad limitada” o de “pequeña escala” existe un debate abierto y son pocas las definiciones compartidas. Se trata, en efecto, de un concepto relativo, que depende del contexto (el caso de una isla del Mediterráneo es muy diferente del de la Amazonia o el del Sahel, por poner un ejemplo) y del tipo de producción (cultivar cebollas no es como producir azafrán o queso extra-curado de alta montaña) y es muy difícil de transcribir en números o fórmulas precisas.

En el caso del Arca del Gusto (pero también de otros proyectos como los Baluartes y los Mercados de la Tierra) nos interesa seleccionar producciones que no sean ni industriales, ni de masa. En la práctica: “no estamos en grado de calcular lo que es justo, pero sabemos muy bien reconocer lo que está equivocado (Schumacher, 1973).

Los productos del Arca están vinculados a un territorio específico y al saber de una comunidad, y son estos dos elementos los que definen el límite. No es posible aumentar las cantidades producidas más allá de un cierto límite sin cambiar la naturaleza de las producciones profundamente.

Si los volúmenes de producción aumentan demasiado o demasiado velozmente (también el tiempo es una variable importante), es necesario ampliar la extensión de los cultivos (acercándose cada vez más al modelo del monocultivo), multiplicar el número de cabezas que se crían, intensificar su forma de crianza, o bien adquirir la materia prima fuera del territorio de producción (a menudo en zonas muy distantes), y hay que mecanizar muchos de los pasos de la cadena (cuando no todos directamente), renunciando a la artesanía y arriesgándose a no obtener la misma calidad.

El Arca del Gusto es un catálogo de productos, no de productores, y por tanto no es necesario poseer un documento preciso de las cantidades que se producen (dato que, sin embargo, será esencial, para poner en marcha un Baluarte), pero es importante tratar de, al menos, individualizar el orden de magnitud para establecer si estamos frente a una producción artesanal o industrial.

Para profundizar sobre este tema pueden leer el libro “*Lo pequeño es hermoso*”, publicado en 1973 por el economista y filósofo F. Schumacher (Ed. esp. 2001 Editorial Akal).

5. Los productos han de estar en peligro de extinción

El riesgo de desaparición total de un producto tradicional puede ser **real**, es decir darse en un plazo breve, cuando la experiencia o la manualidad necesaria para elaborarlo pertenecen a tan solo uno o a pocos productores, generalmente ancianos. De hecho, no es bastante una receta escrita, o una sencilla explicación oral para criar a una vaca, cultivar una hortaliza, producir un queso, un embutido, un dulce tradicional. Las producciones tradicionales son obra de artesanos, y aprender sus destrezas significa trabajar con ellos durante años: hay que seguir sus gestos, adquirir sensibilidades, indefinibles pero necesarias para conseguir mantener constante la calidad de un producto, aun cuando cambien las condiciones en las que éste se produce (temperatura, grado de humedad de los locales de elaboración o curación, periodo del año en que se produce, estado de salud de los animales, etcétera). Solo las producciones en serie, industriales, ignoran la posibilidad de interpretación individual, aunque, por el contrario, exigen procesos codificados y el uso de tecnología en buena parte de las fases de producción. El riesgo de extinción es igualmente real cuando un producto es solo elaborado para el autoconsumo en las familias. O bien cuando leyes híper-higienistas, pueden provocar la ilegalización en un breve periodo de tiempo de locales de curación, de producción, de equipos y materiales importantes para la caracterización de un producto. En el caso de una raza el riesgo es real cuando las cabezas restantes son pocas (pocos centenares, un millar...). Es difícil invertir un proceso de erosión genética cuando los números son tan mínimos; se necesita un compromiso de las instituciones, de los técnicos; fondos de ayuda a los ganaderos y financiar proyectos de reproducción. El riesgo es **potencial**, –o sea, a corto y medio plazo– cuando la situación social (de los productores o de los consumidores) induce a pronosticar, para los años sucesivos, una disminución de las cantidades producidas o del número de productores. O cuando el producto, si bien aún difundido, no es suficientemente valorizado. Las señales de peligro son muchas y variadas: estilos de consumo que cambian; un mercado que ya no aprecia el producto y que lo paga mal, reduciendo progresivamente la rentabilidad; una tierra que se abandona y cuyos habitantes aún en condiciones de producir según la tradición, deciden emigrar a otros lugares en busca de nuevas ocupaciones; la falta de recambio generacional; la alteración o la desaparición de ecosistemas y paisajes rurales; la falta de apoyo por



parte de las políticas agrícolas (nacionales e internacionales) y la escasa atención por parte de las instituciones. También la presencia de producciones industriales similares a las tradicionales (o despachadas como tales), que confunden al consumidor y lo orientan hacia versiones más homologadas y estandarizadas, puede velozmente expulsar del mercado los productos tradicionales, más vulnerables, frágiles, menos apoyados por la publicidad y el marketing.

¿Es posible designar un producto elaborado solo para el autoconsumo?

Sí. Un producto que solo sobrevive en la tradición familiar, aun cuando su uso está generalizado, y que no tiene presencia en el mercado, representa igualmente un sistema considerablemente frágil, en peligro de desaparición en un plazo de poco tiempo. En los Balcanes, por ejemplo, y en muchos otros países que pertenecieron a la Unión Soviética, no existían las pequeñas granjas privadas sino grandes cooperativas públicas. En estos países los productos artesanales han sobrevivido en las familias; ahora, poco a poco, algunos de ellos están regresando al mercado.

En este sentido nos podemos encontrar frente a dos situaciones diversas: un producto es a veces elaborado solo en las familias, para el autoconsumo, y está ausente del mercado. Mientras que en otras ocasiones, un producto está presente en el mercado, pero en una versión falsa, con una receta estandarizada o con materias primas diferentes. En ambos casos es importante designar para el Arca el producto transmitido por las familias antes de que sea demasiado tarde. No es necesario constatar si la producción identificada tiene las necesarias autorizaciones sanitarias y comerciales. El producto puede subir al Arca independientemente de ello.

La interpretación y aplicación de estos criterios ha de tener en cuenta siempre las diferentes realidades locales, respetando diferencias geográficas, culturales, sociales, económicas y políticas de las comunidades que las conservan.



Reglas generales

La designación de un producto, a su vez, ha de responder a algunas reglas generales:

Está prohibida la inclusión en el Arca de cualquier producto distinguido con su marca o su nombre comercial.

Los productos que suben a bordo del Arca del Gusto pertenecen a la comunidad, al territorio en que nacieron y se desarrollaron, a las generaciones que los han transmitido y que los preservarán. No son propiedad privada de empresa individual alguna. Cualquier nueva empresa, cualquier joven que viva en ese territorio, podrá decidir el cultivar, criar, transformar un producto del Arca. Por tanto, al Arca del Gusto no suben marcas comerciales registradas o patentadas por entes privados.

Algún ejemplo práctico: al Arca no sube la Nutella®, en todo caso sube una crema de chocolate gianduja tradicional; al Arca no suben las manzanas Marlene®, pero sí cualquiera de los centenares de variedades de manzana que aún sobreviven en todo el mundo. Al Arca no sube el queso Huguenot® (un queso de vaca fruto de la invención de un productor surafricano que le ha dado un nombre de fantasía, nombre que después ha registrado), pero suben el caciocavallo podolico, el oscypek polaco, el pelardon afiné, es decir tipologías que pertenecen a sus respectivas comunidades.

Está prohibido el uso del nombre, del logo y de la marca Slow Food® (y de sus declinaciones) en las etiquetas de productos del Arca. El empleo de la marca Slow Food® y del nombre "Arca del Gusto" está regulado por las normas establecidas en el documento de uso de las marcas Slow Food anexo al Estatuto internacional de Slow Food.

Al Arca del Gusto sube un producto, no productores individuales. El Arca no considera el conocimiento de los productores, ni su implicación ni un control de la cadena de suministro.

De todo producto se describe la forma, el color, el sabor... Pero no es necesario conocer todas sus fases al detalle. Por poner un sencillo ejemplo: al Arca sube una variedad de manzana; después alguno la podrá cultivar con el sistema biológico y algún otro con el sistema convencional. El Arca se detiene en el formulario de presentación, en la denuncia de que esa variedad de manzana está desapareciendo. Es una campana de alarma, una solicitud de intervención lanzada a todo el mundo. En consecuencia, en las etiquetas de

productos del Arca no pueden aparecer logos: ni el de Slow Food (el caracol), ni otros con él relacionados (Fundación Slow Food, Baluarte Slow Food...)

Es posible explicar el proyecto del Arca a través de otros medios: folletos, cuadernillos, artículos, web internet. Pero no a través de las etiquetas de los productos.

Slow Food ha consolidado en muchos países importantes relaciones de colaboración con los chefs, quienes, aparte de participar y colaborar en las actividades de Slow Food, emplean en sus cocinas productos de los Baluartes, del Arca del Gusto, o productos cultivados o elaborados por pequeños productores locales.



Slow Food anima a los cocineros a destacar en su menú los nombres de los productores, a fin de otorgarles la justa visibilidad, y promueve además un proyecto específico –la Alianza entre cocineros y Baluartes– para crear una red de restaurantes comprometidos con la salvaguardia de la biodiversidad (ver www.slowfoodfoundation.com/alliance).

Quien forma parte de esta red y, por tanto, hace uso de estos Baluartes, puede distinguirlos con el logo de los Baluartes Slow Food. La Alianza es un proyecto reciente, nacido para valorizar los Baluartes, pero que poco a poco se está ampliando a productores locales (buenos, limpios y justos) en general.

No es posible usar el logo de Slow Food (ni otros con él relacionados) cuando los chefs emplean productos del Arca u otros productos locales, al no tener Slow Food ningún tipo de control sobre productores individuales. No obstante, sí es posible destacar que algunos productos presentes en el menú han sido incluidos en el Arca del Gusto, usando un asterisco junto al nombre del producto (o bien publicando la lista de los productos del Arca en una página especial) y añadiendo la siguiente frase: “estos productos –o bien los productos distinguidos con (*)– han sido incluidos en el Arca del Gusto de Slow Food”.

En tal caso aconsejamos añadir una frase aclaratoria sobre el mismo proyecto: “El Arca del Gusto es un catálogo de productos a salvar que pertenecen a la cultura, a la historia y a las tradiciones gastronómicas de las comunidades de todo el mundo”.

Para más información www.slowfoodfoundation.com/ark

¿Cómo se designa un producto?

Cualquiera puede designar un producto para el Arca del Gusto, no es necesario ser un experto, poseer competencias particulares o ser socio de Slow Food. Es posible señalar productos del territorio propio, pero también de los de otras comunidades u otros países. Para presentar un producto es suficiente con rellenar un formulario muy sencillo, disponible en la web de la Fundación Slow Food para la Biodiversidad.

El formulario de candidatura puede ser enviado a la comisión nacional/regional –en los países donde Slow Food ha instituido una–, o bien a la Fundación Slow Food para la Biodiversidad directamente. En la web de la Fundación se puede hallar la lista de los países en los que existe una comisión y sus respectivos datos para poder meterse en contacto con los grupos de trabajo locales.

Estos dos organismos –comisiones locales y Fundación Slow Food para la Biodiversidad– verifican que las designaciones respeten los criterios establecidos en el proyecto.

Si la valoración es positiva la candidatura se envía al **comité técnico internacional del Arca del Gusto**. Si, por el contrario, hicieran falta más detalles, estos serán requeridos por la comisión local al presentador del producto que se estudia.

El comité técnico internacional está compuesto por personas de diferentes países, cuyas competencias técnicas permiten efectuar una valoración última de las candidaturas y aprobar definitivamente su inclusión en el Arca. A su vez, este organismo puede requerir a la comisión local una mayor información sobre los productos designados.

Si no existiese una comisión local, sería la propia Fundación Slow Food para la Biodiversidad quien, una vez recibida la ficha, la someterá al comité técnico para su evaluación.

Después de la aprobación, el procedimiento del Arca dispone la inclusión de una breve descripción del producto en el **catálogo online** presente en la sección Arca del Gusto.



Formulario de candidatura

Nombre del producto

Indica el nombre con el que el producto es conocido en tu territorio*.

En el caso de que el nombre se exprese en una lengua local o en dialecto, añade asimismo la traducción en la lengua nacional.

Categoría*

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Aceites | <input type="checkbox"/> Legumbres |
| <input type="checkbox"/> Cacao | <input type="checkbox"/> Miel y productos de la apicultura |
| <input type="checkbox"/> Café | <input type="checkbox"/> Mostos, bebidas fermentadas (sidra, hidromiel...) |
| <input type="checkbox"/> Cereales, granos y harinas | <input type="checkbox"/> Pan y productos salados de horno |
| <input type="checkbox"/> Conservas de pescado (huevas, pescado en salmuera o en aceite...) | <input type="checkbox"/> Pasta |
| <input type="checkbox"/> Conservas vegetales (confituras, salsas, jugos...) | <input type="checkbox"/> Pescado |
| <input type="checkbox"/> Destilados | <input type="checkbox"/> Quesos y lácteos |
| <input type="checkbox"/> Dulces | <input type="checkbox"/> Razas animales |
| <input type="checkbox"/> Embutidos y derivados cárnicos | <input type="checkbox"/> Sal |
| <input type="checkbox"/> Fruta fresca y seca | <input type="checkbox"/> Té |
| <input type="checkbox"/> Hierbas aromáticas y especias | <input type="checkbox"/> Varietales |
| <input type="checkbox"/> Hortalizas | <input type="checkbox"/> Vinagre |
| <input type="checkbox"/> Insectos | <input type="checkbox"/> Vino |
| | <input type="checkbox"/> Otros |

País*

Descripción del producto*

Si se trata de un **vegetal** describe su forma, el peso, el color, el sabor, etcétera, y cuándo y cómo se recolecta. No te detengas en la especie (no basta con saber que es un tomate); pregunta si es una variedad específica, vinculada a aquel territorio, multiplicada con semillas locales...

Si se trata de una **raza** describe las características del animal –dimensiones, forma de los cuernos, color del pelo...- y con qué fin se cría, indicando asimismo qué producciones se obtienen de él (carnes, embutidos, quesos...).

Si es un **producto transformado**, explícanos también cómo se produce tratando de describir las diferentes fases, e indica si los ingredientes se producen a nivel local, si está vinculado a variedades específicas (por ejemplo, si es un pan, ¿está elaborado con una variedad de trigo o de centeno particular?) o a razas autóctonas (si es un queso o un embutido, ¿está elaborado con carne o leche de razas autóctonas?).

Si se trata de un **queso**, acuérdate de verificar si es de leche cruda.

Si conoces algunas **recetas tradicionales** ligadas a este producto, indícanoslas.

Historia del producto

¿Conoces la historia de este producto? ¿Existen fiestas, proverbios, usanzas locales?

Área de producción histórica*

Indica el área geográfica donde aún se produce (ejemplo: en qué municipios, en qué valle...)

Indicativamente, ¿cuál es, a tu parecer, la cantidad producida?

¿El producto se halla a la venta en el mercado?

¿O bien, se produce solo para autoconsumo?

¿Por qué razón, este producto o esta raza, se halla en peligro de extinción?

Nombre del informante*

Tel.*: _____ E-mail _____

¿Cuéntanos quién eres y por qué has decidido proponer este producto!

* Es obligatorio contestar a las preguntas marcadas con asterisco para la aceptación de la candidatura.

Este es un formulario de partida, útil a fin de incluir un producto en el Arca del Gusto. Tu propuesta será examinada y valorada para la publicación. Para realizar esta labor, iniciar proyectos (como los Baluartes), es necesario visitar a los productores y ampliar la información con otros cuestionarios específicos para cada grupo (quesos, embutidos, hortalizas, cereales, panes...) que podrán ser muy útiles.

This is the initial form used for adding a product to the Ark of Taste. Your nomination will be considered and evaluated for publication. To continue with the work and launch projects (such as Presidia), more information must be collected through visits to producers and specific questionnaires.

¿Cómo dar a conocer el Arca del Gusto?

Como ayuda a la buena marcha del proyecto se pueden utilizar algunas herramientas de comunicación disponibles en diferentes lenguas.

www.slowfoodfoundation.org/ark

El sitio web de la Fundación Slow Food para la Biodiversidad Onlus (en italiano y en inglés) contiene una presentación completa del proyecto, el catálogo online de los proyectos ya aprobados –que es posible consultar con una modalidad de búsqueda por nación, por tipología de producto y por nombre del producto–; y un espacio para la designación



de nuevos productos. Las candidaturas que llegan, en cualquier idioma, son visibles en la sección “Designaciones de todo el mundo”, que recoge los nombres y los comentarios de quien contribuye al proyecto. Existe también una página de preguntas frecuentes para orientar las actividades individuales de cada uno y aclarar posteriores dudas sobre algunas fases del proyecto. En la “home page” de la web de la Fundación se publican noticias sobre los proyectos (nuevos países implicados, testimonios de los presentadores de productos, entrevistas a cocineros, curiosidades): por tanto, es importante que cada territorio envíe las informaciones relativas a eventos (por ejemplo, la realización de una muestra de productos del Arca en el curso de una feria; la organización de encuentros o convenciones dedicados al proyecto), iniciativas interesantes, testimonios...No solo para poder actualizar la sección noticias de la web, sino también para que éstas puedan servir de estimulante para otras asociaciones a organizar eventos similares.

facebook.com/arkoftaste

Una página Facebook dedicada al Arca, que se amplía cotidianamente con noticias, imágenes, testimonios, vídeos en lengua inglesa e italiana. El perfil vive de las contribuciones de la red, es por ello muy importante publicar post y compartirlos lo máximo posible en el ámbito de la asociación o con los amigos y otros contactos.

twitter.com/arkoftaste

Se ha creado una cuenta Twitter: también en este caso es fundamental conectarse, hacerse seguidor del perfil. Y asimismo enviar actualizaciones y curiosidades que multiplicarán la difusión del proyecto en la red.

Newsletter internacional de Slow Food y Terra Madre

La newsletter de Slow Food y Terra Madre, que se envía regularmente en ocho lenguas a 90.000 contactos en todo el mundo, contiene una sección mensual sobre el proyecto del Arca del Gusto, que permite, de cuando en cuando, comunicar nuevos contenidos, como la incorporación de nuevos países o nuevos productos, galerías de fotos, rompecabezas...

Galerías de fotos y testimonios en vídeo

Las fotos enviadas por aquellos que proponen un nuevo producto para el arca, además de muchas otras de los archivos Slow Food, están publicadas en Facebook y en la sección Multimedia de la web www.slowfood.com. Son también importantísimas las filmaciones en vídeo recogidas: quienes puedan crear vídeos están invitados a realizar entrevistas a quienes custodian la biodiversidad. Los vídeos pueden ser enviados junto a la documentación de candidatura y ser por tanto accesibles desde el formulario a la web, o archivados en los “*Granai della Memoria*” –Graneros de la memoria– (www.granaidellamemoria.it) un archivo de vídeos que contiene testimonios de guardianes de tradiciones locales, culturas, biodiversidad, recogidos en todo el mundo por la Universidad de Ciencias Gastronómicas.

¿Cuál es la diferencia entre el Arca y los Baluartes?

Mientras que el Arca del Gusto es un catálogo de **productos**, la característica fundamental de los Baluartes es la relación con los **productores** y la ejecución de iniciativas concretas para su ayuda. Poner en marcha un Baluarte significa visitar sus lugares de trabajo, recibir explicaciones de cómo desempeñan su labor y cuáles son sus dificultades, conocer su contexto social, cultural, cuál es su mercado, etcétera, para así poder poner en marcha iniciativas de valorización.

Los Baluartes Slow Food intervienen en concreto para salvaguardar un producto tradicional en peligro de extinción (un producto del Arca), y representan, por tanto, una fase sucesiva a la catalogación en el Arca. Naturalmente, no es posible iniciar tantos Baluartes como productos hay en el Arca. La esperanza es que muchas otras organizaciones e instituciones se movilicen para salvarlos.



Esta publicación está realizada con la contribución financiera de la Unión Europea.

La responsabilidad de esta publicación es exclusiva de su autor. La Unión Europea no es responsable del uso que se pueda hacer de las informaciones aquí contenidas.



www.slowfoodfoundation.com
www.slowfood.com