



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado

---

**CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN  
ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES  
DEL SECTOR CULTURAL Y CREATIVO**

---

PROYECTO

TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

---

El Congreso Gastronómico y sus redes  
transnacionales y locales como aportes a la  
consolidación de Popayán como ciudad creativa

AUTOR: JUAN SEBASTIÁN CAJAS SERNA

TUTOR TALLER DE PREPARACIÓN DEL TRABAJO FINAL: **BRUNO MACCARI**

TUTORA TALLER DE REDACCIÓN DEL TRABAJO FINAL: **ANIELA VENTURA**

JULIO DE 2020

---



## Índice

Capítulo 1: Introducción y objetivos de investigación

Capítulo 2: Antecedentes y marco teórico del estudio

2.1 Ciudades creativas

2.1.1. Análisis de casos de ciudades creativas

2.1.2 Conceptualización de ciudad creativa de UNESCO

2.2 Cultura y desarrollo

2.3 Relaciones transnacionales y locales

2.4 Definiciones para el desarrollo del estudio

Capítulo 3: Antecedentes y marco histórico de Popayán Ciudad Creativa

1. Información sociodemográfica relevante de Popayán

2. Aspectos históricos y culturales relevantes de Popayán

3. Planes y proyecciones de la cultura en Popayán

3.1. Plan de desarrollo Vive el Cambio

3.2. Plan de desarrollo Creo en Popayán

3.3. Plan Decenal de Cultura (2015-2025)

3.4. Popayán Ciudad Creativa de la gastronomía en el marco de la red de ciudades creativas de UNESCO

3.5. La documentación del potencial creativo de la cocina local

4. Popayán Ciudad Creativa de la gastronomía en el marco de la red de ciudades creativas de UNESCO

Capítulo 4: El Congreso Gastronómico de Popayán y sus relaciones transnacionales y locales como estrategia de gestión del evento

4.1 La trayectoria y el escenario del Congreso Gastronómico de Popayán

4.2 Actividades y Estructura programática del Congreso Gastronómico



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



4.3 Estrategias de gestión, coordinación y logística del Congreso Gastronómico de Popayán

4.4 Relaciones transnacionales y locales mediadoras de las actividades y programas del Congreso Gastronómico

Capítulo 5: Conclusiones

Bibliografía

Anexos



**Palabras Clave:** Congreso gastronómico, relaciones locales y transnacionales, ciudades creativas.

## **Introducción**

En el año 2005, Popayán fue designada como la primera ciudad creativa de la gastronomía por la UNESCO. Desde aquel momento, la ciudad debió acogerse a la creación de estrategias, objetivos, mecanismos y políticas que le permitieran sostener en el tiempo su rol protagónico y pionero en el marco de las redes de ciudades creativas. Entre los objetivos de esta red, es importante destacar el propósito de fortalecer y estimular las iniciativas de la ciudadanía para hacer de la creatividad un componente de desarrollo, en el que se vean involucrados la sociedad civil, el sector público y privado (UNESCO, 2020). A partir de entonces, Popayán se ha proyectado para liderar una idea de desarrollo que se vincule con las oportunidades e innovaciones que provee el sector gastronómico.

En esta proyección de desarrollo, el Congreso Gastronómico de Popayán ha contribuido a enriquecer el escenario cultural y la ejecución de las políticas que asume Popayán como ciudad creativa. Este evento se destaca por su importancia y ejemplo en las dinámicas que fomenta la red de ciudades creativas de la UNESCO, puesto que cada año en la gestión del evento se desenvuelven relaciones transnacionales y locales entre distintas organizaciones del sector público, privado y la sociedad civil. Esta manera de encontrar vínculos, sostener relaciones y construir proyectos lleva a considerar posibles acuerdos, disentimientos, conflictos, sinergias o armonías entre organizaciones. En el caso del Congreso Gastronómico de Popayán, las relaciones transnacionales y locales permiten implementar actividades, ampliar oportunidades y crear proyectos que favorecen la gestión del evento y fortalecen a Popayán como ciudad creativa.

A partir de esto, un estudio resultaría pertinente para elaborar una reflexión que amplíe los saberes y se concentre en las relaciones transnacionales y locales en torno a



la realización de proyectos culturales en Popayán, puesto que el escenario de las ciudades creativas invita a fomentar las redes de participación ciudadana en los distintos eslabones de la cadena de producción del sector gastronómico. Un proyecto de investigación que sea capaz de visibilizar la gestión de estas redes y sus repercusiones en la actividad gastronómica contribuiría a comprender la organización y articulación de actores para hacer un evento cultural.

Así, el estudio del Congreso Gastronómico como proyecto creativo es un caso que puede evidenciar cuáles son las relaciones transnacionales y locales funcionales y complementarias en el desarrollo del evento, cómo y para qué se han construido. Esto será un aporte significativo para los estudios que consideran la gestión de vínculos y capital social como un factor fundamental en la proyección de una organización cultural. Además, este trabajo ocuparía un lugar en los estudios que incluyen las relaciones locales para el desarrollo de las ciudades creativas y la gestión cultural, debido a una ausencia de estudios que no han trabajado en profundidad el tema y que puede investigarse en un análisis de caso como este.

Teniendo en cuenta este panorama, el presente estudio surge con el objetivo general de conocer la importancia de las relaciones transnacionales y locales promocionadas por la red de ciudades creativas de UNESCO en la gestión del Congreso Gastronómico de Popayán. Con el propósito de alcanzar este objetivo, se tendrán como objetivos específicos:

- Caracterizar el mapa cultural de la ciudad de Popayán como ciudad creativa
- Exponer los vínculos entre gastronomía, cultura y desarrollo en la consolidación de Popayán como ciudad creativa
- Describir la trayectoria, las actividades y contribuciones del Congreso Gastronómico al perfil de Popayán como ciudad creativa



- Analizar el rol de las relaciones transnacionales y locales en las estrategias de gestión del Congreso Gastronómico y su trascendencia para la ejecución de proyectos

## **Capítulo 2. Antecedentes y Marco Teórico del Estudio**

### **2.1 Ciudad Creativa**

El concepto de ciudad creativa es reciente y se ha desarrollado bajo las ideas de planificación, urbanismo y crecimiento de las ciudades en el siglo XXI. Entre los teóricos más destacados que han abordado este concepto se destacan Richard Florida (2002, 2010) y Charles Landry (2008). Ambos autores hacen énfasis en la capacidad creativa de las personas como principal recurso para el desarrollo de las ciudades. Florida (2002, 2010) lleva a cabo en sus estudios una perspectiva psicológica y sociológica de la existencia de una clase creativa que dirige el rumbo y el progreso de la sociedad. Las capacidades creativas de esta clase son analizadas por Florida (2002) en dos aspectos, el primero consiste en comprenderlas como un proceso ligado a las motivaciones y la personalidad del individuo, y el segundo hace referencia a las condiciones externas o de contexto que ayudan a estimularla.

Desde la perspectiva del Richard Florida (2010), un individuo creativo es aquel que está dispuesto a vivir diversas experiencias, es abierto a conocimientos, asume riesgos y encuentra ideas, datos o materiales de su entorno para innovar. Pero, para que florezcan estas capacidades en los individuos, es necesario que se fomenten ciertas condiciones en las ciudades que habitan. Es por ello que Florida (2010) plantea las estrategias de las 3T (tecnología, tolerancia y talento) como una forma en la que se puede crear un escenario que estimule la creatividad. De ahí que la ciudad creativa pueda considerarse como un asentamiento que promueve la creatividad con inversiones en el talento humano, la tecnología y las relaciones humanas. Quienes la habitan procuran tener un perfil flexible



y abierto a nuevos conocimientos, experiencias y disposición para asumir riesgos y nuevos retos en sus proyectos de vida.

Charles Landry (2008) comparte una posición similar a la de Florida (2002) sobre las ciudades creativas. En su teoría también señala la relevancia que tienen las personas y sus capacidades creativas como principal activo en la conformación de ciudades creativas. El autor aborda su teoría desde una perspectiva más amplia con un marco expositivo y clasificatorio de casos, en los que se propone establecer varias conexiones y principios que lo llevan a postular distintos ideales de ciudad. De este modo, Landry (2008) reúne algunos factores que influyen en la vocación de una ciudad para ser creativa; entre ellos destaca: las cualidades personales de sus habitantes, la voluntad y liderazgo, la diversidad humana y acceso a talentos variados, cultura organizacional, identidad local, espacios urbanos y dinámica de redes. La posición de Landry (2008), se asemeja a la de Florida (2002), dado que coincide con el enfoque que debe tener el medio para fomentar condiciones de creatividad, al igual que la intención de fortalecer las capacidades intrínsecas de los individuos para forjar habilidades y cualidades creativas.

De los factores que componen una ciudad creativa según Landry (2008), en este trabajo vale la pena resaltar la dinámica de redes, la voluntad y el liderazgo. La capacidad de los individuos, organizaciones y ciudades para establecer y fomentar redes de contacto es esencial para la gestión de proyectos y la puesta en marcha de nuevas ideas que tengan un propósito. Por esta razón, Landry (2008) observa una relación simbiótica entre las redes trabajo y la creatividad, dado que para él, a mayor cantidad de relaciones de contacto en un sistema, mayores serán las capacidades de innovación y aprendizaje reflexivo. Además, una ciudad creativa podrá sostenerse si las personas que componen las redes de trabajo se apoyan en liderazgos y una voluntad enfocada en objetivos delimitados para sus proyectos.

Mientras haya personas que lideren proyectos y equipos de trabajo que integren diversas perspectivas para identificar problemas, oportunidades y soluciones acordadas,



las ciudades creativas serán un escenario que se estructura por las acciones que lleven a cabo las redes de trabajo creativo. De este modo lo visualiza Landry (2008), quien considera que la ciudad creativa está compuesta por líderes en emprendimiento, en lo público, los negocios y cuerpos voluntarios. Su perspectiva defiende una visión inclusiva y abierta de los proyectos que realizan estos actores sociales, en la que enfatiza tomar distancia de los intereses personales para avanzar en sus desarrollos.

Por otra parte, las reflexiones y críticas alrededor del concepto de ciudad creativa también proponen algunas sugerencias y perspectivas menos idealistas u optimistas de la realidad social. El especialista en políticas públicas Allen Scott (2007) propone una alternativa de análisis del concepto de ciudad creativa de Florida (2002). Su posición pretende ser más realista al considerar lógicas del capitalismo cognitivo cultural y los patrones de reproducción de desigualdades, la fragmentación y el aislamiento de grupos sociales. Esta perspectiva crítica observa que la clase creativa de Florida (2002) se convierte en una élite privilegiada de un escenario hostil para otras personas que no se adecúan al perfil de la “clase creativa”. Para contrarrestar esto, Scott (2007) sugiere que este modelo de ciudad debe ir acompañado de una

...búsqueda de formas significativas de solidaridad, sociabilidad y ayuda mutua en el trabajo y la vida cotidianas, no solo porque estos atributos son importantes por sí mismos, sino también porque amplían la esfera de creatividad, aprendizaje, innovación, experimentación social y expresión cultural (p.214).

La ciudad debe entonces verse en un plano de la interacción y las relaciones entre los distintos grupos que la componen. La creatividad no se encuentra en una sola clase como cualidad pura e intrínseca, sino que debe ser estimulada por las personas que nos rodean y conociendo las condiciones sociales que promueve un sistema capitalista. A partir de esto, la cuestión que hay que preguntarse sería qué mecanismos se deberían adoptar y cómo construir la ciudad creativa “soñada”.



Otra de las perspectivas de la ciudad creativa es la de Francisco Bellón (2009), quien defiende un modelo de ciudad creativa basado en las redes sociales y en la creación de condiciones para la ejecución de proyectos culturales, educativos y empresariales, en el que haya una ciudadanía activa y participativa. Sus análisis se concentrarán en el concepto de redes, la confluencia de culturas y el acceso a las tecnologías o recursos que fomentan la creatividad. Según el autor, es necesaria la existencia de redes como un “espacio social constituido por relaciones entre personas, con una corriente permanente de intercambio recíproco, donde voluntariamente intercambian información, bienes o servicios” (p.3). Esta interacción e intercambio entre diferentes personas motiva la convivencia y cooperación de proyectos que produce la ciudad. Pero para asegurar la interacción, se debe crear las condiciones a través de la gestión de proyectos y modelos educativos que fomenten la creatividad. Su aporte al desarrollo de la ciudad creativa es sobre todo la confirmación del modelo de Florida, pero dando relevancia a las redes y a los proyectos educativos que fortalecen las cualidades creativas en una perspectiva democrática.

En la misma línea de investigaciones que consideran promover un escenario adecuado para la creatividad, se encuentra Nizaiá Cassián (2012). Su investigación se sitúa en el marco de la psicología social. Desde allí, sugiere que la constitución de la ciudad creativa se desarrolla por “la producción de espacios y artefactos y la proliferación de prácticas específicas, de su diversidad y apertura” (p. 182). La autora emplea una perspectiva foucaultiana sobre la gubernamentalidad para demostrar que el desarrollo de las ciudades se hace a partir de la gestión y promoción y no desde la dominación o represión hacia sus habitantes. En este sentido, sus estudios hacen énfasis en crear una ciudad alineada y no alienada, haciendo alusión a que la ciudad debe constituirse en un panorama que promueva condiciones de creatividad y orienta a las personas hacia un tipo de desarrollo, fomenta la formación de sí del individuo, sin obstruir la libertad y la aparición de nuevas realidades, relaciones entre grupos sociales, alianzas, artefactos, etc.



Cassián (2012) a diferencia de Florida (2002), se vincula a un discurso más inclusivo y abierto que el concepto de clase creativa; categoría que fue criticada por el carácter exclusivo de un grupo de personas que se asemejaban a una elite privilegiada. En sus estudios, Cassián (2012) afirma que una ciudad creativa apuesta a un discurso democratizante en el que todo ciudadano es creativo. Por tanto, no importa tanto quién es el sujeto creativo, sino su contextualización, el cómo y en qué condiciones emerge la ciudad creativa, en medio de qué cultura, discursos, objetos, procedimientos técnicos de gestión y operaciones de visibilización y legitimación que la componen. De esta forma, hace una invitación a realizar investigaciones que procuren equilibrar el análisis tanto de lo subjetivo como de lo material en la emergencia de una ciudad creativa, teniendo especial atención en “los ensamblajes de saberes (...) redes de prácticas y técnicas que configuran la producción de una ciudad creativa” (p. 186).

Siguiendo esta intención de estudiar la ciudad creativa por los mecanismos y estrategias que ayudan a emerger su desarrollo, podemos mencionar a los investigadores Patricia Romeiro y Ricardo Méndez (2008) con su estudio enfocado en exponer las características de la ciudad del conocimiento (una versión homóloga de las diferentes metáforas que se asemejan a la ciudad creativa). El aporte de su texto consiste en elaborar una síntesis de los componentes de la ciudad del conocimiento y la sugerencia de algunos indicadores que miden las estrategias para la emergencia y desarrollo de este tipo de ciudad. Sus contribuciones más significativas a los estudios de la ciudad son la evaluación del impacto de las TIC y el valor estratégico que adquiere la construcción de redes locales de cooperación entre actores locales y globales. Los investigadores sugieren que al momento de estudiar estas relaciones entre actores se pueda tener en cuenta el número de nodos, su conectividad, “la intensidad y el balance de las relaciones que se establecen entre los componentes del sistema local de innovación con el exterior (transferencias de conocimiento, participación de proyectos, intercambio de profesionales cualificados o en formación)” (p. 17).



### ***2.1.1 Análisis de casos de ciudades creativas***

Más allá de lo hasta aquí planteado y para ir más en detalle al estudio de la ciudad creativa, las condiciones materiales en las que se desarrolla, sus redes de cooperación, los discursos y procedimientos de gestión de proyectos para su emergencia, es pertinente mencionar algunos estudios de caso. Por ejemplo, los de Sabaté y Tironi (2008), Solórzano (2017), Junqueira, Dos Anjos y Velasco (2019). En estas investigaciones, el concepto de ciudad creativa tiene aplicabilidad, se piensa y se contrasta con la realidad de las ciudades. Desde una perspectiva histórica y descriptiva de los casos, los investigadores visualizan las lógicas de las condiciones materiales de la ciudad, los discursos de desarrollo, las relaciones locales y globales que interactúan y los proyectos que se gestionan para impulsar la creatividad.

En el artículo de Sabaté y Tironi (2008), se analiza el caso de Barcelona (España) y la renovación urbana del barrio Poblenou como una estrategia competitiva para sobresalir en *rankings* de ciudades globales y creativas. El contenido de este estudio asume una posición crítica sobre cómo se piensa la ciudad global, creativa y competitiva. En él se analiza el caso de Poblenou como un proyecto de renovación urbana guiado por rankings de ciudades globales, en los que se privilegian atributos cuantificables y jerarquías para ser una mejor ciudad. Esta perspectiva los lleva a considerar la importancia que deben adquirir las condiciones de la realidad local, su identidad, las necesidades de quienes habitan el territorio y su integración en el desarrollo de la ciudad.

La intención de Barcelona para incorporarse a rankings de ciudades globales y creativas pone en evidencia la importancia de análisis de atributos cualitativos y las necesidades que subyacen en la ciudad. En el caso de Poblenou, la coherencia y los acuerdos sobre los discursos de innovación y desarrollo fueron una debilidad para posicionar la ciudad a un proyecto de renovación urbano integral, puesto que quienes dirigieron esta renovación no integraron con eficiencia las condiciones locales del territorio al proyecto. Por ello los autores argumentan que solo a través de una



concepción participativa de la ciudad se podrá generar sostenibilidad, significado y permanencia en un proyecto urbanístico, en el que “se reconozca el valor de todos los actores urbanos, incluso de aquellos que han perdido en la nueva economía global, o que no se ajustan a los parámetros patrimoniales e inmobiliarios convencionales” (Sabaté & Tironi, 2008, p.21)

En este orden de ideas, Sabaté y Tironi (2008) advierten sobre el riesgo de competir en los rankings de ciudades creativas cuando no construimos el desarrollo basado en indicadores que entiendan el contexto local. Estos indicadores pueden augurar inversores, turistas, empresas o clases creativas, pero si no se construye el desarrollo de la ciudad y se valoran la historia, la identidad y la cotidianidad de sus habitantes, entonces es posible que se encuentren sectores excluidos y sin entendimiento del proyecto de desarrollo.

Una perspectiva diferente al caso de Barcelona, que destaca las oportunidades y no tanto las falencias para competir por rankings de ciudades globales y creativas, es el estudio de Mónica Solórzano (2017), quien brinda la oportunidad de conocer el caso de San Cristóbal de Las Casas (México) como ciudad creativa de la artesanía en la red de UNESCO. La autora dedica su estudio a identificar la riqueza cultural de las comunidades que habitan la ciudad para encontrar formas que incentiven el desarrollo económico con la creatividad. Este caso puede ser el que más se aproxime a un diagnóstico para la construcción de valor de las condiciones creativas e insumos culturales que constituyen el territorio local. Para ello, se expone la cadena de valor creativa de la ciudad con la identificación de actores locales, emprendimientos, productos culturales, recursos tangibles e intangibles que pueden ser atractivos para construir un desarrollo económico y cultural.

El caso de San Cristóbal de Las Casas demuestra la constitución de una ciudad creativa de la red de UNESCO que se piensa a partir de la identidad de sus habitantes, sus prácticas, oficios y productos culturales que se pueden compartir al exterior. Desde esta idea, la participación y democratización del desarrollo de la ciudad creativa es una



parte importante que comienza en lo local para expandirse hacia la región y la esfera transnacional. Para lograr esto es necesario identificar los actores y construir políticas públicas que se adecuen a la cultura de sus habitantes y los procesos que conciben para el desarrollo de la ciudad creativa. En este sentido, Mónica Solórzano (2017) considera que su proyecto de diagnóstico contribuye a visibilizar “el potencial para la creación de redes locales, regionales e internacionales de vinculación creativa y el fortalecimiento de las capacidades en diversos niveles para trabajar con aspectos de innovación basados en la consideración a su propia tradición” (p.111).

Ambos casos presentados anteriormente exaltan lo fundamental de construir a partir de las condiciones y necesidades locales. La iniciativa que induce a aprovechar los recursos culturales del territorio local es un primer paso para explotar la creatividad de sus habitantes y proyectar un desarrollo pensado a partir del potencial cultural local. Estas consideraciones acerca de entender el contexto local y unos procesos de retroalimentación local- global nos permiten reflexionar sobre el caso de Popayán como ciudad creativa de la gastronomía en la red de UNESCO.

Una parte de lo que nos sugieren los casos de otras ciudades creativas como reflexión es la identificación de los actores que están impulsando este modelo de ciudad. Los tipos de redes y alianzas que se han consolidado para que Popayán sea ciudad creativa de la gastronomía serán fundamentales en esta investigación, puesto que demuestran el avance en la integración de la población hacia el proyecto de desarrollo de Popayán dentro de la red de UNESCO. Charles Landry (2008) y Francisco Bellón (2009) ya nos anticipaban del valor que adquieren la dinámica de redes entre actores sociales para fortalecer la creatividad y la gestión de proyectos.

Otra de las reflexiones y sugerencias de estos casos es la proyección que promueven las políticas públicas en la integración de los grupos sociales que los beneficia, así como su alineación con el contexto local. Por lo tanto, es necesario pensar cómo Popayán reconoce y vincula la población que forma parte de la cadena de valor del sector gastronómico, puesto que estos grupos sociales son quienes representan la ciudad a



nivel local y fomentan el desarrollo con sus emprendimientos y proyectos creativos. Esta intención la asume el gobierno municipal con mecanismos de integración y participación de la población a través de políticas que impulsan a Popayán como ciudad creativa de UNESCO. Un ejemplo de esto es *La política pública para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Popayán*. Una política cultural que atraviesa las sugerencias de los análisis de casos presentados, pero que será retomada y desarrollada más adelante para detallar su importancia en el fortalecimiento del Congreso Gastronómico y de Popayán como ciudad creativa de la gastronomía.

### **2.1.2 Conceptualización Ciudad Creativa de UNESCO**

Teniendo en cuenta que este trabajo se enmarca en el escenario de la red de ciudades creativas de UNESCO, es preciso incorporar la definición institucional sobre el perfil de ciudad que propone UNESCO para adherirse a la red y así complementar la definición propuesta de ciudad creativa. Esta red fue creada en 2004 con el fin de fortalecer la cooperación con y entre las ciudades que reconocen la creatividad como un factor estratégico de desarrollo sostenible hacia aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales (UNESCO, 2020).

El perfil de ciudad creativa comprende, desde esta perspectiva, un compromiso por compartir experiencias, desarrollar relaciones que promueven la creatividad y las industrias culturales, fortalecer la participación hacia la vida cultural y la integración de la cultura en los planes de desarrollo. Este compromiso que adquieren las ciudades se despliega en siete categorías a las que se pueden adherir: gastronomía, diseño, literatura, música, artesanía, artes multimedia y cine

A partir de estas características de la red de ciudades creativas según UNESCO, será posible visualizar cómo la ciudad de Popayán es un modelo que integra esta red en la categoría de gastronomía. También es pertinente señalar que esta distinción de ciudades creativas está ligada a la promoción de un desarrollo sostenible y la participación de la



vida cultural. De tal forma, las ciudades designadas en una de sus categorías deberán desempeñar una labor que fomente un tipo de desarrollo con la integración de las distintas culturas. Es por ello que resulta apropiada esta referencia de UNESCO para enmarcar la definición propuesta de ciudad creativa en párrafos anteriores, puesto que un modelo de desarrollo direcciona y crea condiciones para incentivar la creatividad de diversos grupos sociales que habitan la ciudad. Así, la elaboración de estrategias, mecanismos y políticas que promocionen este desarrollo podrán servir como elementos o indicadores de Popayán como ciudad creativa.

De acuerdo con esta distinción que hace la UNESCO sobre una ciudad creativa, es posible observar que la cultura es un componente que engloba el desarrollo de los territorios urbanos. En el informe “Nuestra Diversidad Creativa”, este organismo internacional considera que “la cultura no es pues un instrumento del progreso material; es el fin y el objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud” (UNESCO, 1997, p.17). Por lo tanto, la cultura va más allá de ser un medio para conseguir el desarrollo de las ciudades. No solo se concibe como recurso para un desarrollo económico y material, sino que es un elemento central que abarca el bienestar y el sentido de la existencia humana.

## **2.2 Cultura y Desarrollo**

Con el fin de enriquecer la comprensión de la ciudad creativa y su articulación con el desarrollo y la cultura, sería entonces importante tener una aproximación a los estudios que han abordado esta cuestión. La relación que se encuentra entre cultura y desarrollo ha sido trabajada por varios autores, quienes destacan las transformaciones históricas con las que se ha comprendido esta relación. George Yudice (2002), Héctor Olmos (2008), Germán Rey (2009) y Ricardo Santillán Güemes (2010) son algunos de los investigadores que exponen el valor de la cultura para construir estrategias y políticas culturales encaminadas a un modelo de desarrollo. Sus contribuciones invitan a la reflexión sobre nuevos discursos y factores que complejizan la manera de comprender



la idea del desarrollo y su relación con la cultura. Por ello, los puntos de vista de los investigadores generan interrogantes con una invitación a elaborar el discurso de desarrollo y la función que cumple la cultura en el mismo.

La perspectiva de German Rey (2009) brinda una síntesis de las modificaciones históricas y las alternativas más contemporáneas que contribuyen a reelaborar la idea de desarrollo. El autor pretende rediseñar este paradigma, dado que para él hay un malestar del desarrollo que es necesario aliviar con la vinculación de los procesos culturales que ocurren en las sociedades. Como aporte significativo para tal reelaboración del paradigma, Rey (2009) afirma que este debe pensarse “a partir de las identidades culturales y como conversación intercultural. Tener en cuenta la articulación de las políticas económicas con las políticas culturales, la inclusión de las diferencias y la participación de todos los sectores sociales y culturales” (p.37).

Esta reflexión de Rey apuntaría a un discurso del desarrollo basado en la inclusión, la democratización y la participación de los grupos sociales que habitan los territorios. Es una manera de concebir la cultura y los sujetos que la reproducen para guiar los modelos de desarrollo de los contextos particulares. De ahí que otro de sus aportes sea demostrar y ejemplificar cómo la cultura atraviesa el desarrollo desde seis perspectivas. Algunas de ellas muy pertinentes para analizar el desarrollo de las ciudades creativas, como la articulación de la cultura con el desarrollo local y regional, la vinculación de la cultura en los procesos de responsabilidad social empresarial y la articulación de la cultura con los problemas sociales de las comunidades (Rey, 2009).

Una apuesta que determina el valor de la cultura en el desarrollo nos lleva a pensar las estrategias que deberíamos tener en cuenta para gestionarla. Es por esto que las observaciones de Rey (2009) se complementan con las perspectivas de Héctor Olmos (2008) y Ana Olmos (2008) sobre las identidades y la gestión cultural en los modelos de desarrollo, pues estos autores estudian el caso particular de la gestión de políticas culturales en la construcción del desarrollo. Desde una mirada histórica, Ana Olmos (2008) relata la forma en que se ha comprendido el desarrollo y cómo la cultura ha



cochado más importancia en este paradigma. Su punto de vista contribuye a detallar la perspectiva de Rey, puesto que manifiesta el valor de la cultura por su rol constitutivo, constructivo y creativo para la realización multidimensional de las sociedades. A partir de lo expuesto por la autora, diríamos que una adecuada gestión de la cultura proveería la construcción de un desarrollo pensado por y para las personas del territorio.

Siguiendo esta línea de comprensión del paradigma del desarrollo, Héctor Olmos (2008) desarrolla un conjunto de consejos y herramientas de análisis para la elaboración y gestión de las políticas culturales con una perspectiva teórica basada en experiencias de gestión cultural, especialmente en casos argentinos. Sus aportes son de ayuda para establecer algunas de las estrategias de la gestión política y cultural que permiten la construcción de desarrollo. El abordaje teórico del autor plantea un marco analítico, una caracterización de la política cultural y su incidencia en el desarrollo. De esta forma, su pensamiento sugiere los efectos que tendrían la cultura y su vínculo con el desarrollo, pues afirma que éste último “es una variable- y una consecuencia- de las políticas culturales” (p.66). Entre lo más significativo de sus sugerencias se destacan las líneas de reflexión para gestionar y resaltar el poder de la cultura en las políticas públicas que fomentan el desarrollo.

Para propósitos de este trabajo, podríamos dar cuenta del desarrollo que produce la gestión de la cultura en un plano más concreto y operativo basado en el campo de la gastronomía. El aprovechamiento de la cultura en la dimensión de la gastronomía se visualiza en las formas de alimentación, festivales gastronómicos, prácticas, tradiciones, trabajo y producción de alimentos. En este caso particular, el enfoque de la gestión cultural ha sido estudiado y aplicado para fomentar procesos de turismo gastronómico que proveen desarrollo en los territorios. Algunas investigaciones como las realizadas por Di Clemente, Mogollón y Lopez (2013), Zeinab Jeamby (2016), Zuñiga y Bravo (2018) son estudios de caso que demuestran cómo la gestión de la cultura, particularmente en la gastronomía, puede proveer desarrollo local, rutas turísticas, acercamiento de vínculos y relaciones entre actores para la realización de proyectos



culturales. Este último es un punto clave para considerar en el desarrollo de este trabajo, puesto que el marco que aquí se aborda sobre la red de ciudades creativas de UNESCO, promueve iniciativas que incluyan la creatividad en el desarrollo urbano. Además, la red advierte de la relevancia que tiene el involucrar los actores del sector público, privado y la sociedad civil en estas iniciativas.

Con los planteamientos de este apartado podemos enriquecer la discusión y conocer la importancia de la cultura como parte constitutiva y multidimensional del desarrollo de territorios, en especial haciendo foco en la gastronomía. La gestión de políticas y proyectos culturales basados en el diálogo intercultural permitirá comprender las oportunidades de crear, construir y constituir lo que se quiere como Congreso Gastronómico y como ciudad creativa de UNESCO. De esta manera, es necesario entender que la ciudad creativa de la red de UNESCO representa un modelo de cooperación de diálogo intercultural, y a la vez el Congreso Gastronómico es una iniciativa que se nutre de ese diálogo en el que operan diferentes relaciones locales y transnacionales.

### **2.3 Relaciones Transnacionales y locales**

Ahora bien, dado que la ciudad creativa necesita de una dinámica de redes o relaciones sociales para poder constituirse, en este trabajo se desarrollará la idea de relaciones locales y transnacionales que permiten la emergencia de los proyectos creativos. El estudio de este tema viene acompañado de manera transversal por las aproximaciones epistemológicas de la globalización. Sintéticamente podría decirse que las relaciones transnacionales son las interacciones entre actores que trascienden las barreras de una nación, y resultan ser un efecto de la creciente consciencia y conexión que ha traído el mundo globalizado. En la actualidad, diferentes actores sociales de diversa naturaleza sostienen interacciones que superan las fronteras nacionales, y la función de control y mediación del Estado ha quedado limitada en algunos aspectos. De



ahí que se mencione repetidamente narrativas de investigadores sobre la crisis del Estado Nación (Beck, 1997; Appadurai, 2001; Bauman 2006; Oddone, 2008).

Pero más allá de esta crisis del Estado Nación, la atención se ha puesto en otras consecuencias y oportunidades que se vinculan al mundo globalizado. Entre estos efectos se destaca el estudio de las relaciones transnacionales a partir de dos enfoques de investigación complementarios. Un enfoque se ha dedicado a comprender la reciprocidad entre la escala local y global que producen las relaciones transnacionales, y el segundo enfoque explora el impacto de las relaciones transnacionales en las lógicas y roles que adoptan los actores en determinado lugar.

En el primer enfoque, la conceptualización forma parte de una intención por demostrar la dinámica de la globalización y las relaciones transnacionales. Varios autores han adoptado algunos conceptos para explicar esta dinámica que abarca las dimensiones del plano local y global. Entonces, podemos encontrar algunos conceptos como desnacionalización (Sassen, 2007), desterritorialización (Appadurai, 2001), imperialismo globalizado y colonización global (Escobar, 2012), o glocalización y universalismo- particularismo (Buenfil, 2008; Oddone, 2008; Robertson, 2013). Estas visiones de la globalización y las relaciones transnacionales sugieren un análisis sobre las implicaciones de estos procesos sociales, por lo tanto, forman parte del conjunto de antecedentes que aportan a la reflexión sobre la globalización que estamos construyendo como sociedad.

En el segundo enfoque complementario del estudio de las relaciones transnacionales, encontramos el abordaje en torno al impacto de estas relaciones en las dinámicas y los roles que asumen los actores sociales. Algunos de los autores que llevan a la práctica este enfoque son Daniel Mato (2004), Nahuel Oddone (2008), Edgar Novoa (2013), Kelsey Brain (2014), Paulo Cesar León (2015) y Carlos Sánchez (2015). En sus investigaciones realizan estudios de caso sobre las lógicas de las relaciones transnacionales en diferentes escenarios, evidencian la reciprocidad entre el nivel local y global y las oportunidades de acción para mejorar el escenario global-local.



De los enfoques anteriormente expuestos es importante detallar las investigaciones que se aproximan al objeto de estudio de este trabajo. Aquellas que encuentran en las relaciones transnacionales una oportunidad para el desarrollo de las ciudades y la gestión de organizaciones y sus eventos culturales. Es posible entonces destacar académicos como Arjun Appadurai (2001), Saskia Sassen (2007), Nahuel Oddone (2008) y Carlos Zorro Sánchez (2015), quienes plantean un marco de análisis de las relaciones transnacionales y dan un rol principal a las ciudades como puntos nodales de construcción del desarrollo. De otro lado, Daniel Mato (2001), (2004), Kelsey Brain (2014) y Paulo Cesar León (2015) estudian en profundidad análisis de casos que los llevan a comprender las conexiones e impactos de las relaciones transnacionales en proyectos culturales más concretos.

Con este planteamiento, es entonces oportuno mencionar algunos de los conceptos y aportes más significativos para la construcción de la idea de relaciones transnacionales en este trabajo. En primer lugar, el trabajo de Arjun Appadurai (2001) aborda las relaciones transnacionales y locales bajo la influencia de una modernidad vinculada a la mediación electrónica y las migraciones masivas del mundo globalizado. Su estudio tiene un enfoque antropológico en el que intenta construir una teoría de ruptura frente a antiguos paradigmas de la modernidad. Para estudiar las relaciones transnacionales y locales, Appadurai (2001) distingue estas relaciones como “flujos globales”; concepto que hace referencia a circuitos transfronterizos de transmisión de materiales culturales.

Entre los aportes más importantes para destacar, se puede mencionar su intención por clasificar estos flujos globales en paisajes mediáticos. Esta clasificación le permite analizar cómo los procesos culturales globales sostienen una tensión entre *identidad* y *diferencia*, puesto que los flujos globales transmiten materiales culturales con procedencias, propósitos y representaciones diversas y propias de una sociedad. De ahí que Appadurai (2001) considere estos paisajes como constructos basados en la perspectiva histórica, lingüística y política de las distintas clases de actores involucrados.



Este autor clasifica y describe los flujos globales en diferentes paisajes: el paisaje mediático, tecnológico, ideológico, étnico y el financiero. A partir de estas distinciones, las relaciones transnacionales pueden identificarse por un contenido discursivo singular que funciona como marco de referencia para estudiar sus características representativas.

En esta misma línea de investigación de Appadurai, Daniel Mato (2001) realiza un estudio enfocado en el intercambio de representaciones sociales que se producen en las relaciones transnacionales del programa “Cultura y Desarrollo” del *Festival Folklife*. Para hacer sus análisis, el investigador recurre a entrevistas, revisión documental y observación participante de los eventos en los que participan diferentes organizaciones sociales vinculadas a relaciones transnacionales. En su trabajo se da cuenta de las distintas formas de organización, trabajo y representaciones sociales que constituyen la experiencia de cada organización social; principalmente sus análisis incluyen las representaciones de ideas de etnicidad (Mato, 2001) y sociedad civil (Mato, 2004). Tales ideas confrontan a Daniel Mato (2001; 2004) para abordar la tensión entre *identidad y diferencia*, puesto que las interacciones entre organizaciones llevan a cada una a plantear una manera de comprender la etnicidad o la sociedad civil. De ahí que la gestión de un festival implique estar abierto y respetar la posición de ideas arraigadas, disonantes o semejantes de los actores que participan del evento. Por lo tanto, el desafío para las organizaciones consistiría en articular esfuerzos y voluntades con el fin de hacer realidad un proyecto cultural construido en relaciones transnacionales.

De esta forma, Daniel Mato (2004) realiza algunos aportes al estudio de las relaciones transnacionales en festivales. Uno de estos aportes es su comprensión del calificativo transnacional para referirse a las redes transnacionales, cuya definición la delimita a “prácticas y relaciones que atraviesan fronteras nacionales e involucran la participación de al menos un actor no gubernamental” (Mato, 2004, p.69). A partir de esta conceptualización comienza a identificar los actores que forman parte de relaciones transnacionales y las conexiones alrededor de las representaciones sociales. En esta identificación de actores, Mato (2004) propone la idea de *complejos transnacionales*



para enfatizar en las articulaciones transnacionales de niveles global- local y local – local. De entre ellas resalta la manera en que se construyen, puesto que es el resultado de prácticas individuales y de organizaciones institucionalmente definidas en un contexto de relaciones sociales, políticas y económicas más amplias, en las que hay relaciones de poder y conflictos de intereses de por medio.

La distinción de Mato (2001, 2004) sobre las relaciones de poder y disputas políticas que atraviesan las relaciones transnacionales es retomada por Kelsey Brain (2014) en un intento por descubrir la dinámica de las relaciones transnacionales en un caso más cercano al sector gastronómico. Kelsey Brain (2014) recurre a estudiar la cultura de la mercancía con el propósito de encontrar las redes transnacionales de la producción y consumo de comida peruana en San Francisco. Para ello, el autor analiza la comida peruana como un marcador cultural de comunidades migrantes que produce redes transnacionales de mercancías altamente limitadas y controladas en su movimiento. La investigación parte del análisis del concepto de *espacio transnacional* como un conjunto de espacios y redes que unen personas, mercancías, cultura y capital a través de las fronteras físicas y nacionales, cuya principal característica es la interacción entre actores sociales y los espacios y redes incluyen rutas de transporte, comunicación virtual y personas en varias locaciones (Brain, 2014). Para analizar este espacio transnacional, la propuesta metodológica consiste en entrevistas a chefs, cocineros de casa, representantes de empresas importadoras de productos, cartografía y revisión documental de bases de datos de importación y exportación de productos.

En un estilo descriptivo, el estudio evidencia la compleja red de vínculos que atraviesan los productos peruanos más demandados para que puedan llegar a consumirse en los restaurantes de San Francisco. Los actores sociales como los cocineros, los productores, empacadores, transportadores, distribuidores y comercializadores forman parte de toda una red en el espacio transnacional. En ella se desarrollan movimientos e interacciones que facilitan la llegada de productos peruanos a San Francisco. Es por esto que Brain (2014) se aproxima a comprender las *conexiones*



*culturales, económicas y políticas* que atraviesan las naciones. Para identificar estas conexiones, el autor las observa cuando “migrantes peruanos en San Francisco desean comida peruana principalmente como manera de identificación con su país natal, y este deseo ha llevado a la creación de restaurantes peruanos y compañías importadoras de comida peruana en Estados Unidos” (p. 94).

De los hallazgos más relevantes que se encuentra en la investigación, se puede resaltar que el estudio corrobora la influencia de las decisiones locales sobre ramificaciones globales. El juego dialéctico entre lo local y global se demuestra a través de los patrones de demanda de comida y los flujos de capitales que la rodean. Kelsey Brain (2014) evidencia que este flujo de capital ocurre en una escala global, pero está condicionada por la geografía física y actores sociales o centros de riqueza con poder político. Además, el autor sugiere la existencia de unos accesos variables y limitantes que dificultan la entrada a las redes globales por donde fluyen bienes y capitales.

En el mismo campo de la cultura, y particularmente en la expresión de las artes escénicas, Paulo Cesar León (2015) aborda el caso del teatro *La Mama* en Nueva York y Bogotá desde una perspectiva microsociológica y semiótica de las relaciones transnacionales. El autor tiene como objetivo analizar la red transnacional de artistas involucrados entre estas dos locaciones del teatro *La Mama*. A partir de esto, se enfoca en hacer un análisis desde dos dimensiones; por un lado, la relación ambivalente del arte y la política, y por otro, el aspecto emocional del proyecto artístico (León, 2015). A través de una revisión documental, epistolar y periodística desarrolla el análisis, reconstruye la historia y revela los sucesos más importantes del teatro en Nueva York y Bogotá.

Por su carácter histórico, de análisis semiótico y microsociológico, el estudio tiene un estilo narrativo que enfatiza la caracterización de personajes pertenecientes al teatro, sus relaciones a través de cartas y eventos que los involucraba para gestionar en el interior y exterior de las instalaciones del teatro. Paulo Cesar León (2015) encuentra que



los miembros del teatro en sus dos locaciones sostienen semejanzas y diferencias, y que, con el paso del tiempo, estas últimas se irán revelando con mayor fuerza.

De sus análisis se puede destacar que el teatro *La Mama* sostuvo dos entornos sociales diferentes que ayudaron a causar resultados diversos en cada punto de la red. El *Mama* neoyorkino se basó en un modelo artístico experimental con intenciones de cooperación institucional con autoridades estadounidenses, mientras que el *Mama* bogotano fue construyendo un modelo de arte instrumental que buscaba formar una ciudadanía opuesta a los ideales que ofrecía el Estado colombiano. En este sentido, el intento por comprender la ambivalencia entre las ideas de arte y política empieza por aproximarse al entorno que rodeaba cada una de las sedes, pues la relación transnacional entre los gestores de Bogotá y Nueva York estaba mediada por otros actores y acontecimientos que influían en la gestión del *Mama*. Esto da cuenta de la necesidad de diferenciar el lugar que ocupa y las ideas con las que emerge un proyecto cultural en las relaciones transnacionales, dado que cada miembro o participante tendrá una proyección en sus formas de gestión de proyectos culturales.

Estas investigaciones ligadas a proyectos o eventos culturales reúnen una parte del acervo de los antecedentes y estudios de caso sobre relaciones transnacionales, dado que proveen un escenario conceptual y de análisis previo para futuras investigaciones que quieren retomar este objeto de estudio. Para el marco teórico de este trabajo serán de gran utilidad algunas ideas sugestivas y consideraciones para retomar en la elaboración conceptual.

Con estas investigaciones presentadas, tenemos un marco de referencia alrededor de la influencia de relaciones transnacionales en proyectos culturales. También podemos referenciar los estudios que abordan las relaciones transnacionales y su vínculo en el desarrollo de las ciudades sujetas a tiempos de globalización. Por ejemplo, Carlos Sánchez (2015) ofrece algunas reflexiones en torno a la reciprocidad entre lo local y global, compartiendo algunos elementos de diagnóstico para establecer relaciones transnacionales. Sánchez (2015) realiza una aproximación a la comprensión y



orientación de los procesos espacio temporales de la globalización, haciendo especial énfasis en la forma como se relacionan los niveles local y global en las ciudades a partir del análisis del caso colombiano. Desde una perspectiva histórica y económica con metodología de revisión documental, el autor afirma la existencia de un nuevo panorama espacio temporal producido por las crecientes relaciones entre naciones, organizaciones e individuos, con la principal característica de no estar mediadas por la presencia de Estados nacionales y un auge cada vez mayor de redes transnacionales. Esto ha sido posible por la presencia de las Tecnologías de la información y comunicación y sus posibilidades de conectar territorios y acortar distancias.

En la comprensión de este vínculo entre lo local y global, Carlos Sánchez (2015) define el concepto de redes transnacionales para analizar cómo diferentes actores trascienden las barreras de la soberanía del Estado para ejecutar acciones de desarrollo. En vez de abordar el término de relaciones, el investigador prefiere abordar el de red porque:

El hecho de que el emisor y el receptor y, más aún, que múltiples emisores y receptores no se encuentren físicamente unos al lado de otros, obliga, necesariamente a pensar en términos de redes (...) cuando los canales trascienden las fronteras nacionales sin que exista algún tipo de intervención formal de los poderes públicos de los países involucrados, se está en presencia de redes transnacionales (p. 143).

De esta manera, las relaciones transnacionales conforman puntos de encuentro entre actores que funcionan como nodos, que con su proliferación constituyen redes y en ellos “circula infinidad de flujos de naturaleza diversa: culturales, sociales, políticos, económicos, que de una u otra manera influyen sobre quienes los reciben y, a su vez, pueden reaccionar de distintas maneras frente a ellos” (Sánchez, 2015, p. 140). Por lo tanto, es necesario entender qué posición deberían adoptar los actores sociales que participan de estas relaciones transnacionales, puesto que sus acciones deberán estar articuladas, dirigidas y ligadas a consensos con otros para realizar proyectos que



beneficien el desarrollo de los territorios a los que pertenecen. Sánchez (2015) menciona algunos elementos que los actores deben tener en cuenta para sostener relaciones transnacionales que los beneficie. De esta forma, su aporte más significativo consiste en sugerir algunos elementos de diagnóstico para caracterizar los procesos de los territorios locales, así como ciertos principios que los actores sociales deben tener en cuenta para mantener sus relaciones transnacionales o articulaciones hacia la globalidad.

Con la atención puesta en esta articulación entre lo local y global de las relaciones transnacionales, Oddone (2008) realiza una investigación que vincula estos dos niveles. Su estudio se concentra en las relaciones transnacionales y locales que constituyen el modelo de integración regional del MERCOSUR, con especial enfoque en la red de mercado ciudades y sus demandas en términos de institucionalización de las unidades subestatales y no centrales en un mundo glocal. La investigación se desarrolla desde un análisis político internacional de corte descriptivo y relacional.

En el desarrollo, el autor deja clara la posición de complementariedad y tensión que existe entre el nivel local y global en tiempos de globalización, adoptando la postura de Roland Robertson (2013) sobre el concepto de glocalización y refiriéndose a ella como “la globalización de lo propio”. De esta manera, el objetivo de Oddone (2008) consiste en estudiar el rol de las autoridades locales como actores que participan de los procesos de integración regional en el MERCOSUR y en la red de mercociudades. Estas autoridades se conectan en el contexto internacional globalizado con otras autoridades de otros centros urbanos, pero también se da cuenta de procesos de integración internas.

#### **2.4 Definiciones para el desarrollo del estudio**

Según el despliegue teórico y los antecedentes presentados anteriormente, podemos evidenciar los tres bloques conceptuales que se desarrollarán en este trabajo de investigación del Congreso Gastronómico de Popayán. A partir de todas las ideas previamente reseñadas, se han construido definiciones para la noción de ciudad creativa, relaciones transnacionales y locales, que resultan operativas a los fines de este estudio.



A continuación, se exponen los tres conceptos que se elaboraron con el andamiaje teórico y reflexiones antes vistas.

### ***Ciudad Creativa***

De los aportes más significativos sobre el estudio de la ciudad creativa, se consideraron los conceptos de Charles Landry (2008), Bellón (2009) y Cassián (2012) para plantear una definición. En este proyecto de investigación se entenderá por *ciudad creativa*: el espacio urbano en el que confluyen diversos grupos sociales con capacidades creativas ocultas que necesitan ser estimuladas y constitutivas bajo un modelo de desarrollo, en el que la participación, cooperación y democratización de proyectos a través de redes de contacto ayudan a estructurar la ciudad. Para ser más precisos y ahondar en la caracterización del mapa cultural de Popayán como ciudad creativa, se trabajará alrededor de los conceptos y sugerencias planteadas por Charles Landry (2008) y su enfoque sobre los factores que determinan la vocación de una ciudad creativa. A su vez, los aportes de Nisaia Cassián (2012) y Allen Scott (2007) se tendrán en cuenta para analizar los recursos que Popayán ha desarrollado para consolidarse como ciudad creativa.

En esta concepción de ciudad creativa, también es oportuno incluir la influencia que tiene la cultura en el desarrollo, pues la definición planteada sugiere que la integración de las personas y su cultura sea un referente de crecimiento de la ciudad. Por ello, para entender su importancia fue necesario conocer el vínculo que tiene la cultura y el desarrollo en la sociedad. Esto agrega algunas ideas para el análisis del concepto de ciudad creativa como un paradigma que se vincula al desarrollo e incentiva la creatividad de sus habitantes. Las contribuciones de Germán Rey (2009) y Héctor Olmos (2008) se retomarán para definir qué aspectos del Congreso Gastronómico han aportado en la articulación de la cultura con el desarrollo de la ciudad y sus habitantes.

### ***Relaciones transnacionales y locales***



De los antecedentes acerca de las relaciones transnacionales y locales, fue importante rescatar las consideraciones sobre cómo referenciar el concepto. Debido a que el Congreso Gastronómico supone la participación y diálogo interdependiente de varios actores locales y transnacionales para su gestión, se tomó la decisión de utilizar la noción de red de Sánchez (2015) para construir el concepto de red transnacional y local. Sin embargo, en este trabajo se hará uso de la palabra relación transnacional y local para referirse a la existencia de un diálogo bidireccional entre dos actores que participan de la gestión del congreso.

Teniendo en cuenta las sugerencias teóricas de Daniel Mato (2001), Kelsey Brain (2014), Carlos Sánchez (2015) y los propósitos de investigación para este trabajo, el presente estudio abordará el concepto de *redes transnacionales* definido como: el conjunto de relaciones e interacciones entre actores sociales que atraviesan las fronteras nacionales, en las que se desprenden conexiones y divergencias culturales, políticas y económicas alrededor de proyectos culturales. De esto se desprende que comprendamos las redes locales como un conjunto de interacciones entre actores sociales que se establecen dentro del territorio nacional, con conexiones y divergencias culturales, políticas y económicas alrededor de proyectos culturales.

### ***Trabajo en red***

Como parte del análisis del rol que cumplen las relaciones transnacionales y locales en el Congreso Gastronómico de Popayán, se incluirán las reflexiones sobre la capacidad del gestor cultural para trabajar en red y manejar estas relaciones. Los aportes de Raúl Castillo (2009) y José Ramón Ubieta (2007) contribuyen a enriquecer el análisis y permiten plantear el *trabajo en red* como: el trabajo colaborativo y beneficioso para dos o más profesionales que confían entre ellos para desarrollar un proyecto en común. Esta capacidad de trabajar en red y sostener las relaciones transnacionales será objeto de análisis desde las perspectivas de Rafael Echevarría



(2000) y Alfons Martinell (2001), quienes contribuyen a orientar sobre las competencias y capacidades del gestor cultural y su gestión de relaciones.

### **Capítulo 3: Antecedentes y Marco Histórico de Popayán Ciudad Creativa**

#### **3.1 Información sociodemográfica relevante de Popayán**

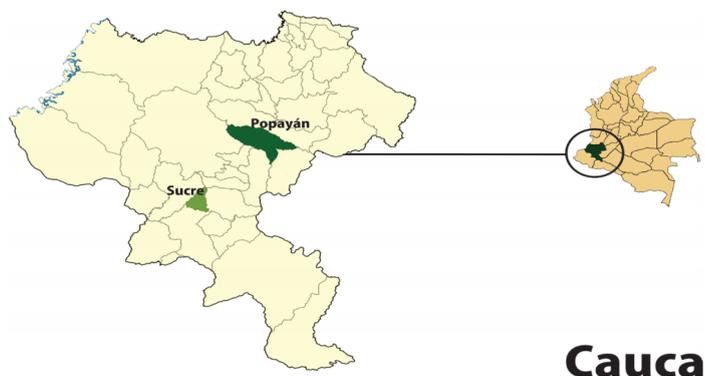
Como se ha hecho saber en estudios citados en este trabajo, es necesario conocer la composición social y cultural de una ciudad para entender mejor hacia quienes se dirigen los proyectos urbanísticos y de desarrollo, en lo posible caracterizaciones cuantitativas y cualitativas que sirvan de diagnóstico e identificación del tejido social.

A continuación se presentan algunos datos para reconocer algunos aspectos globales de Popayán, su ubicación, habitantes, condiciones laborales de su gente, el flujo migratorio y aspectos que identifican el ecosistema cultural de la ciudad. Para empezar, como se muestra en la figura 1, la ciudad de Popayán se encuentra al sur occidente de Colombia entre las cordilleras central y occidental y es la capital del departamento del Cauca. Fue fundada en 1537 por Sebastián de Belalcazar tras conquistar tierras que en su momento gobernaban el cacique Payán y Calambás.

Aproximadamente, Popayán cuenta con una población de 277270 habitantes, de los cuales 133282 son hombres y 143988 son mujeres. En la tabla 1 también se puede apreciar la cantidad que representa la ciudad en todo el departamento. De este número de personas que habitan la ciudad, la mayor cantidad de población se concentra en el rango etario de 15 a 64 años con un 68,3%, le sigue la población entre 0 y 14 años con 22,6% y por último la población mayor de 65 años ocupa el 9,1% del total de habitantes de la ciudad (DANE, 2019).



Figura 1. Ubicación de Popayán



Fuente: Corporación Humanas 2016, p.16

Tabla 1. Cantidad de habitantes en Popayán en el Censo Nacional del año 2018

Fuente	Entidad territorial	Total Personas	Hombres	Mujeres
CNPV 2018	Cauca	1.243.503	615.833	627.670
	Popayán	277.270	133.282	143.988

Fuente: DANE (2019, p.21)

Popayán y el Cauca comparten la riqueza del macizo colombiano con los departamentos del Huila, Tolima, Nariño y Putumayo. Aquí se encuentra un territorio biodiverso por la existencia de los ecosistemas naturales y áreas protegidas como el parque natural nevado del Huila, Puracé y de la Cueva de los Guacharacos. También es una zona multicultural por la existencia de un 8% de comunidades afro descendientes, 9% indígenas y 83% campesinos mestizos (BID, 2016).

El flujo y movimiento de personas que migran y emigran de Popayán es un dato relevante que indica las conexiones con otros municipios del departamento del Cauca. Al hablar de las relaciones locales en este trabajo, sería pertinente revisar estos datos que sugieren con qué lugares del Cauca tienen más cercanía los habitantes de Popayán. No es un dato determinante en sí pero tampoco es información que deba pasar desapercibida cuando se trata de conocer la procedencia de las personas. En la tabla 2 se



puede observar que en los últimos 5 años los habitantes de Popayán emigraron principalmente hacia Timbío, el Tambo y Santander de Quilichao. Por otra parte, en la tabla 3 se aprecia que la mayor cantidad de personas que llegan a la ciudad son de los municipios de El Tambo, Bolívar y Patía en el mismo periodo de tiempo.

Tabla 2. Cantidad de personas que emigraron de Popayán los últimos 5 años

Municipio	Emigrantes 5 años
TIMBIO	752
EL TAMBO	562
SANTANDER DE QUILICHAO	393
INZA	314
LA VEGA	307
CAJIBIO	290
SOTARA	283
TOTORO	282
PATIA	222
ARGELIA	215

Fuente: DANE (2019, p.26)



Tabla 3. Cantidad de personas que emigraron de  
Popayán los últimos 5 años

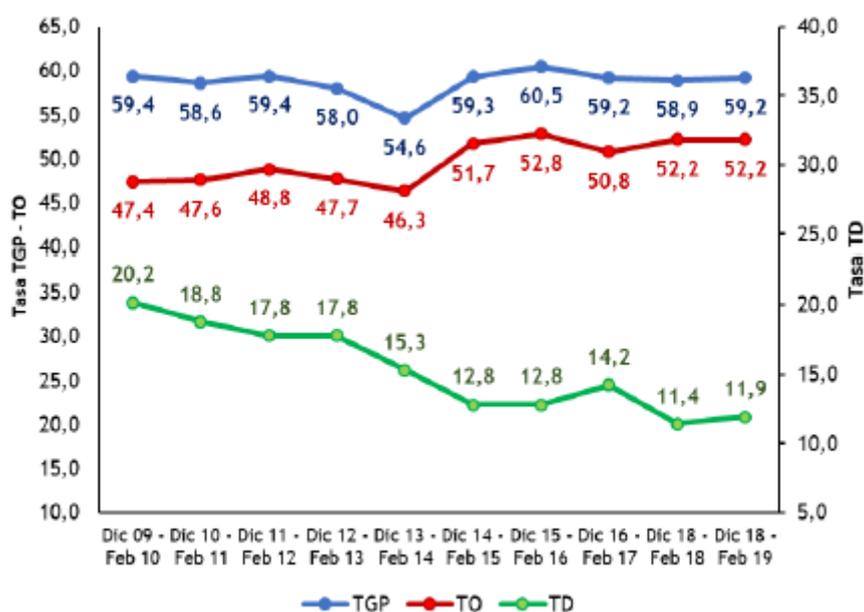
Municipio	Inmigrantes 5 años
EL TAMBO	1.313
BOLIVAR	1.003
PATIA	707
ARGELIA	706
TIMBIO	590
BALBOA	533
LA VEGA	470
CAJIBIO	385
SANTANDER DE QUILICHAO	334
PIENDAMO	316

Fuente: DANE (2019, p. 26)

Con respecto al mercado laboral, las cifras se observaron estables en el último año. De acuerdo con datos de la Cámara de Comercio del Cauca que se muestran en el gráfico 1, la tasa de desempleo tuvo un marcado descenso desde el 2009. Para el año 2019 la tasa de ocupación que refiere a la relación porcentual entre la población ocupada y la cantidad de personas en edad de trabajar se mantuvo en 52,2% entre el 2018 y 2019.



Gráfico 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo.  
Popayán Diciembre-Febrero (2009-2019)



Fuente: Cámara de Comercio del Cauca (2019, p. 1)

De los habitantes de Popayán que se encuentran ocupados es interesante conocer la condición en que realizan sus trabajos. Esto puede dar indicios de la estructura del mercado laboral y su formalización en la ciudad. Según la Cámara de Comercio del Cauca (2019), el 50,9% de la población ocupada trabaja por cuenta propia, el 33,2% trabaja como empleado particular y el 16% ocupa otras posiciones.

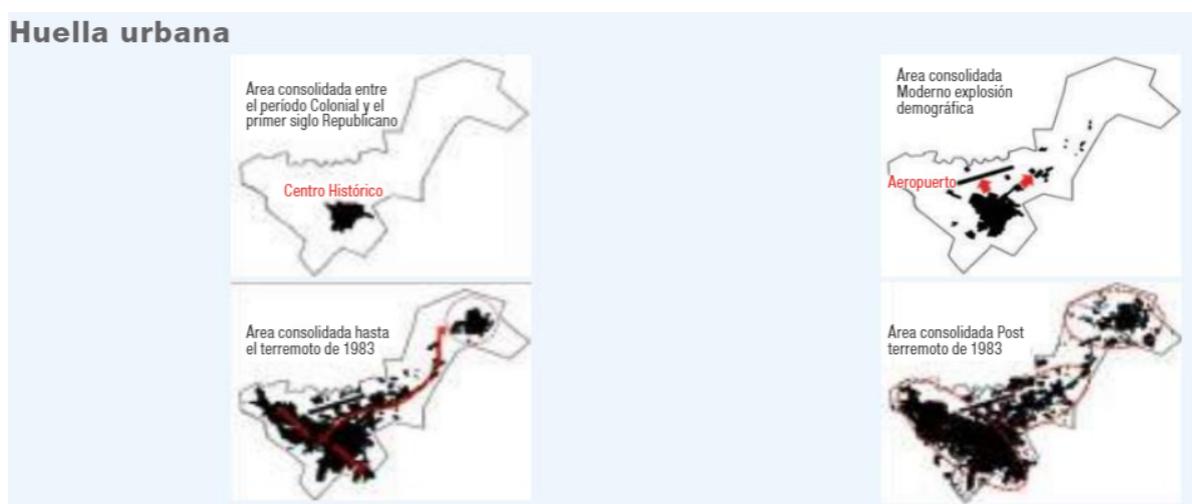
De los acontecimientos relevantes que cambiaron la estructura sociodemográfica y que es pertinente mencionar, se puede destacar el desastre que ocasionó el terremoto de 1983 en medio de las celebraciones de Semana Santa de Popayán. Este suceso ha llevado a que algunos investigadores resalten en sus estudios un antes y un después del terremoto, en los que evidencian importantes cambios alrededor del desarrollo y la



cultura de la ciudad (Torres, 1999; Tocancipá, 2006, 2014; Urreste, 2008; Londoño, 2011). Las consecuencias de este desastre natural dejaron pérdidas humanas, destrucción de importantes edificaciones, desplazamientos y una modificación en las lógicas de planeación que se configuraban en el centro histórico de la ciudad.

El estudio etnográfico de Hernán Torres (1999) explica los cambios, el crecimiento y desarrollo de la ciudad desde una perspectiva micro social que refleja una dinámica diferente a la que se veía en 1983. De forma esquemática estos cambios pueden apreciarse en la figura 2 de la huella urbana de Popayán. Antes había una concentración de la población y una convivencia entre ricos y pobres en el centro de la ciudad, que manifestaba un aire de igualdad, puesto que los ricos vivían en el segundo piso y los pobres en el primero. Después del terremoto, hubo una expansión y un desarrollo no controlado de la ciudad, debido a que la planificación, el control del uso del suelo y el seguimiento de los damnificados en la década del 80 fueron muy precarios. Esto causó que muchas familias recibieran subsidios nacionales e internacionales para los afectados del terremoto sin haberlos necesitado (Londoño, 2011).

Figura 3. Huella urbana antes y después del terremoto de 1983



Fuente: BID (2016, p. 76)



### **3.2 Aspectos históricos y culturales relevantes de Popayán**

Después de la fundación de la ciudad, Popayán se estableció como un importante escenario político y administrativo en la época de la colonia y la constitución de la república. El legado histórico que construyeron sus habitantes en siglos pasados tuvo influencia en la conservación de ciertas tradiciones y la reproducción cultural de algunas prácticas. De ahí que Buendía (2016) clasificara a Popayán como una ciudad hidalga y patricia que se consolidó como centro urbano estratégico de importantes puertos de América. Según el autor, Popayán siempre se le ha distinguido por “su pasado remoto y sus raíces primigenias para erigirse como ‘especial’” (p. 361), en el que se destaca a los próceres y héroes que nacieron en estas tierras para gestar la República de Colombia.

Esta conservación de la cultura y de algunas prácticas aún se mantiene. En la actualidad encontramos espacios y manifestaciones culturales que evocan su pasado a través de los museos dedicados a la historia de personalidades de la patria, como el Panteón de los Próceres, la casa museo Caldas, Mosquera, Guillermo Valencia, Guillermo León Valencia, José Arboleda y el paraninfo de la Universidad del Cauca. Además, como manifestación cultural de larga y continua tradición se encuentra la celebración de la Semana Santa; un evento colmado de identidad para muchos de los habitantes de la ciudad por su significado y conservación de actividades. La festividad consiste en una manifestación religiosa y cultural que se extiende por los siete días de la semana. Durante estos días se desarrollan las procesiones de las esculturas religiosas del catolicismo, la presentación del festival de música religiosa, exposiciones artesanales y gastronómicas, nuevas actividades en los museos y otras expresiones creativas que exhibe Popayán al mundo. La importancia de este evento en la ciudad fue motivo de distinción, dado que en el año 2009 la UNESCO declaró como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad a las procesiones de Semana Santa de Popayán.



Más allá de que la ciudad sea referenciada por sus acontecimientos históricos de lúcidas personalidades y de la conservación de algunas prácticas culturales, hoy, la ciudad cuenta con otros espacios culturales y creativos que siguen creciendo y fortaleciéndose para el desarrollo de Popayán, entre los que se pueden destacar el Festival de Cine Corto, el Festival de Jazz y Músicas Caucanas, el Festival de Cocina Tradicional Mesa Larga y el Congreso Gastronómico de Popayán. Estas manifestaciones hacen también parte del acervo cultural de integración de sectores sociales que promueven la creatividad y el desarrollo económico de la ciudad. Para mantener estas expresiones payanasas (gentilicio de habitantes de Popayán) ha sido necesaria la aplicación de planes y políticas culturales que direccionen una ruta de proyección sostenible de los eventos en la agenda cultural de la ciudad.

### **3.3 Planes y proyecciones de la cultura en Popayán**

Entre los principales documentos que guían el rumbo de la ciudad de Popayán se encuentra el Plan de desarrollo municipal de las administraciones locales de turno. Los dos últimos planes de desarrollo han sido *Vive el Cambio* (2014-2019) y *Creo en Popayán* (2020-2023). En cada uno de ellos se puede observar todo el programa de gestión que la administración pública realiza en cuatro años, incluyendo los programas que se adoptan para el desarrollo del sector cultural. Por este motivo, estos documentos son importantes para entender las acciones y el presupuesto que los gobiernos asumen con el fin de apoyar las manifestaciones culturales de la ciudad.

Igualmente, en Popayán se han creado otros planes que hacen un diagnóstico con proyecciones de alternativas de gestión de la ciudad. Estos incluyen el acompañamiento de otros agentes sociales como la academia, el sector privado u organismos nacionales y de cooperación internacional. Entre los planes que comparten esta característica se encuentra el *Plan decenal de la cultura 2015-2025* y el *Plan Popayán Ciudad Sostenible y Competitiva 2037*; dos programas que proyectan el desarrollo de Popayán con diagnósticos y propósitos de mejorar sus condiciones actuales.



### **3.3.1 Plan de Desarrollo *Vive el Cambio***

El último plan de desarrollo con resultados visibles por su culminación fue el Plan de desarrollo *Vive el Cambio*. La administración local apostó por tres líneas estratégicas que se implementaron en los cuatro años para la gestión del gobierno. La línea estratégica “Cambio social para la paz” comprendió el componente de Cultura, deporte y recreación para desarrollar políticas encaminadas en encauzar el posconflicto de Colombia. En su momento, el principal objetivo de este componente fue

Contribuir al fortalecimiento de las expresiones y manifestaciones de la diversidad cultural mediante la revitalización del patrimonio cultural, la formación de públicos, la producción cultural y el estímulo a la formación artística y creativa desde la primera infancia, con respeto por la diversidad y los rasgos de la identidad cultural local y regional (Alcaldía de Popayán, 2016, p.92).

El objetivo de este componente es un punto de partida pertinente para fundamentar los programas que tienen indicadores de resultado en este plan de desarrollo. De los programas que incluyeron el apoyo al Congreso Gastronómico de Popayán se puede mencionar el programa *Cultura, identidad y patrimonio* a través de la “Agenda cultural realizada”, cuya meta final sería gestionar 20 eventos al final del cuatrienio. El presupuesto para este programa fue de 6.357.468 pesos colombianos, sin embargo, en el documento no se detallan o explican más aspectos que den cuenta de cómo se realizarían los programas. Además, cabe resaltar que en todo el documento solo se menciona el Congreso Gastronómico dentro del diagnóstico de la ciudad. Igualmente, la referencia a Popayán como ciudad creativa de UNESCO no fue una prioridad explícita con la que se elaboraran algunos de los programas del plan de desarrollo.

Después de terminar el gobierno 2016- 2019, es importante revisar los documentos de rendición de cuentas expuestos en la página web de la alcaldía municipal de Popayán. En ellos podemos observar el nivel con el que se involucró el sector público con el Congreso Gastronómico y su compromiso por fortalecer Popayán como ciudad



creativa de UNESCO. De los aportes y resultados más apreciables de los documentos de rendición de cuentas se destaca que para el año 2016:

La secretaría del deporte y la cultura reactivó la mesa de cocinas tradicionales y contribuyó al fortalecimiento de los eventos de ciudad en el marco del Congreso Nacional gastronómico y la agenda de apoyo en labores de acompañamiento al rescate de recetas tradicionales, revitalización y emprendimiento con portadores del saber culinario (Alcaldía de Popayán, 2016, p.55).

Para lograr una agenda y acompañamiento en el sector gastronómico, la Alcaldía de Popayán (2016) afirmó que logró vincular 180 portadores de tradición culinaria en procesos de formación que se encontraban en la periferia de la ciudad y plazas de mercado. De igual forma informó sobre la creación de una mesa activa en la que participaron 14 actores institucionales del sector. Esta información no se detalla completamente de acuerdo a lo que se presenta en los documentos de rendición de cuentas, pero son un insumo importante a tener en cuenta para revisar y desarrollar más adelante dentro del proceso que lleva Popayán como ciudad creativa.

### ***3.3.2 Plan de Desarrollo Creo en Popayán***

El más reciente plan de desarrollo es *Creo en Popayán*. Las condiciones actuales que sufre el mundo a causa de la pandemia del COVID 19 hicieron que el plan tuviera algunos ajustes. Por esto se presentó con algunos recortes a ciertos rubros que no se consideraron esenciales para estos tiempos de pandemia. A pesar de esto, el plan de desarrollo plantea líneas estratégicas y programas que puedan adaptarse a la dinámica del contexto actual.

Una de las premisas que concibe el plan de desarrollo en la gestión de los próximos 4 años considera que este “aprovecha la gran riqueza cultural, histórica, gastronómica y creativa para crear Áreas de Desarrollo Naranja” (Alcaldía de Popayán, 2020, p. 4). Una idea de proyección que comparte con la política del gobierno nacional acerca de la



“economía naranja”<sup>1</sup>. El lugar que ocupa la cultura se vincula con esta perspectiva a través de su línea estratégica *Desarrollo Humano para la Equidad, Productividad y Competitividad*. Específicamente, los programas que respaldan el desarrollo del Congreso Gastronómico y el fortalecimiento de Popayán como ciudad creativa de UNESCO son el programa *Popayán Cultural y Artística* y el programa *Vive Popayán*. En el primero se establece el objetivo de crear el área de desarrollo naranja, mientras que el segundo manifiesta la intención de realizar intercambios culturales con enfoque diferencial con otras ciudades y la implementación de la política pública de cocinas tradicionales. El presupuesto que se invertirá en los dos programas es de 1445 y 5374 millones de pesos respectivamente.

Otro de los programas que complementan los anteriores es *Popayán Potencia Turística*. Uno de sus objetivos consiste en diseñar estrategias de comunicación que visibilicen y posicionen el turismo de Popayán con el fin de que sea conocido por sus eventos culturales, entre ellos el Congreso Gastronómico (Alcaldía de Popayán, 2020). No obstante, los indicadores de resultado del programa no demuestran la correspondencia con su objetivo, puesto que solo mencionan como indicadores el número de visitantes y número de instituciones hoteleras vinculadas para fortalecer el sector turístico.

De los anteriores programas es importante mencionar una de las estrategias o actividades específicas que deberá realizar esta administración local en su gobierno. En un trabajo conjunto con la academia, organizaciones sociales y del sector privado, la Alcaldía de Popayán debe formular e implementar una parte del Plan Decenal de la Cultura. En este documento se establece una intención participativa y democrática de propuestas, un diagnóstico, y una acción programática esencial que puede determinar los proyectos y un posible desarrollo del sector cultural de la ciudad. De ahí que a continuación se aborde el análisis del Plan Decenal de Cultura (2016-2025) con los

---

<sup>1</sup> El concepto de economía naranja es trabajado por Buitrago y Duque (2013) para hacer referencia a un conjunto de actividades que producen bienes y servicios culturales a partir del valor de la propiedad intelectual de ideas creativas.



aspectos más relevantes que pudieron fortalecer a Popayán como ciudad creativa de la gastronomía de UNESCO.

### ***3.3.3 Plan Decenal de Cultura (2016-2025)***

El Plan Decenal de Cultura permite, a los actores que se dedican a la cultura, proyectar el rumbo del desarrollo cultural de Popayán y captar las oportunidades para fortalecerla como ciudad creativa de UNESCO. La oportunidad misma pasa por la participación de los actores sociales y democratización para generar propuestas y diagnósticos que incluye el desarrollo de este plan.

Alrededor del diagnóstico y la identificación de problemáticas, sería oportuno mencionar de manera resumida las falencias que ha tenido Popayán en el sector cultural. De acuerdo con el último Plan Decenal de Cultura se destacan tres problemáticas: una baja capacidad de gestión institucional de la Secretaría del Deporte y Cultura, desconocimiento de los gestores culturales sobre normas, políticas y mecanismos de gestión para articularse con otras áreas de la administración del territorio, y una sociedad civil desarticulada con deficiencias en la veeduría del sector cultural (Alcaldía de Popayán, 2015).

Las conclusiones a las que llega este plan en torno a las problemáticas serían preocupantes si se piensan en términos de la construcción de Popayán como ciudad creativa. La desarticulación y desconocimiento de los gestores culturales sobre las políticas y mecanismos que dirigen el desarrollo de la ciudad es un tema que inquieta, puesto que la ciudad creativa se caracteriza como espacio urbano que estimula la creatividad de sus habitantes con programas de desarrollo que los articulen a los proyectos de la ciudad. Igualmente, la sociedad civil de Popayán estaría desconectada de este desarrollo de ciudad creativa cuando hay problemas en la veeduría del sector cultural.

Al analizar estas problemáticas en términos de Landry (2008), estas condiciones señalarían dicha desarticulación de la Secretaría de Cultura y Deporte, gestores



culturales y sociedad civil como una falencia dentro de los factores que se consideran importantes en el desarrollo de una ciudad creativa. Las conexiones entre actores y la dinámica de redes, representan un potencial a nivel local cuando se crea redes de contacto impulsadas por el trabajo conjunto de proyectos e iniciativas. Además, si se piensa Popayán como ciudad creativa de la red UNESCO, es necesario prestar atención al sector gastronómico que vincula a Popayán en la red de este organismo.

Anteriormente se había mencionado que uno de los objetivos de esta red de ciudades busca mejorar el acceso y participación de la sociedad civil en la vida cultural, por ello es importante que los planes decenales de cultura establezcan estrategias de integración y acceso de la población a la cultura.

La realización del diagnóstico e identificación de problemáticas permite conocer de las condiciones en las que el desarrollo de la cultura se manifiesta. Por lo tanto, las propuestas e ideas para mejorar este panorama se presentan como posibles alternativas que direccionen el futuro de la ciudad. De las líneas estratégicas del plan se destaca que tuvieron la intención de realizar programas para asegurar la identificación de bienes materiales y las manifestaciones inmateriales, de tal forma que se crearan inventarios para su protección y luego actividades de promoción y divulgación. Específicamente los programas con estos propósitos son el programa *Popayán territorio de patrimonio local- nacional* y el programa de *Fortalecimiento de la memoria y la identidad local*, cuyas actividades vinculan al patrimonio del sector gastronómico como una parte esencial a tener en cuenta en el desarrollo del plan de cultura.

### **3.4 Popayán Ciudad Creativa de la gastronomía en el marco de la red de ciudades creativas de UNESCO**

La ciudad de Popayán fue designada como ciudad creativa de la gastronomía de la red de UNESCO en el año 2005. En sus inicios, esta red se desarrolló con la participación de cuatro ciudades: Popayán- (Colombia) como ciudad creativa de la gastronomía, Santa Fe- (Estados Unidos) como ciudad creativa de la artesanía,



Edimburgo- (Escocia) como ciudad creativa de la literatura y Asuán- (Egipto) en la categoría de artesanía.

La propuesta de crear la categoría de ciudad creativa en gastronomía fue apoyada por grupos del sector privado y la sociedad civil que se establecían en Popayán. Sus conexiones con integrantes de la red de UNESCO posibilitaron estrechar relaciones y vínculos para formalizar una oportunidad de adherir la ciudad a una nueva categoría de la red. Principalmente, la Corporación Gastronómica de Popayán, como entidad sin ánimo de lucro, tuvo gran influencia en las acciones que determinaron esta oportunidad. La asociación de esta entidad con la Alcaldía de Popayán logró institucionalizar y encontrar apoyo público para esta propuesta, de tal manera que conjuntamente se desarrollaran estrategias para crear una cultura alrededor de la gastronomía.

De acuerdo al informe de evaluación periódica *Popayán ciudad creativa de la gastronomía del año 2012- 2015*, la ciudad ejecutó algunas estrategias para fortalecer la cultura gastronómica y establecer un marco normativo que fomentara la creatividad. De las estrategias adoptadas se resaltan:

La política pública de protección de las cocinas tradicionales, la difusión de normas nutricionales para los alimentos, la capacitación de los jóvenes en técnicas de cocina, la inclusión de la oferta gastronómica local en los planes turísticos y, tras su designación como Ciudad Creativa, la ejecución de acciones identificadas con la Declaración de la Misión de la Red (UNESCO, 2012, p. 2).

La introducción de estas políticas y actividades ha acompañado transversalmente el fortalecimiento de la ciudad creativa y el apoyo del Congreso Gastronómico. Su ejecución delimita las oportunidades y un direccionamiento del sector gastronómico como parte de los antecedentes del desarrollo de la ciudad, sin embargo, sería apresurado afirmar que todas las problemáticas y debilidades del sector gastronómico estén resueltas con estas políticas. Los planes son documentos que determinan el proceso que se debe seguir, pero la constante evaluación de los resultados revela la



eficiencia de los mismos. Aun así, vale la pena destacar los avances y puntos en común que estas acciones han logrado para observar el potencial gastronómico y cultural de Popayán ciudad creativa.

La implementación de líneas de trabajo para proteger y procurar el acceso de la alimentación tradicional de Popayán y el Cauca se puso de manifiesto en la *Política cultural para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y cocinas tradicionales de Popayán* y en el *Plan de seguridad alimentaria y nutricional 2009-2018*. La apuesta a estos propósitos plantea aspectos que promueven la capacidad asociativa y de trabajo en red entre distintos grupos sociales. En términos generales, la política y el plan distinguen una oportunidad para fortalecer la organización, la gestión cultural y el reconocimiento de los eslabones de la cadena de producción gastronómica, en los que se incluyen los productores del campo, distribuidores (hoteles, restaurantes), comercializadores de las plazas de mercados, entre otros (Alcaldía de Popayán, 2014).

De manera particular, estas políticas exaltan el valor que tiene la academia y su rol para visibilizar y distinguir los procesos que vinculan al sector gastronómico en toda su naturaleza. En este sentido, se ha creado un importante repertorio documental investigativo que demuestra el interés por la conservación y difusión de la gastronomía local, en el que se exaltan los atributos más característicos de la cultura payanesa que distinguen a Popayán en su proyecto como ciudad creativa. Uno de los académicos partícipes de este repertorio es el antropólogo y miembro de la junta directiva de la Corporación Gastronómica, Carlos Humberto Illera. Su conocimiento de la gastronomía local, experiencia y acompañamiento al proceso que vincula a Popayán en la red de ciudades creativas de UNESCO, ha llevado a Illera (2020) a considerar que Popayán tiene una forma diferente de ver la gastronomía y mostrársela al mundo desde que se unió a la red de ciudades creativas en 2005.

Como promotor de esta iniciativa, el autor afirma que Popayán merecía ser parte de la red de Ciudades creativas porque:



Teníamos para mostrarle al mundo otro tipo de experiencias que no necesariamente se reflejaban teniendo chefs con estrellas Michelin o restaurantes de muchos tenedores. Teníamos para mostrarle al mundo algo mucho más valioso, si se quiere, era una tradición milenaria que respaldaba nuestras cocinas. Digo milenaria porque Popayán podía mostrarle al mundo unas cocinas respaldadas por un ancestro indígena milenario que estaba presente en nuestras cocinas mediante preparaciones, técnicas y productos. Y también podíamos mostrarle el producto de cerca de 500 años de mestizaje culinario donde la población afro jugaba un papel importante (Illera, 2020, min 19:36).

Indicar y exhibir las capacidades y atributos culturales de Popayán ante la UNESCO fue así el primer paso para reconocer las potencialidades de la ciudad y esbozar un proyecto de ciudad creativa dentro de la red. Es por ello que, antes y después de ser nombrada ciudad creativa de la gastronomía, la academia y los conocimientos alrededor de la gastronomía han sido fundamentales al momento de impulsar la conservación y visibilización de la cultura de Popayán. La infraestructura educativa trasciende al ser parte de las potencialidades que siguen respaldando las facultades de Popayán como ciudad creativa. Según Illera (2020), para el año 2005:

Estábamos mostrando al mundo una tradición culinaria que se estaba incentivando, reproduciendo y recreando todos los días en nuestras diferentes escuelas de cocina. Entonces teníamos una escuela de cocina en el SENA, una escuela de cocina en La Escuela Taller, una escuela de cocina en Unicomfauca, que estaban preocupadas cotidianamente por la conservación, recuperación y la difusión de nuestro patrimonio culinario; algo que no era muy frecuente para ese entonces en escuelas de cocina del resto del país. Popayán estaba preocupado por esa conservación, difusión e investigación sobre cocinas (...) teníamos el primer grupo de investigación en una universidad inscrito ante el instituto rector de investigación científica en Colombia. El primer grupo que una universidad inscribía. Teníamos la primera universidad en Colombia que ya tenía oficializada la cátedra de antropología de la alimentación (Illera, 2020, mín. 20).



De esta manera, sería preciso mencionar algunas de las investigaciones, libros y publicaciones que constituyen un acervo de las cualidades culturales de Popayán ciudad creativa. Pues, a partir de estas, se evidencia la riqueza cultural que la ciudad puede brindar a nivel local y global, de tal manera que pueda ser aprovechado, conservado y reproducido como parte del desarrollo de una ciudad creativa de la red de UNESCO.

### **3.5 La documentación del potencial creativo de la cocina local**

La construcción de saberes y su documentación ha permitido ampliar el reconocimiento y puesta en valor de los procesos creativos que se desarrollan en el sector gastronómico. Detrás de este repertorio académico encontramos los esfuerzos, la voluntad y los consensos que llevan adelante la idea de desarrollo de ciudad creativa. Los investigadores son quienes documentan todos los procesos que incluyen al sector gastronómico, pero hay otra cantidad de actores del sector público, privado y las organizaciones de la sociedad civil que hacen posible el apoyo, la conservación y reproducción de la actividad gastronómica.

Algunas de las investigaciones que evidencian la participación de varios sectores en la reproducción de la cultura gastronómica son: “Las memorias de seguridad alimentaria” (2007) y *Cocinas Parentales* (2019) de Carlos Illera, “Las cocinas de la Meseta de Popayán” (2017) de Aida Gálvez Abadía y *Platos de las Abuelas: cocina tradicional de Popayán* (2018) de Juan Jacobo Muñoz. Gran parte del contenido de estos documentos hace referencia a la intervención e interacción de varios grupos sociales que asumen roles en la conservación de tradiciones gastronómicas locales. De acuerdo a la perspectiva de Charles Landry (2008), dicha integración de grupos sociales fortalece las bases en las que se construye una ciudad creativa; aquellas en las que se propone cimentar “los vínculos de amistad de la comunidad con la participación de una amplia gama de las partes interesadas” (p. 127). Estas publicaciones locales han documentado cómo se vinculan los grupos sociales a través de talleres y actividades



promovidas por entidades interesadas en la conservación, innovación y difusión de la gastronomía.

La participación de entidades públicas y privadas con apoyos a la gestión de talleres de alimentación y actividades de investigación son escenarios de construcción de vínculos sociales entre las comunidades. A partir de estos trabajos, hay un intercambio de conocimientos entre actores que promueven un desarrollo cultural alimentado por las tradiciones culinarias y oportunidades de innovación, en las que se pretende capitalizar la creatividad en proyectos que nacen de la voluntad de la comunidad. La importancia de estos escenarios de integración y difusión de conocimiento entre actores interesados en la gastronomía coincide con los razonamientos de Charles Landry (2008), puesto que el autor considera que la transferencia de saberes teóricos hacia aplicaciones prácticas como el desarrollo de talleres, es una clave en la creación de ciudades creativas.

La presencia de actores como administraciones municipales, la academia u organizaciones no gubernamentales es valiosa en estos espacios de trabajo, porque ellos se encargan de dirigir proyectos y acompañar las fortalezas de las comunidades. A manera de ejemplo, “Las memorias de seguridad alimentaria”<sup>2</sup> de Carlos Illera (2007) evidencia la participación de colegios del Cauca, la Fundación Colombia para la Educación y Productividad y el Centro Regional de Productividad e Innovación del Cauca.

Este tipo de escenarios educativos conectados especialmente a universidades “son componentes fundamentales para retener y atraer personal cualificado al que se le brinden oportunidades que vayan más allá de su desarrollo personal” (Landry, 2008,

---

<sup>2</sup> El proyecto tenía el propósito de estimular el consumo de alimentos locales y brindar técnicas de seguridad alimentaria que impulsaran la creatividad en los participantes. A través de talleres en los colegios del Cauca, la investigación logra documentar los procesos de elaboración de alimentos, las fortalezas, deficiencias de las comunidades y los espacios que habitan. La investigación de Seguridad alimentaria expresa un diagnóstico y un acercamiento a las condiciones en las que grupos comunitarios elaboran preparaciones culinarias. De dichas preparaciones se exaltan platos que sobresalen por su singular cocción y naturaleza típica de la región, como la pringapata de cui, el ají de maní, el quinuotto o los crocantes de arracacha.



p.122). En este caso, la presencia de la academia es trascendental al momento de empoderar y potenciar las prácticas culinarias que conservan las comunidades. De esta forma se busca integrar un trabajo en red que afiance las iniciativas y los proyectos de los actores participantes.

Además, el plano creativo en estos espacios educativos tiene relevancia para el desarrollo de los proyectos de cada actor participante, puesto que las ideas y las acciones que permiten crear nuevos bienes y servicios dentro del sector gastronómico nacen de la capacidad de las personas para abrir oportunidades y disminuir necesidades. Sin embargo, autores como Landry (2008) o Cassián (2012) consideran más esencial los liderazgos que apoyen las iniciativas y el trabajo de cada una de las personas, en otras palabras, no importa qué o cual es la fuente de la creatividad, sino las personas que estimulan a los demás a guiar su camino y ofrecer posibilidades.

Para ejemplificar las posturas de Landry (2008) y Cassián (2012), se puede mencionar el trabajo "Las Cocinas de la Meseta de Popayán"<sup>3</sup> realizado por la antropóloga Aida Gálvez Abadía (2017) en el marco de la *Política pública para promover el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Popayán*.

Los resultados de la investigación de la antropóloga demuestran el estímulo hacia el trabajo participativo y pedagógico de portadores de tradición culinaria, en el que se motiva la integración de comunidades barriales para generar espacios de reflexión y apoyo en torno a talleres gastronómicos. Estas actividades constituyen procesos fructíferos por los liderazgos que ejercen sus promotores y portadores de tradición culinaria para guiar los talleres.

---

<sup>3</sup> Las cocinas de la Meseta de Popayán fue apoyado y financiado por la alcaldía de Popayán, la fundación Memoria y Encanto y Comfacauca. En este proyecto, se documentan las actividades alrededor del reconocimiento y la dignificación del oficio culinario de payaneses insertados en el sector gastronómico. En especial, de quienes tienen una experiencia alrededor de las plazas de mercado populares de la ciudad.



Lo anterior explica una forma de ver el liderazgo como capacidad de creación de escenarios de articulación y motivación social. Por ello, sostener el rol de líderes en el sector gastronómico es de gran impacto para mover y transmitir a la gente los conocimientos y proyectos que surgen en el mismo. En el caso de “Las cocinas de la meseta”, los liderazgos comunitarios de portadores de tradición proveen espacios de reflexión y oportunidades creativas a partir de conocimientos en preparación de alimentos. Estos escenarios confirman que:

Las acciones creativas pueden expresarse en numerosas formas y emerger de cualquier fuente, pero su impacto depende de la imaginación de liderazgos públicos, privados y comunitarios. Es por esto que las personas creativas dentro de la ciudad también necesitan reconocer la existencia de los demás para trabajar en una agenda común, desarrollar sinergias y proveer apoyo mutuo (Landry, 2008, p.108).

Estas investigaciones que documentan la capacidad creativa de Popayán y el Cauca en su cocina local, nos demuestran las posibilidades de sostener proyectos que vinculen la comunidad al sector gastronómico a través de la creación de espacios educativos prácticos, participativos, de apoyo mutuo, con inclusión de varios sectores de la sociedad, y aplicación de acciones de liderazgo. Algunos de estos aspectos llevan a pensar en la afinidad con las competencias del gestor cultural, quien más allá de planificar, organizar, administrar y evaluar la producción de proyectos culturales, es también la persona con sensibilidades y aptitudes que lo llevan a dominar mejor su profesión, como es el caso del liderazgo.

Para este tipo de proyectos educativos y participativos alrededor de la gastronomía, es oportuno mencionar las sensibilidades o competencias que ayudan a dirigir los proyectos como gestor cultural. El director de cátedra de UNESCO, Alfons Martinell (2001), hace referencia a un tipo de competencias básicas para tener en cuenta, de ellas se destacan las competencias de situar variables locales y globales que influyen la gestión de proyectos y la competencia de transferir información y conocimiento. En los



casos en que otros investigadores han documentado el potencial creativo basado en talleres culinarios y prácticas de seguridad alimentaria, se hacen necesarias este tipo de sensibilidades para los gestores que dirigen las actividades y cuentan con apoyo institucional, puesto que los territorios tienen variables o aspectos culturales de sus habitantes que influyen las formas de comunicarse y transmitir conocimientos.

La competencia en transferencia de información es de gran utilidad cuando se sabe manejar, pues “reclama procesos de tratamiento de información compartida, de trabajo en grupo, acciones de fomento y ayuda a procesos culturales. A este fin es necesario disponer de capacidades de transferencia, ayuda, educación, formación” (Martinell, 2001, p.15). Con base en ello, el gestor dispone de un liderazgo que ayuda a motivar y construir proyectos con grupos de personas, posiblemente similares al caso del Congreso Gastronómico de Popayán, donde el potencial creativo ha sido documentado en memorias del congreso, con actividades gastronómicas, articulación y creación de grupos de trabajo, formación académica y práctica con la integración de la sociedad payanesa y actores transnacionales que apoyan su realización. Estos son algunos de los aspectos que se exponen en el siguiente capítulo como parte de la gestión y puesta en marcha del Congreso Gastronómico.

#### **Capítulo 4: El Congreso Gastronómico de Popayán y sus relaciones transnacionales y locales como estrategia de gestión del evento**

##### **4.1 La trayectoria y el escenario del Congreso Gastronómico de Popayán**

Para entender cómo el Congreso Gastronómico se ha construido bajo una estructura estable y con solidez en el manejo de sus relaciones como parte de la gestión cultural, es necesario remitirse a sus inicios, sus gestores y la histórica programación de sus actividades. En este caso, es posible referenciar los documentos de evaluación presentados a la UNESCO, memorias del congreso, foros virtuales de ciudades creativas y la entrevista realizada a Joanna Serna, directora de la Corporación Gastronómica de



Popayán, para conocer los procesos que se han desarrollado en el Congreso Gastronómico.

Como evento de la ciudad de Popayán, el Congreso Gastronómico nace de la iniciativa de la Corporación Gastronómica en el año 2003, organización que fue creada en el mismo año y con apoyo del Ministerio de Cultura. El equipo de trabajo que conforma esta organización está integrado por 10 miembros de la Junta de la Corporación Gastronómica, 4 secretarios y 20 colaboradores voluntarios (UNESCO, 2012). Guillermo Ayerbe (2020) (presidente de esta organización) afirma que, cuando se creó esta corporación, sus principales propósitos eran generar un espacio para debatir los alcances de la gastronomía local, darla a conocer a nivel nacional y crear el primer festival gastronómico. Para lograr estos objetivos, el apoyo conjunto entre la corporación y el ministerio de Cultura fue crucial al momento de construir la estructura programática que produciría el congreso.

Desde sus inicios, el evento de la ciudad se concebía como una oportunidad para potenciar a Popayán como ciudad gastronómica de la UNESCO. A su vez, Joanna Serna (Comunicación personal, 2 de febrero de 2021), como gestora del congreso, considera que la solvencia económica siempre fue un tema que obstaculizaba su desarrollo, pero los apoyos de la *Política pública para promover el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Popayán* y el Ministerio de cultura cubrían parte de las necesidades.

Cuando empezó a realizarse el primer proyecto de la Corporación Gastronómica con el nombre de “Festival gastronómico”, este tuvo mucho impacto porque “fue tal la importancia del contenido académico que dio paso a convertirse en el primer Congreso Gastronómico de Popayán” (Ayerbe, 2020, min 15). Este segmento académico dentro del congreso se ha venido realizando desde el año 2004 y hasta el 2021 como parte de las actividades que invitan a la reflexión y al reconocimiento de la gastronomía. Sin embargo, no es el único eje que atraviesa las actividades del congreso, dado que el



evento convoca a otro tipo de espacios culturales educativos o de entretenimiento abiertos al público.

El escenario gastronómico del evento se desarrolla principalmente en el centro histórico, pero se despliega con otras actividades en la ciudad durante 3 días. En este tiempo, el congreso implementa un modelo definido que estructura la dinámica de las actividades para la participación del público local y transnacional. Particularmente, el modelo esquemático fijo de cada edición anual del congreso contempla la invitación de: una ciudad o país internacional, una ciudad o región de Colombia, una ciudad observadora y/o candidata a pertenecer a la red de ciudades creativas de UNESCO, un eje temático del cual se hablará de acuerdo a la naturaleza del país o ciudad invitada y un producto invitado que tendrá protagonismo en conversatorios y preparaciones gastronómicas.

Transversal a este modelo, el Congreso Gastronómico realiza las actividades programáticas que incorporan a los actores y las temáticas para celebrar la edición del evento. Su participación viene acompañada de los foros académicos, el espacio de cocinas tradicionales, los talleres públicos de cocina en diferentes puntos de la ciudad, el homenaje “Trabajo y vida” de personalidades reconocidas en el mundo de la gastronomía, la presentación de investigaciones, publicaciones o políticas de interés del sector gastronómico y otras actividades paralelas que complementan el escenario del Congreso Gastronómico como artesanías, conciertos de música, degustaciones gastronómicas y exposición de flores. Es importante resaltar que toda esta programación tiene una gestión continua y la pre producción del próximo congreso:

Comienza tan pronto como el anterior haya terminado. Esta preparación implica mantener, a lo largo del año, relaciones con los productores, cocineros, restaurantes, hoteles, así como las universidades, la administración municipal, colegios, promotores, etc., para asegurar el éxito del Congreso (UNESCO, 2015, p. 6).



Estas relaciones y alianzas significan un apoyo y reconocimiento forjado en la confianza para trabajar en conjunto todos los años. La Corporación Gastronómica debe articular estas relaciones locales y transnacionales para la ejecución de su gran evento. Joanna Serna (Comunicación personal, 2 de febrero de 2021) indica que hay un trabajo conjunto con entidades locales privadas que los han acompañado en su desarrollo, como la Compañía Energética de Occidente o el Banco Mundo Mujer, y entidades públicas como la Alcaldía de Popayán, el Ministerio de Cultura o la Gobernación del Cauca. De igual forma, las relaciones transnacionales son parte importante de la ejecución del Congreso Gastronómico, debido a que, sin ellas, el modelo que estructura el evento cultural no estaría completo. Incluso, Popayán no desempeñaría una función potencial como ciudad creativa de la gastronomía de UNESCO, pues la red fomenta el intercambio de conocimientos y prácticas creativas entre distintos actores locales y transnacionales para fortalecer el desarrollo de las ciudades.

Solo la experiencia de gestionar este evento a través de la capacidad de mantener y cuidar estas relaciones de apoyos locales y transnacionales constituye un proceso de sostenimiento continuo, de credibilidad y reconocimiento de muchos años. Esta trayectoria desde el 2003 hasta hoy evidencia que la planificación, los apoyos financieros y políticos han permitido programar anualmente una nueva edición y conseguir logros para Popayán como ciudad creativa de la gastronomía de UNESCO. Al cumplir casi dos décadas de ediciones continuas, el Congreso Gastronómico se ha consolidado como un evento de la ciudad y ha logrado ser evaluado ante la UNESCO como:

El centro de origen tanto de la investigación académica como de las orientaciones de la enseñanza de la cocina, de las acciones a favor de los portadores de la tradición culinaria ancestral, de la proyección de la gastronomía como valor turístico, de la política pública de salvaguarda del patrimonio gastronómico y de la política de comunicación compartida con las ciudades hermanas de la Red de Ciudades Creativas (UNESCO, 2015, p. 4).



Esto en términos generales ha significado para Popayán ser un referente de la gestión gastronómica a nivel internacional. El abrir las puertas a diferentes actores locales y transnacionales, a partir de la ejecución de un evento cultural como el congreso Gastronómico, es una oportunidad para que actores interesados en aportar a la gastronomía sean bienvenidos y recibidos con el objetivo de construir una ciudad creativa. Con las actividades que se realizan en cada edición, se ha demostrado la posibilidad de visibilizar la cultura gastronómica local y la gastronomía que trasciende las fronteras colombianas. Por ello, a continuación se describen las actividades que definen la estructura programática del congreso.

#### **4.2 Actividades y Estructura Programática del Congreso Gastronómico**

La programación de actividades del Congreso Gastronómico se desarrolla durante tres días cada año en el mes de noviembre. En su última edición, el congreso se descentralizó para llevar la programación cultural a otros lugares de la ciudad, porque, en la medida en que ha crecido este evento, se hace necesario pensar nuevas formas de llegar al público. A razón de esto, la última edición desplegó toda su estructura programática hacia distintos puntos de la ciudad: el Parque de la Salud, el Parque Mosquera, la Casa de la Moneda, Polideportivo El Mirador y el centro comercial Terra Plaza. Anteriormente las actividades se hacían principalmente en el Parque Caldas, centro de la ciudad de Popayán y en el Parque Mosquera, contiguo a los centros de abastos de alimentos o también llamadas galerías.

El acceso y la disponibilidad de tecnologías para adaptarse a nuevos escenarios también ha contribuido a la asistencia de personas y alcanzar públicos distantes a nivel nacional y transnacional. Para lograr llegar a las personas, la Corporación Gastronómica ha dispuesto una página web que funciona como plataforma de la estructura programática del Congreso Gastronómico, donde se puede visualizar, en tiempo real, las actividades del evento y otras actividades pregrabadas. Además, en



su última edición, se ha dispuesto una aplicación (app móvil) que funciona como *marketplace* para que las personas puedan acceder a información de precios de alimentos, comercio, lugares y actividades programadas, incluso ver actividades de manera *on line*.

La adhesión tecnológica del Congreso Gastronómico es relevante porque ha permitido llevar a cabo los objetivos de llegar a más público y mantener la evolución en la gestión cultural de acuerdo al contexto. Esto ha jugado un papel importante al descentralizar la localización del Congreso Gastronómico y enfrentar situaciones adversas que dificultan la gestión del evento en condiciones normales, como el caso de la pandemia del covid 19 y la dificultad de presencialidad en el evento. Sin embargo, sería oportuno y necesario analizar la eficiencia de la adhesión de estas herramientas tecnológicas para encontrar su utilidad en el relacionamiento con el público local y transnacional, y así, evitar afirmaciones apresuradas sobre la utilidad de estas tecnologías.

Cuando aprendemos, como gestores culturales, a adaptarnos frente al cambio de las condiciones de la sociedad, entender el contexto, las necesidades y oportunidades, entonces encontraremos un terreno más fértil para encontrar apoyos, público y organizar los proyectos culturales. En el Congreso Gastronómico, en algunas ocasiones, las condiciones de la sociedad han obligado a replantear la forma de realizar el evento con el fin de atender las necesidades del público y cumplir con el desarrollo anual del proyecto.

En la edición N°18 del 2020, el Congreso Gastronómico debió asumir las consecuencias de la pandemia y las exigencias del proyecto para permitir su continuidad ininterrumpida. De tal forma que los gestores tuvieron que congregar al público únicamente en la virtualidad, asumir los costos y las oportunidades para dicha adaptación en el marco de una pandemia.

Ya sea de manera virtual o presencial, es importante recordar que el evento tiene un esquema fijo y otro variable en su estructura programática para el disfrute del



público. Un esquema variable que constituye la temática de la que se hablará durante el congreso y está determinada por el país, región, ciudad invitada y el producto invitado. Mientras que el esquema fijo corresponde al Foro Académico, la Tarima del Saber, la Tarima del Sabor, los Recintos FERIALES y el premio Álvaro Garzón, como espacios de desarrollo de actividades alrededor de la temática.

Desde que comenzó el congreso, la asistencia de las personas ha ido en aumento. Según los datos de la Corporación Gastronómica, la primera edición contó con 350 asistentes en el año 2003 y en la edición N°18 del 2020 asistieron 30000 personas (Corporación gastronómica, 2021). La posibilidad de asistir a este evento sigue siendo de manera gratuita y las personas pueden integrarse con la programación que se lleva a cabo durante los tres días del evento.

En el periodo de tiempo que se realiza el modelo esquemático que compone el congreso, es posible rastrear las relaciones holísticas de la cultura que conllevan a la planeación y estructuración de las actividades en el evento. Pero, para eso, es necesario conocer cómo es esta estructura programática, sus condiciones e intenciones para que se extienda durante los tres días. Como se ha dicho antes, el congreso ha determinado conformar los espacios de la Tarima del Saber, la Tarima del Sabor, El Foro Académico y los Recintos FERIALES. Cada uno con una representación distinta y características particulares de acuerdo a la gestión realizada por la Corporación Gastronómica en sus procesos de planeación. No obstante, el formato del Congreso Gastronómico también incorpora la uniformidad de las actividades de cada espacio para crear distinción y coherencia en el evento. A continuación, veremos cada escenario en sus generalidades.

### ***Tarima del Saber***

Este escenario se dedica a la visibilización de los saberes gastronómicos puestos en práctica por chefs y cocineras tradicionales. La reproducción de saberes, en este caso, se realiza a través de talleres dictados al público de manera presencial y virtual<sup>4</sup>. Cada

---

<sup>4</sup> La virtualidad ha sido un reto y una nueva apuesta para la realización del Congreso, pues las actividades del evento se empezaron a compartir a través de plataformas digitales a partir del año 2020.



taller puede tener una duración entre 30 minutos y 1 hora, son completamente gratuitos y la selección del plato gastronómico a preparar se planifica con anterioridad de acuerdo a la gastronomía del país invitado, región invitada, producto invitado y la gastronomía local que direcciona el evento.

Los objetivos y resultados de estos talleres van dirigidos al público en general que quiera aprender a cocinar y entender mejor sobre los procesos gastronómicos. Se realiza una degustación de las preparaciones, un espacio de participación con preguntas del público y visualización de soportes audiovisuales complementarios que ayuden a difundir el conocimiento.

De la tarima del saber se destaca la intención de integrar y vincular a la ciudadanía en los talleres como estrategia de acercamiento a la cultura en sus vastas esferas. Utilizar la gastronomía como motivo de educación, creatividad, entretenimiento y desarrollo de proyectos es una tarea que implica gestión para proponer una propuesta que atraiga al público; una que deleite por su contenido para el disfrute y alimento del ser, pero que también pueda inspirar la creación de oportunidades materiales de una ciudad creativa.

### ***Tarima del Sabor***

Un espacio dedicado a los artistas más destacados de la región. En el escenario principalmente se presentan agrupaciones musicales nacionales con música característica de la región como la salsa, música andina y folclórica del pacífico o alternativa como rock y hip hop. Además, también se ha dado la oportunidad de que artistas del país o ciudad invitada puedan participar en este espacio.

### ***Recintos FERIALES***

Estos escenarios promueven la participación de la ciudadanía y actores locales de manera directa y de contribución recíproca, pues los emprendimientos o negocios nacionales pueden entrar a ser parte de este espacio a través de las convocatorias que se



lanzan días antes del congreso. Un recinto ferial que permite integrar los emprendimientos locales para que estos puedan exhibir sus productos y crear conexiones con el público visitante.

En este espacio las personas pueden entrar a participar por diferentes categorías de acuerdo al tipo de negocio que desarrollen. Cuando se lanza la convocatoria, se abren los formularios para participar en: la categoría stand comercial (ver anexo N°1), stand de tascas (ver anexo N°2), stand bebidas (ver anexo N°3) y stand de cocinas tradicionales (ver anexo N°4). La categoría comercial abarca los emprendimientos más amplios que quieren ofrecer un producto o servicio, a excepción de alimentos o bebidas. La categoría tascas corresponde a negocios que quieren ofrecer alimentos o platos fuertes a excepción de bebidas y que estos sean diferentes a las cocinas tradicionales. La categoría bebidas del pacífico está habilitada para los negocios especializados únicamente en estas bebidas para la oferta al público. Por último, la categoría cocinas tradicionales corresponde a los negocios gastronómicos con 3 años de experiencia enfocados en la preparación de platos que contribuyen a la salvaguarda de alimentos típicos locales.

El congreso ofrece a los seleccionados lo necesario para poder exhibir y vender sus productos, como un espacio modular, servicios públicos, mobiliario básico y asesoramiento por parte de las autoridades locales: Secretaría de Cultura y Turismo, Corporación Gastronómica y el Cuerpo de Bomberos.

### ***Premio Álvaro Garzón***

Este premio consiste en la entrega de un galardón a una personalidad reconocida en el mundo de la gastronomía por su contribución, apoyo, experiencia y dedicación en su trabajo. Este espacio en el Congreso Gastronómico representa una sola actividad, pero ha operado durante gran parte de las ediciones que se han realizado del evento gastronómico.

### ***Foro Académico***



Un espacio dedicado al planteamiento de ideas, conocimiento académico y diálogos constructivos alrededor de las temáticas programadas como ejes de discusión para la edición del congreso: exposiciones sobre el país invitado, el producto invitado, gastronomía del país, región o municipio invitado, investigaciones, políticas y próximos desafíos.

Las personas que participan del Foro académico son investigadores o conocedores de los temas a abordar, quienes pertenecen al país, región o ciudad invitada, pero también los diálogos son mediados por un moderador y personas del escenario gastronómico local.

Las temáticas de discusión ponen sobre la mesa del foro distintas reflexiones, oportunidades y cuestionamientos que se enriquecen por la variedad de perspectivas que hay en cada encuentro. El foro académico es el plato fuerte por el que ha sido reconocido el Congreso Gastronómico, con el que marca una distinción a nivel nacional y encuentra diálogos entre las distintas personalidades transnacionales y nacionales. Este espacio deja entrever que el discurso del desarrollo es latente, puesto que los temas a debatir responden a problemáticas, visiones y tendencias de la actualidad que han creado nuevas condiciones para vivir en sociedad.

Estas condiciones generales en las que se presentan los espacios y actividades del Congreso Gastronómico determinan una gestión cultural que promociona un contenido educativo, artístico, gastronómico y de entretenimiento para el público. A su vez, estos contenidos se relacionan en cada espacio con el fin de crear consonancia con lo que se quiere transmitir en el formato de cada edición del evento. En otras palabras, el esquema variable que contiene los espacios de desarrollo de actividades se corresponde con el esquema fijo determinado por la temática alrededor del producto invitado, el país, región o ciudad invitada.

#### **4.3 Estrategias de gestión y coordinación del Congreso Gastronómico de Popayán**



La realización de los escenarios del Congreso Gastronómico requiere de la gestión, planificación previa y coordinación de recursos, alianzas y estrategias que permitan el cumplimiento de los objetivos del evento cultural. De ahí que se considere importante explorar cómo la Corporación Gastronómica asume su rol como gestora para dar un orden al formato que plantea en cada edición anual del Congreso. Por esta razón, en este apartado se consideran las estrategias que utiliza la Corporación gastronómica para organizar las actividades que se quieren desarrollar en cada espacio, porque de ellas se desprenden detalles que abordan modos de proceder, valores y visiones para ofrecer un evento a las personas.

Al analizar las estrategias de gestión como procesos que lleva a cabo la Corporación gastronómica, se puede examinar la pertinencia con la que se desarrollan dentro de la atmósfera de la ciudad creativa y su afinidad para desarrollar las relaciones transnacionales y locales como potencial del Congreso Gastronómico. Por ello, a continuación, se exponen y analizan procedimientos de gestión y coordinación alrededor de los espacios del evento.

Teniendo en cuenta que la Corporación Gastronómica es quien se encarga de planear, gestionar y ejecutar las acciones para el evento, es entonces preciso comprender su estructura organizativa para entender la coordinación de sus acciones. En esta organización se integran tres personas: el presidente de la corporación, la directora ejecutiva y su secretaria, quienes se ocupan de la reproducción y los procesos de planeación para el evento. Además, dentro de ella se integra una junta directiva encargada de proponer, socializar y consensuar decisiones sobre las personas o temas relevantes con los que se realizará una actividad en particular. Sus integrantes son conocedores de la temática gastronómica, la ciudad y la investigación académica.

Es importante resaltar que las tres personas que representan la Corporación Gastronómica son las responsables de gestionar los recursos para el Congreso Gastronómico. De esta forma, la organización presenta 4 proyectos clave a distintas



entidades para que financien los costos del evento de cada edición, estas entidades son Fontur, la Alcaldía de Popayán, el Ministerio de Cultura y la Gobernación del Cauca. A partir de los recursos recaudados por los proyectos presentados a estas entidades, la Corporación Gastronómica obtiene algunas garantías para asumir la ejecución de sus escenarios, como insumos, traslados, mobiliario, estadía de invitados, honorarios, entre otros. Del mismo modo, la financiación de recursos con empresas privadas como Banco Mundo Mujer o la Compañía Energética de Occidente ayudan a financiar otros rubros como los medios de comunicación y publicidad.

Previamente, la presentación de proyectos se focaliza en el formato o esquema fijo del Congreso Gastronómico, caracterizado por la elección de un país, ciudad, municipio y producto invitado. Para ello, la Corporación gastronómica debe haber tenido un tipo de relación transnacional que se refiere a un contacto con las embajadas de otros países u organizaciones no gubernamentales del extranjero. Al preguntarle a la directora ejecutiva sobre este relacionamiento previo con organizaciones del exterior, es importante destacar, en palabras de ella, que:

Anteriormente se buscaban a los invitados. Ahora por el reconocimiento que tiene el congreso y la Corporación gastronómica a nivel mundial, entonces son ellos los que nos buscan a nosotros. Ya no debemos ir a buscarlos para participar, sino que ellos nos dicen que están interesados en participar. Pero el departamento y el municipio invitado lo buscamos nosotros porque desde el 2019 empezamos a resaltar un municipio invitado (Comunicación personal, 16 de noviembre de 2021).

Esto implica que las relaciones transnacionales fluyen de otra manera debido al reconocimiento que tiene el congreso y la Corporación Gastronómica, pues los primeros acercamientos para la gestión y el contacto ya no se realizan unilateralmente por la corporación, sino que actores transnacionales interesados en participar son quienes dan el primer paso para integrarse a la planificación de una nueva edición del Congreso Gastronómico.



Una vez que se consiguen los recursos necesarios para la ejecución del evento, la Corporación Gastronómica crea los comités dentro de la junta directiva para desplegar un modelo de gestión y coordinación de actividades. La directora ejecutiva se encarga de contratar y delegar funciones particulares para cada escenario del Congreso Gastronómico. Estas personas delegadas deben tener un perfil “comercial para vender el congreso a una entidad privada, querer la ciudad, que tenga conocimiento de eventos, con estudios académicos y con capacidades para elaboración de proyectos” (Serna, Comunicación personal, 16 de noviembre de 2021). De esta manera, las personas nombradas para coordinar deben responsabilizarse de diseñar la agenda e integrar a los demás participantes al escenario del congreso que les corresponda.

Según Joanna Serna, el único escenario que coordinan ella, su secretaria y el presidente de la corporación es el Recinto Ferial. Los demás escenarios son coordinados por el comité encargado y la persona contratada para modelar la agenda, ya sea la Tarima del Saber, la Tarima del Sabor o el Foro Académico.

La forma en que gestionan estos escenarios en su preproducción y control en el desarrollo del congreso puede ser ejemplificada con los Recintos Feriales y el Foro Académico. Para lograr organizar las muestras de cada uno de los stands que ofrece el Recinto Ferial, Joanna y el presidente asumen el rol de coordinar y seleccionar los negocios que participan de este espacio dentro del evento. Ellos utilizan como estrategia la creación de convocatorias a través de formularios con especificaciones y características de los participantes (Ver Anexos 1-4), esto con el fin de dar un orden y conexión con la ciudadanía que quiere participar de los recintos feriales. La Corporación Gastronómica se reserva los derechos de admisión teniendo en cuenta ciertos requisitos y normas de comportamiento en el evento, dado que así logran coordinar de manera previa a las personas que estarán en el escenario.

Por otro lado, como se dijo anteriormente, el Foro académico está delegado a una persona contratada por la Corporación Gastronómica, cuya función es diseñar la agenda de los conversatorios y administrar los contactos e insumos necesarios de cada



encuentro. Para ello, la persona encargada debe mantener la comunicación con las personas extranjeras y locales que participarán de cada encuentro en la agenda del Foro académico, ya que previamente se delegó un comité que ayuda a esta persona con la selección de los participantes y temáticas alrededor de este espacio.

La interacción y el relacionamiento con dichas personas, que representan organizaciones o empresas, demuestra cómo la Corporación Gastronómica procede para coordinar y ejecutar el desarrollo del evento. Esto puede ser visto desde las diferentes formas de comunicación que llevan a cabo para transmitir sus mensajes. Por eso, a continuación, se pretende incluir las estrategias de comunicación y vinculación como medios de acercamiento con el público, las empresas a nivel local.

#### **4.4 Relaciones transnacionales y locales mediadoras de las actividades y programas del Congreso Gastronómico**

Cuando nos preguntamos por las cuestiones que hacen posible el desarrollo de un evento, es importante considerar la cantidad de personas y grupos que forman parte del trabajo y participación detrás de la producción. Pues, muchas veces, pasa desapercibido que la labor individual y en equipo permite coordinar los ejes o programas de un evento.

En este caso, las actividades del Congreso Gastronómico y los escenarios creados son el resultado del relacionamiento y contacto previo con las embajadas, empresas, público y organizaciones no gubernamentales interesadas en participar del evento. Dentro de este, se expresa la nueva geografía política en la que intervienen la simultaneidad de un espacio único y múltiples territorios, con manifestaciones geográficas presenciales, virtuales e imágenes de actores desterritorializados (Sanchez, 2015) (Appadurai, 2001).

Las características del congreso advierten e invitan a pensar estas lógicas globales de relaciones entre múltiples actores, un lugar y múltiples territorios participantes con mayor frecuencia, dado que el Estado no es el único capaz de establecer relaciones con



entidades internacionales y nacionales. Por el contrario, Carlos Sanchez (2015) explica que “las relaciones entre agentes sociales políticos o económicos que antes eran intermediadas por los Estados, dejan de ser interferidas por estos y tienden a convertirse en transnacionales”(p.143). El Congreso Gastronómico es un ejemplo del resultado de esta nueva geografía política. En ella, la Corporación Gastronómica ha demostrado sus funciones para establecer relaciones con organismos y entidades que trascienden las fronteras y los Estados nación, como embajadas, organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales del exterior como la Organización Internacional Italo-latinoamericana en su edición XIX.

En este contexto, durante casi dos décadas, el congreso ha integrado su esquema fijo y variable a partir de la participación de la cultura extranjera y la cultura local o nacional. De esta forma, hay un intento por integrar, innovar, importar la diferencia y exportar lo propio en cada edición del evento. De ello se desprende que las relaciones transnacionales y locales sean importantes tanto para asegurar actividades que se programan dentro del congreso, como por fuera de él para aportar a Popayán como ciudad creativa. Un ejemplo de esto se puede observar en los convenios de cooperación entre ciudades que se institucionalizan por compartir experiencias e intercambios en el Congreso Gastronómico, como se muestra en la figura 3.

A pesar de esta intención por integrar la diferencia y difundir la cultura local, Saskia Sassen (2007) nos interpela e invita a revisar lo transnacional y lo nacional como dos esferas que interactúan en los proyectos culturales. De acuerdo con su perspectiva, dicha interacción provoca que ciertos componentes de lo nacional se desnacionalicen de manera parcial, específica o especializada, dado que hay una institucionalidad y densidad sociocultural en la esfera nacional que incorpora un flujo transnacional en el desarrollo de proyectos culturales. Al analizar el caso del Congreso Gastronómico, es posible observar que aquellos contenidos transnacionales se incorporan y atraviesan la cultura local, dando lugar a que los escenarios como el Foro Académico, se construyan teniendo en cuenta la naturaleza de la cultura extranjera visitante. Un sencillo ejemplo



de esto es la música en el Foro Académico o el idioma del expositor y su traductor en este espacio. A partir de ello, la desnacionalización del proyecto cultural atraviesa sus escenarios específica y sutilmente como un efecto de las relaciones transnacionales y locales que intervienen en la coordinación del congreso

Esta desnacionalización producto del flujo de relaciones transnacionales y locales en los proyectos no tendría que considerarse como un efecto negativo, pero sí deberíamos señalar un punto de reflexión para hallar un equilibrio entre la identidad local y la apropiación de la cultura extranjera, ya que la programación y coordinación de actividades resultan de estas relaciones con actores locales y transnacionales. Con esto se hace referencia a que las expresiones culturales locales y transnacionales tengan una armonía y contenidos equilibrados en cada uno de los escenarios del congreso, de tal forma que ninguno opaque o predomine sobre otro.

Es preciso resaltar que la interacción entre procesos transnacionales y locales es necesaria debido al formato que gestiona el Congreso Gastronómico. Más aún cuando Popayán se conecta a través de las políticas y objetivos de ciudades creativas hermanas de UNESCO, en las que se fomentan estas relaciones transnacionales. De hecho, en la sociedad actual los discursos de desarrollo y la mundialización han dado lugar a que haya nuevas exigencias en los procesos de integración entre agentes sociales locales y transnacionales. En términos de German Rey (2009), se puede explicar mejor esta idea al manifestar que:

La afirmación de las identidades locales, junto a la configuración de economías globales y formas de cultura mundializada, promueve interacciones que rebasan los límites nacionales, como también retornos a la insistencia en lo regional y lo local. Procesos de integración en bloques, flujos financieros y simbólicos, redes itinerantes de intercambio, son formas que hacen parte de un estilo social diferente (p.30).

La perspectiva de Rey (2009) nos plantea observar a Popayán como ciudad creativa de una red global interdependiente, en la que se integran los mecanismos locales de



participación y las conexiones de la escena global como parte de los procesos de desarrollo de la red de ciudades creativas de UNESCO. Por eso, mecanismos como la política cultural del *Conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Popayán* ha sido importante para reforzar las acciones que contribuyen a promover proyectos culturales de redes locales y transnacionales, como es el caso de su estrategia N°3 y línea de acción H que promulga el “apoyo a las iniciativas de organizaciones públicas privadas y comunitarias del sector, tales como universidades, corporaciones, emprendimientos culinarios, fundaciones, redes y asociaciones de cocineros y cocineras”(Alcaldía de Popayán, 2020, p.12), donde resulta beneficiado el Congreso Gastronómico por la integración de emprendimientos culinarios y redes transnacionales para realizar sus actividades.

En este proceso de establecer relaciones transnacionales y locales se considera la comunicación y la planificación como dos aspectos fundamentales dentro de la gestión cultural, dado que la Corporación Gastronómica debe establecer acuerdos que beneficien a las partes interesadas que participan de cada uno de los escenarios del Congreso Gastronómico.

Joanna Serna, directora de la Corporación Gastronómica, cuenta que:

Desde hace 3 o 4 años atrás, contamos con el reconocimiento que tiene Popayán y el evento, entonces contamos con varios países que quieren participar del evento. A raíz de esto es que se abren las puertas para las relaciones transnacionales (Comunicación personal, 2 de febrero de 2021).

Este reconocimiento responde al nivel de experiencia de sus organizadores, la comprensión holística de la cultura y la estandarización de algunos de los procesos que llevan a organizar y gestionar de forma más eficaz un evento cultural. De ahí que Gómez de la Iglesia (2005) nos recuerde que



En la medida en que somos capaces de entender las relaciones entre la cultura, las artes, la comunicación, la educación, la economía, el territorio y otros ámbitos como por ejemplo la ciencia, el turismo, etc., seremos capaces de generar proyectos más ricos para la ciudadanía, proyectos más fáciles de financiar, proyectos más eficaces y, por supuesto, también con el menor consumo de recursos posible, es decir, más eficientes (p. 116).

Las palabras de Gómez de la Iglesia (2005) nos llevan a ubicar el Congreso Gastronómico como un escenario pensado para vincular las diversas esferas de la cultura en su gestión. Al visualizar la gastronomía como componente de la cultura, es oportuno resaltar que esta es pensada como una razón o excusa para dilucidar las esferas de la educación, el comercio, nuevas prácticas de la sociedad o la comunicación. Con esta perspectiva, podemos analizar los medios que utiliza la Corporación Gastronómica para atraer al público y a las organizaciones interesadas en ser parte de su evento protagónico, de tal manera que hallemos en estos medios las estrategias para establecer las relaciones locales y transnacionales.

## **Educación**

El congreso en su formato puede analizarse como una oportunidad para demostrar la cultura local e internacional a partir de los distintos escenarios que se encuentran en el evento. Los exponentes de esta esfera son: la Tarima del Saber y el Foro Académico con sus diferentes temáticas que pueden variar de acuerdo al esquema fijo con los territorios y productos invitados. En estos espacios, las relaciones locales están atravesadas por la esfera de la educación a partir de los acercamientos con entidades educativas que se vinculan a la programación del evento, como el Servicio Nacional de Aprendizaje o la escuela de gastronomía Mariano Moreno y las enseñanzas a la ciudadanía a partir de la preparación de alimentos.



Inclusive, la educación está presente con anterioridad a la fecha de realización del Congreso Gastronómico, debido a que la Corporación Gastronómica necesita recursos para sostenerse y también está obligada a velar por la promoción de la *Política cultural para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y cocinas tradicionales de Popayán*, con la que procura promover la investigación de la gastronomía y la educación alrededor de gastronomía en diferentes lugares del país. Así, la Corporación Gastronómica debe desarrollar eventos pequeños que ayudan a su sostenimiento. Estos eventos “son ciclos de formación que buscan salvaguardar las cocinas tradicionales y su investigación, que la rescatamos con ciclos de formación enseñándole a la gente y a los portadores de tradición para que innoven con sus conocimientos en la cocina” (Serna, Comunicación personal, 16 de noviembre 2021).

Los acercamientos con la ciudadanía y comunidades, a través de los ciclos de formación o la Tarima del Saber, representan algunas de las relaciones locales que ayudan a integrar el Congreso Gastronómico. En el evento, la esfera de la educación congrega a las personas para ser parte de él como espectadoras o como integrantes en sus diferentes espacios. En los que la intención principal, según Joanna Serna, es despertar la creatividad. Ella nos ejemplifica la labor del congreso al transmitir conocimientos y motivar a las personas a ser creativos con las preparaciones gastronómicas caseras o de tradición. Por ejemplo:

el maní puede ser una salsa, un acompañante, una bebida, es decir cómo podemos utilizar el maní en la tarima del saber y también para eso hacemos ciclos de formación, donde le enseñamos a las cocineras para que puedan ir más allá con los alimentos, pero también salvaguardando la tradición. Con esto, el público puede ver cuál es nuestra riqueza y cómo la podemos mostrar al mundo con creatividad (Comunicación personal, 16 de noviembre 2021).



## **Comunicación**

La esfera de la comunicación es una esfera de la gestión de la cultura en el Congreso Gastronómico, dado que es la estrategia con la que se transmite, difunde la información del evento y propone mantener las relaciones locales y transnacionales. El flujo de mensajes se hace a través de medios digitales como las redes sociales y la página web del Congreso Gastronómico, o en el medio radial a nivel municipal y departamental. Toda esta información está dirigida principalmente a la audiencia payanesa y alrededores del municipio de Popayán. Quienes la financian son las entidades privadas que aportan al congreso, así lo afirma la directora y gestora del evento.

Demostrar que la comunicación es un elemento importante en la producción y desarrollo del evento es una tarea que implica abordar la naturaleza del evento y su proyección en sus dos últimas ediciones. Con esto se hace referencia a los propósitos de los gestores por combinar la virtualidad con la presencialidad, descentralizar los espacios en los que se produce el congreso, llegar a audiencias distantes y comunicar los procesos que intervienen en la gestión del evento y que involucran la gastronomía con el fin de salvaguardar el patrimonio cultural. En las dos últimas ediciones del congreso, las protagonistas fueron las herramientas tecnológicas por permitir abordar la cultura desde otras formas, y hacer difusión de la misma con una adecuación frente a los cambios de la sociedad.

Esta manera de abordar la cultura desde nuevas formas de comunicación y difusión evidencia oportunidades para las relaciones locales y transnacionales, ya que se dieron facilidades para el encuentro, se tendieron oportunidades para la transmisión de conocimientos e interacción entre participantes y espectadores en nivel nacional o internacional. Para ilustrar cómo la esfera de la comunicación atraviesa la gestión de la cultura, podríamos observar ejemplos de las redes sociales de la Corporación Gastronómica como Facebook, Instagram, la página web ([www.gastronomico.org.com](http://www.gastronomico.org.com)) y la app del congreso Sabe App Popayán; herramientas que promueven las relaciones



locales y transnacionales a través de sus dinámicas de interacción como los *repost*, comentarios, mensajes directos y demás interacciones.

El medio digital que maneja la Corporación Gastronómica es múltiple por los diferentes canales con los que transmite información al público. Cuando analizamos el Instagram y Facebook de la organización podemos realizar una clasificación del tipo de contenido que forma parte de la comunicación. Para ello, se tomaron las publicaciones hechas en las dos redes sociales a partir del 1 de septiembre de 2019 hasta el 28 de noviembre del 2021. Es decir, un periodo de tiempo definido por días previos a la iniciación del XVII Congreso Gastronómico y 20 días después de terminado el XIX Congreso Gastronómico, en los que se delimitaron dos periodos: 2019-2020 y 2020-2021.

Cada publicación fue clasificada dentro de nueve categorías, dependiendo del contenido al que hacía referencia. “Publicidad” se refiere a toda propaganda hecha para visibilizar negocios o emprendimientos del sector gastronómico. “Ciclos de formación” hace referencia a contenido relacionado con talleres gastronómicos gestionados por la Corporación Gastronómica. “Eventos y acontecimientos de ciudad creativa” se refiere a todo tipo de sucesos culturales que incluyen a Popayán como ciudad creativa de la gastronómica de UNESCO, exceptuando al Congreso Gastronómico y ciclos de formación. “Activismo y promoción de iniciativas sociales” reúne contenido sobre causas sociales o culturales que se encuentran a parte del tema gastronómico. “Promoción de gastronomía” reúne contenido principalmente repostado sobre el sector gastronómico y las nuevas tendencias o acontecimientos alrededor de este. Por último, la categoría “Otros” incluye contenido que no forma parte de las demás categorías de la gráfica y distan de cualquier referencia al sector gastronómico, la ciudad creativa o cuestiones generales de la cultura.

Las otras categorías que tienen más fuerza, por la cantidad de publicaciones en las redes son preproducción del congreso, producción del congreso y recuerdos o posproducción del congreso, cuyo tema está delimitado por todo aquel contenido



multimedia con referencia al Congreso Gastronómico y usos de hashtags como #gastronómico2019, #gastronómico#2020 o #gastronómico2021.

Al analizar cada una de las publicaciones, se determinó que la red social Facebook es más utilizada que Instagram por la cantidad de publicaciones que se realizaron durante el periodo seleccionado. Con un total de 593 publicaciones frente a 355 publicaciones de Instagram, se puede afirmar que hay mucha más actividad en Facebook. Esto se debe también a las características que poseen ambas plataformas y el tipo de audiencia al que apunta el Congreso Gastronómico. En Facebook la cantidad de publicaciones responde a los reposteos, las transmisiones en vivo y las herramientas de interacción que son más visibles que en Instagram

Ahora bien, cuando analizamos el tipo de contenido en cada una de las publicaciones de Facebook (Ver gráfico 2 y 3), en los dos periodos se evidencia que los meses con más publicaciones son octubre y noviembre de 2020 y 2021, ya que noviembre es el mes en el que se realiza el congreso y octubre es el mes con más contenido sobre preproducción y expectativas del evento. Además, es importante resaltar que en 2019 el congreso se realizó entre el 6 y 9 de septiembre, y durante este mes se evidencia que las publicaciones sobre la producción del evento fueron menores a comparación con las ediciones 2020 y 2021 del congreso, como se muestra en los gráficos 2 y 3.



Gráfico 2. Cantidad de publicaciones mensuales en Facebook de la Corporación Gastronómica. Periodo 2019-2020

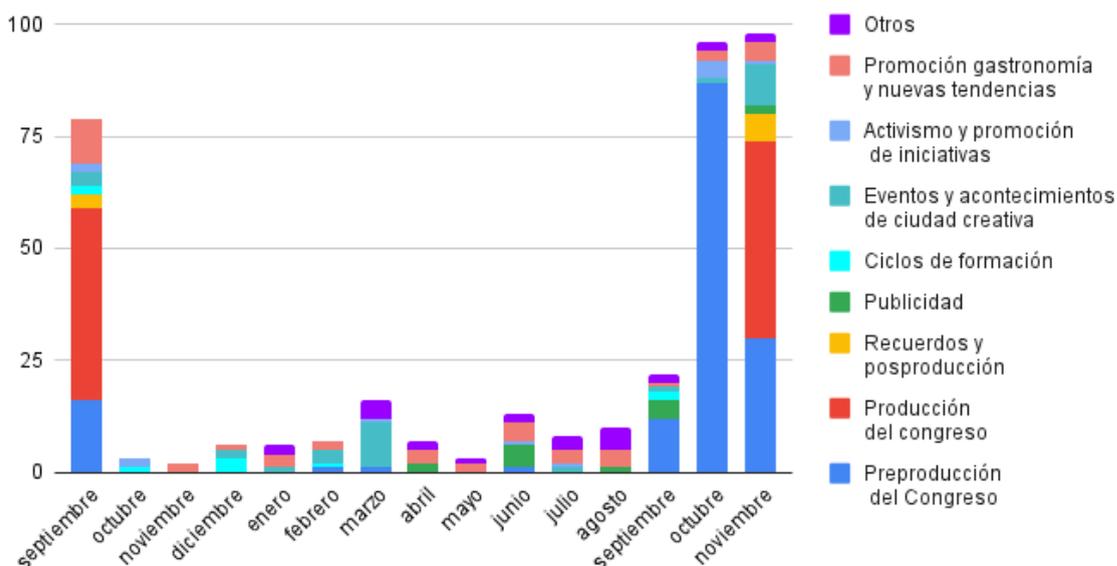


Gráfico 2. Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Cantidad de publicaciones mensuales en Facebook de la Corporación Gastronómica. Periodo 2020-2021

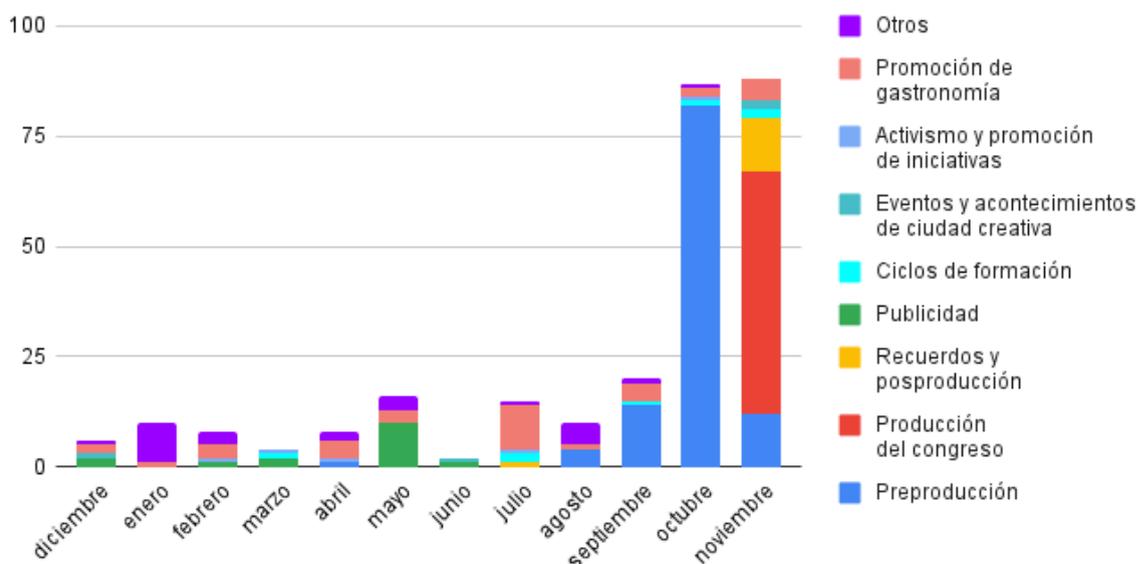
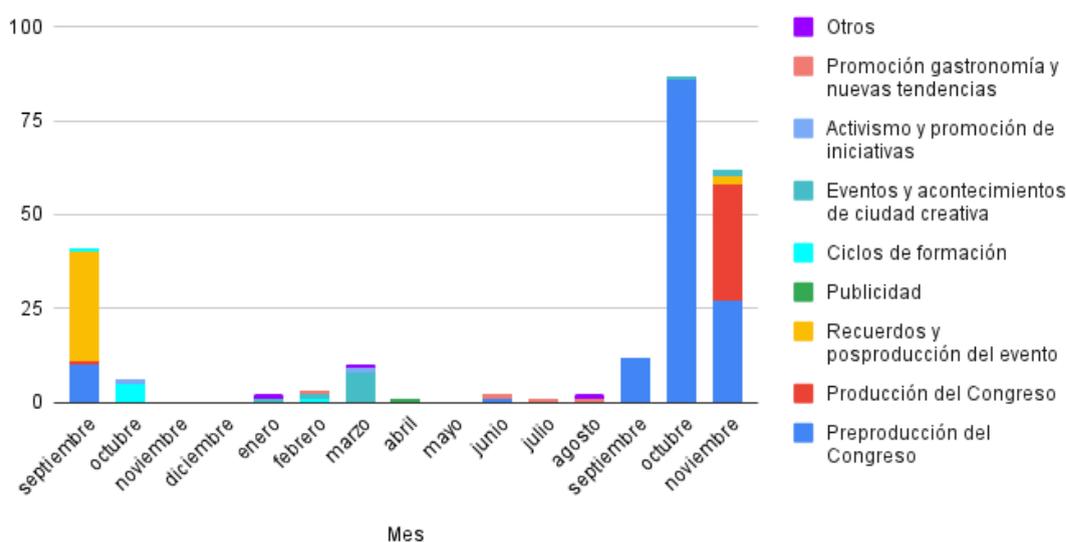


Gráfico 3. Fuente: Elaboración propia



El Instagram de la Corporación Gastronómica tiene una dinámica distinta y con un manejo más reducido. Esto es posible de observar dado que existen meses consecutivos en los que no se publica contenido, como se aprecia en los meses de noviembre y diciembre en el gráfico 4, o en los meses de diciembre y enero en el gráfico 5. Además, la categoría de publicidad sobre la promoción de negocios gastronómicos desaparece en el periodo 2020- 2021. Incluso, la categoría promoción de tendencias gastronómicas es menor a comparación de Facebook. La interacción de reposteo tiene menos presencia en Instagram, y esto podría explicar una reducción de publicaciones en categorías como la promoción de gastronomía.

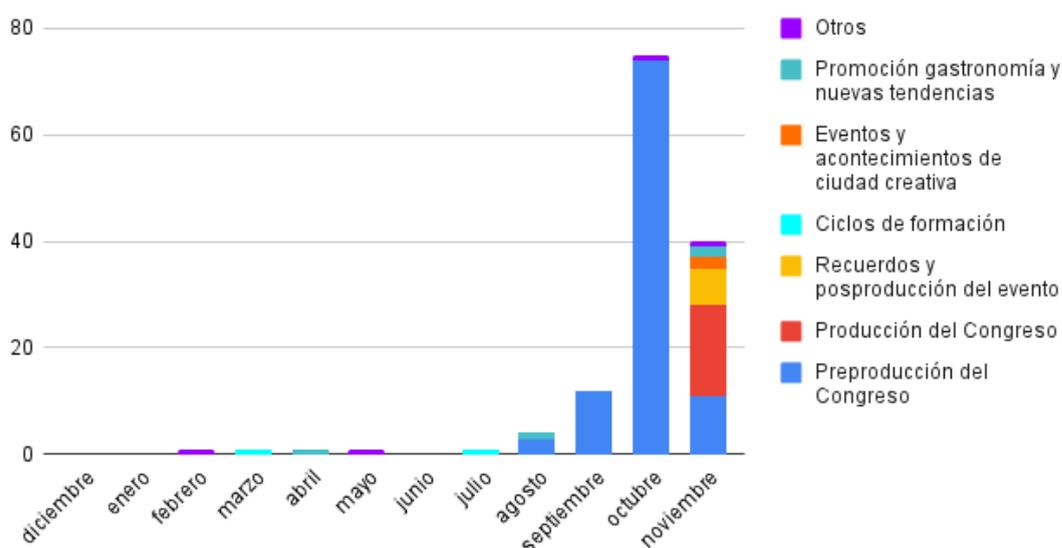
Gráfico 4. Cantidad de publicaciones mensuales en Instagram de la Corporación Gastronómica. Periodo 2019-2020



Fuente: Elaboración propia



Gráfico 5. Cantidad de publicaciones mensuales en Instagram de la Corporación Gastronómica. Periodo 2020-2021



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con las gráficas, es posible afirmar que gran parte del contenido de Facebook e Instagram está ligado a la pre producción del Congreso Gastronómico (Ver anexo N°5). Pero, hay meses con baja actividad que podrían ser aprovechados para publicar contenido sobre otro tipo de actividades que gestiona la Corporación Gastronómica, como los ciclos de formación y proyectos de investigación, ya que hay meses previos al evento con una baja presencia en redes sociales. Esta es una sugerencia que permite dar a conocer las demás actividades transversales al Congreso Gastronómico y que promueven Popayán como ciudad creativa de la gastronomía.

Si observamos algunas de las publicaciones de las redes sociales que gestionan para la comunicación de las actividades, podremos conocer las muestras de difusión del evento y los procesos que vinculan a Popayán y al congreso dentro del marco de



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



relaciones locales y transnacionales. Al visualizar las redes sociales, se puede resaltar que la presencia de contenido alrededor del Congreso Gastronómico es notable en Instagram y Facebook, sobre todo en el mes previo, que incluyen más detalles de cada uno de los procesos de preproducción y producción. La diferencia se puede encontrar en Facebook que es utilizada como red social para las transmisiones en vivo de los espacios del Congreso Gastronómico y además incorpora contenido sobre todas las etapas del evento.

A continuación, se exponen algunas de las publicaciones que están atravesadas por la gestión de la comunicación en el marco del Congreso Gastronómico, en las que se desarrollaron las relaciones transnacionales y locales y su difusión, como parte de los procesos culturales de una ciudad creativa.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



gastronomicpop



69 Me gusta

**gastronomicpop** Una delegación de Florianópolis 🇧🇷 visitó Popayán durante el XIX Congreso Gastronómico en donde compartió la experiencia como Ciudad Creativa de la UNESCO y firmó un convenio de Cooperación con Popayán que permita implementar proyectos de desarrollo y promoción de la tradición cultural, el arte, la educación, el intercambio académico, el turismo, las artesanías, la gastronomía, la ciencia, entre otros.

.  
. .  
. .  
. .  
. .

#CorporaciónGastronómicaPopayán  
#CongresoGastronómicoPopayán

Figura 3. Publicación tomada el 28 de noviembre del instagram @gastronomicpop

Las publicaciones en las redes sociales realizadas difunden aspectos relevantes de la cultura en Popayán, como los resultados del Congreso Gastronómico o las alianzas creadas producto del evento, que se materializan en convenios de cooperación, en los



que hay una expresión activa de las relaciones locales y transnacionales producto del formato del congreso, como se puede visualizar en la figura 3.

Por otro lado, en las publicaciones de Facebook también se observa cómo la difusión del evento puede ser transmitida por la misma plataforma para establecer las relaciones locales con el público interesado en el evento. Es la manera que ha dispuesto la corporación para conectar con su público local y demás personas que navegan en internet a nivel internacional. En la figura 4, se observa una de las transmisiones en vivo de la Tarima del Sabor y los grupos artísticos que participaron del espacio.



Figura 4. Publicación tomada el 28 de noviembre de Facebook Corporación Gastronómica de Popayán



### **Sabe App Popayán**

La apuesta de la Corporación Gastronómica por integrar una aplicación digital en el desarrollo del Congreso Gastronómico es innovadora e inédita frente a las anteriores ediciones del evento. Esta iniciativa tiene explicación por los recientes cambios que ha vivido la sociedad a causa del covid 19 y las cuarentenas obligatorias, en la que han ocurrido dificultades para vivir y experimentar las actividades desde la presencialidad, por ello las herramientas digitales han sido una alternativa que ha tomado más fuerza para suplir el contacto entre el público y las actividades que se desarrollan.

Los datos o resultados sobre el funcionamiento y eficiencia de la aplicación aún no son posibles de analizar, ya que es una propuesta de gestión nueva de la Corporación Gastronómica. Pero, en el marco de esta investigación es preciso resaltar las funcionalidades que remiten a estrechar las relaciones, principalmente las del público local en donde se realiza el congreso, es decir Popayán.

La aplicación digital está disponible en versión web y móvil, y su interfaz varía notablemente en cada una de ellas. Su contenido está basado en la estructura programática con la que se ha desarrollado el congreso. Se tiene en cuenta la Tarima del sabor, la Tarima del Saber, el Foro Académico y los Recintos feriales. Todo usuario que entre a la aplicación puede acceder a contenido *on line* de la programación que hay en los días del congreso. Además, la plataforma tiene el propósito de conectar a los usuarios con los vendedores y toda la oferta gastronómica que hay disponible en el evento y Popayán. Este es un dato importante, dado que la comunicación entre la Corporación Gastronómica, los emprendimientos locales y el público local fluye a través de esta aplicación, en la que los usuarios son redirigidos a contactos de whatsapp de los emprendimientos locales que participan en el congreso.

De esta manera, la posibilidad de establecer relaciones entre los actores locales se facilita. Dentro de la plataforma se puede encontrar varias categorías que direccionan al usuario para que disponga de diferentes opciones gastronómicas, ya sea por tipo de



comida, comercios disponibles, por ubicación o recomendación, tal como puede observarse en el anexo N°6. Esta herramienta con su función de *marketplace* permite comparar precios, comercios y hacer una selección directa de los productos que el usuario prefiera comprar, de tal forma que el comprador realice un pedido directamente con los negocios que ofrecen productos.

Para la Corporación Gastronómica, la gestión de esta aplicación móvil y las redes sociales ha sido un apoyo para afrontar los cambios en la sociedad y la posibilidad de llegar a otros lugares, especialmente en los días que se realiza el Congreso Gastronómico y las circunstancias de la no presencialidad. Si continuamos con las ideas de Carlos Sanchez (2015), la sociedad que posee una nueva geografía política con menor intervención del Estado nación, también integraría la mediación electrónica y la mayor presencia de migraciones masivas, dado que hay un acceso a herramientas digitales y de comunicación que facilitan las relaciones transnacionales y locales y la menor intervención del Estado. Según Appadurai (2001), “ los medios de comunicación como los movimientos migratorios se globalizaron masivamente y se volvieron activos en grandes e irregulares espacios transnacionales” (p. 25). Dicho de otra forma, los medios de comunicación adoptaron un rol activo para trascender las barreras de las fronteras y se convirtieron en protagonistas para estrechar relaciones y difundir información.

Con la oportunidad que brindan las redes sociales y aplicaciones móviles como herramientas para dar poder y fuerza de visibilidad al sector cultural, la Corporación Gastronómica debería seguir incluyendo contenido que transmita y fortalezca las relaciones locales y transnacionales, pues ya sabemos que estas son importantes en la gestión del Congreso Gastronómico y la coordinación de sus actividades, pero estas relaciones también están presentes en las redes sociales y plataformas digitales que se dirigen con un contenido o información hacia distintas personas u organizaciones del mundo. A partir de estas herramientas de difusión se puede llegar a las personas y



manifestar las acciones, investigaciones, tendencias, logros y las contribuciones para Popayán ciudad creativa que trascienden las fronteras y fortalecen la cultura local.

Por lo anterior, resulta pertinente referirse a Jurgen Appadurai (2001), quien invita a que consideremos estimular las relaciones transnacionales y locales teniendo en cuenta los sentimientos para producir contenido en las herramientas digitales de difusión. Según el investigador, los sentimientos producen intimidad hacia una cultura, crean lo que él llama *comunidades de sentimiento*, de tal forma que construyen un escenario para fortalecer la identidad en la localidad. A pesar de que muchas personas estén en espacios vastos e irregulares en los que se mueven, ellas se mantienen vinculadas por sofisticadas capacidades mediáticas. En el caso del Congreso Gastronómico, se sugeriría que las publicaciones de Facebook e Instagram tengan un componente de reconocimiento de marca que mueva los sentimientos de las personas. De esta forma, el contenido puede agregar un valor que fortalezca la identidad de la Corporación Gastronómica y el congreso a través del poder mediático que tienen estas herramientas para llegar a distintas personas del mundo.

Este recorrido por las relaciones transnacionales y locales como procesos que sostienen la gestión del Congreso Gastronómico, nos señalan la injerencia que tienen en un proyecto como este. La geografía política actual invita a pensar el Congreso Gastronómico como una muestra de la simultaneidad de múltiples territorios y actores participando en un único espacio, ya sea de forma presencial o virtual. De ahí que observemos la gestión de las relaciones transnacionales y locales como mecanismos presentes en la coordinación del evento y las esferas de la cultura en las que intervienen, así se vio en el caso de la educación o la comunicación del evento.

La desnacionalización de algunos componentes del congreso resultan del proceso de incorporar relaciones transnacionales a la coordinación y programación de actividades en los escenarios. Pero, se consideró que este es un efecto inherente al formato del congreso que llevan este tipo de mecanismos de gestión al proyecto cultural. Por lo tanto, la reflexión e invitación es lograr un equilibrio entre los contenidos que se



adoptan de las relaciones transnacionales y locales, sin perder de vista la armonía con que se deben acoger los territorios locales e internacionales invitados que participan del evento para brindar sus muestras gastronómicas culturales.

Por otra parte, consideramos las redes sociales como un aspecto importante para el desarrollo de las relaciones locales y transnacionales, debido a que ha sido una herramienta para comunicar local e internacionalmente la información y contenido del Congreso Gastronómico y la Corporación Gastronómica. Los datos presentados en este capítulo demostraron que hubo un incremento del uso de las redes sociales, sobre todo en las etapas de preproducción, producción y posproducción del evento. Además, teniendo en cuenta que la sociedad exige adaptarse a los cambios y el sector cultural debe llegar a las personas para tener visibilidad, resaltamos que la Corporación Gastronómica estimuló el uso de las redes sociales y la creación de una app para buscar oportunidades y afrontar los obstáculos de la pandemia del covid 19 y los efectos de la no presencialidad en el Congreso Gastronómico.

Al observar el uso de las redes sociales, se puso en evidencia que hay meses sin publicaciones y contenidos que podrían aprovecharse para visibilizar la gestión cultural de otras actividades, como los ciclos de formación o contenido sobre investigación. Por ello, se sugiere que para la esfera de la comunicación se incluya un *community manager* que realice estrategias de creación de contenido con objetivos de tráfico y reconocimiento de marca. Este es un punto de reflexión que podría ayudarle al Congreso Gastronómico y a la Corporación Gastronómica a construir relaciones locales y transnacionales a partir de la virtualidad, pues la geografía política actual invita a las organizaciones a crear y relacionarse con las personas y organizaciones a partir de lo presencial y virtual. La más simple interacción digital, la reacción en facebook o instagram, el contacto vía whatsapp entre el usuario y el emprendedor local o las transmisiones de los escenarios del congreso son formas de llegar al público o al espectador curioso que está detrás de un dispositivo tecnológico.



## Capítulo 5. Conclusiones

El desarrollo de este trabajo nos ha llevado a describir y analizar cómo el Congreso Gastronómico forma parte de un ecosistema cultural popayanés, en el que se ha dispuesto de herramientas para fortalecer y respaldar la mención de Popayán como ciudad creativa de la gastronomía en la red de UNESCO. De forma implícita y explícita, la gestión y planeación del formato del Congreso Gastronómico en cada edición anual revela valores y formas de proceder que inciden en la ciudad creativa, cuyas acciones y estrategias incluyen a las relaciones locales y transnacionales como un factor que sostiene el evento en el ecosistema cultural de Popayán.

Dentro de lo que se consideró como parte del ecosistema cultural de la ciudad, se hizo mención de los diferentes eventos que se desarrollan en Popayán como parte de las manifestaciones culturales con otras temáticas, como el cine, la música o la religión. Además, se observó el marco político administrativo que rige la promoción de la cultura como un componente significativo que contribuye al diagnóstico del ecosistema cultural y los mecanismos para aportar a su crecimiento, entre ellos, los planes de desarrollo y el plan decenal de cultura.

Estos planes reúnen características que determinan el funcionamiento de una política cultural en Popayán de la que es importante destacar los consensos realizados por las autoridades municipales con las organizaciones civiles, pues ello ha contribuido al trámite de *La política cultural para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y cocinas tradicionales de Popayán o el Plan de seguridad alimentaria y nutricional 2009-2018*. Dichas políticas han sido importantes para la ciudad por su valor para fomentar acciones que contribuyen a velar por los procesos culturales que se desarrollan en la ciudad, en los que ha participado la Corporación Gastronómica para su ejecución a partir de ciclos de formación y promoción de la investigación en la gastronomía.



El desarrollo de una política cultural deja entrever el poder de gestión, las posibilidades, oportunidades y límites con los que cuenta el sector cultural. De ahí que Olmos (2008) nos recuerde cómo el poder o la ausencia de este puede demostrar las condiciones y los mecanismos con los que puede contar este sector, haciendo referencia a las políticas, las alianzas estratégicas, las estructuras administrativas y la capacidad de movilización para brindarle fuerza. El resultado de estas condiciones y mecanismos crea un escenario que permite apoyar los procesos de gestión de la cultura, como el caso de la Corporación Gastronómica a través de los eventos que gestiona para fomentar la investigación y salvaguardar la cultura en las cocinas tradicionales y que son apoyados por *La política cultural para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y cocinas tradicionales de Popayán*.

A su vez, se evidenció que las políticas y planes diagnostican e identifican los puntos fuertes y débiles con los que cuenta este sector en Popayán. El plan decenal de cultura identificó la desconexión y desarticulación de los gestores culturales y la sociedad civil en la promoción de una ciudad creativa. Pero no basta con que las alcaldías municipales y autoridades encargadas apliquen diagnósticos y análisis para futuros proyectos, sino que también es necesario actuar conforme a las condiciones en las que se encuentra la sociedad. Por ello, fue oportuno analizar el caso del Congreso Gastronómico en su formato y estrategias que impulsan el sector cultural, a Popayán como ciudad creativa y al desarrollo de sus relaciones locales y transnacionales para incidir en su estructura programática.

Al revisar la historia de la creación del evento gastronómico en 2003 y la designación de Popayán como ciudad creativa de la gastronomía por UNESCO en 2005, se reveló que no fue un proceso aislado y alejado de los aportes de actores en la sociedad. Por el contrario, estos acontecimientos fueron posibles por la articulación de diferentes organismos y de la sociedad civil, mediante consensos, particularmente las contribuciones de instituciones educativas, académicos, administraciones y cocineros tradicionales que, en años anteriores, habían aportado desde una área específica.



Todo esto implica un proceso continuo y paulatino sobre la ciudad creativa de la gastronomía y el Congreso Gastronómico, con objetivos, transformaciones de acuerdo al contexto y movilización de la ciudadanía para apoyar dicho proceso cultural. Es decir, un proyecto que movilice a la gente por su significado, con propósitos comunes, propios y con un nivel de protagonismo que las haga partícipes del ecosistema cultural (Olmos, 2008).

De esta forma, durante casi dos décadas de la promoción de este proceso, se han documentado investigaciones y ciclos de formación, memorias del congreso que vinculan a las personas a reconocer y salvaguardar las cocinas tradicionales (Illera, 2007) (Illera, 2019), donde la academia, según Carlos Illera, ha jugado un rol importante al presentar a Popayán ante UNESCO como ciudad creativa. No obstante, sigue siendo igual de importante impulsar el poder y los efectos de estas actividades a través de los medios, tener información completa, actualizada sobre los procesos que desarrolla la academia y su impacto en una narrativa amigable al público que se transmite (Olmos, 2008). Se plantea, entonces, tener en cuenta que las herramientas y formatos de difusión podrían ampliarse y no solo limitarse a un único medio con el cual promocionar las actividades, más allá de documentos pdf escondidos en la web, de ciclos de formación o memorias del Congreso Gastronómico con transcripciones de los expositores y propósitos únicamente descriptivos y expositivos.

Por lo tanto, se reconoce el valor de estas piezas bibliográficas para resaltar la designación de Popayán como ciudad creativa, pero es importante abrir esta información, actualizarla, medir su impacto y orientarla hacia diferentes formatos con narrativas acordes al público hacia el que se dirigen. También rescatamos que el contenido de la documentación de investigaciones gastronómicas es relevante por la integración de los diferentes actores institucionales, del sector público y de la sociedad civil, debido a que responde a la lógica del sostenimiento de las relaciones locales y transnacionales, la construcción de vínculos sociales en escenarios teórico prácticos



entre las personas y la promoción de la ciudad creativa (Landry, 2008), ya sea en un marco de ciclos de formación o de actividades del Congreso Gastronómico.

En cualquiera de estos acontecimientos que promueven la ciudad creativa, se consideró importante resaltar las competencias y habilidades que deben tener los gestores culturales de estos proyectos. De acuerdo con los planteamientos de Martinelli (2007), se destacaron dos: la competencia en transferencia de información y la de situar variables locales y globales que influyen la gestión de proyectos, ya que, a partir de ellas, exploramos la naturaleza y el formato con el que debe ser pensado el Congreso Gastronómico.

Quienes se encargan de gestionar el evento, deberían tener una aproximación a este tipo de competencias con las que trascienden el perfil de los colaboradores del evento en sus labores de planeación y coordinación. Según la directora de la Corporación Gastronómica, estas personas se seleccionan por tener una faceta “comercial para vender el congreso a una entidad privada, querer la ciudad, que tenga conocimiento de eventos”, esto pensando más allá en sus capacidades para relacionarse y persuadir con su comunicación a diferentes públicos y proponer iniciativas estimuladas por procesos locales globales y globales locales.

Con estos análisis y planteamientos sobre el surgimiento de Popayán como ciudad creativa y la relevancia del congreso para promover la cultura gastronómica sobre ella, este trabajo condujo a explorar los procesos de gestión y la presencia de las relaciones locales y transnacionales para entender la fuente de movilización y desarrollo que son para este evento cultural. A su vez, son estas mismas relaciones locales y transnacionales las que mueven y refuerzan la designación de Popayán como ciudad creativa de la gastronomía, puesto que la UNESCO, como organismo promotor de la red, motiva a que “las ciudades miembro hagan de la creatividad un componente de desarrollo urbano, a través de las asociaciones públicas, privadas y de la sociedad civil” (UNESCO, p.1, 2020). Por eso, el apoyo a través de la financiación de proyectos



culturales con un formato como el del Congreso Gastronómico resulta beneficioso para Popayán en el marco de ciudades creativas.

En lo referente a su formato, determinamos que el congreso cuenta con un esquema fijo y otro variable, en las que sus gestores buscan territorios y culturas para que participen como invitados del Congreso Gastronómico. De este modo, el evento promueve e integra la participación de organismos transnacionales, embajadas de otros países, emprendimientos locales y nacionales, para que sean parte constitutiva del congreso y la ciudad creativa, a través de su esquema fijo y variable. Dentro de la planificación y coordinación, observamos que se delegan funciones y se hacen procesos de inscripción para integrar la ciudadanía local en los espacios que ofrece el evento.

Al analizar el formato del congreso, se observó que los escenarios están marcados por las relaciones transnacionales y locales, y pudimos dar cuenta de que el Foro Académico incluye diálogos que resignifican y tienen valor epistemológico e investigativo para promover a Popayán como ciudad creativa. Precisamente este escenario es una pieza que contribuye a pensar Popayán como ciudad creativa, dado que el Foro Académico asume protagonismo al crear un ambiente de intercambio de conocimientos, experiencias y fortalecimiento de relaciones entre distintos actores. En él, se refleja la característica de crear una atmósfera de respeto por las diferentes contribuciones de sus participantes para apoyar ideas y maximizar su potencial. Aspecto que, según Charles Landry (2008), es importante al crear condiciones para el desarrollo de una ciudad creativa.

El foro entonces se muestra como un escenario de conocimiento con actores transnacionales y nacionales con poder, capital social y económico que piensan en contextos futuros de una ciudad creativa. Sin embargo, es pertinente preguntarse si estos espacios pueden llegar a plantear acciones o procesos más concretos que se deriven de las discusiones y críticas constructivas desarrolladas en cada encuentro. Sacar provecho de esta atmósfera, que reúne diferentes perspectivas para pensar de manera holística la cultura, es una cuestión que no se debe perder de vista, puesto que la gastronomía, como



motivo de este encuentro, puede llegar a visibilizar oportunidades o aspectos por mejorar en la sociedad.

Por otro lado, se pudo apreciar que las relaciones locales y transnacionales no solamente están presentes en la coordinación y programación del evento, sino también en la gestión de las redes sociales y la aplicación móvil del congreso. Con estas herramientas evidenciamos el valor que pueden tener para cumplir sus funciones mediáticas, de difusión e identidad del contenido hacia las personas que observan y participan de lo que hace la Corporación Gastronómica.

Del manejo y gestión de las herramientas tecnológicas, rescatamos un punto de reflexión que podría ayudarle al Congreso Gastronómico y a la Corporación gastronómica a construir relaciones locales y transnacionales a partir de la virtualidad, teniendo en cuenta que el contexto actual invita a las organizaciones a crear y relacionarse con las personas y organizaciones a partir de lo presencial y virtual, Es necesario crear contenido de valor, de aprovechamiento de todas las actividades de gestión que hay detrás de la esta entidad sin ánimo de lucro y con el objetivo de mover sentimientos en las personas.

A modo de reflexión final, es necesario considerar los alcances de esta investigación y su aporte al conocimiento de las relaciones locales y transnacionales como fuente de construcción de la red de ciudades creativas, la cultura y el Congreso Gastronómico de Popayán. Teniendo en cuenta que este fue un trabajo con fines exploratorios y descriptivos del estudio de caso del Congreso Gastronómico, se llega a la conclusión de que el evento cultural de la ciudad de Popayán ha mantenido su formato, en el que la gestión de estas relaciones con actores locales y extranjeros sostiene la programación de actividades y la financiación del congreso con la presentación de proyectos.

No obstante, esta investigación no abordó la percepción ciudadana del evento o los procesos de otras entidades locales que aportan a Popayán como ciudad creativa de la gastronomía, como el caso de la Cooperativa Mesa Larga o la Oficina de Turismo de Popayán. De tal forma, se podría obtener otras perspectivas sobre la manera en que



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



estas organizaciones abordan las relaciones locales en el Congreso Gastronómico. Por ello, sería oportuno realizar estudios con metodologías cuantitativas para conocer las relaciones locales y transnacionales que tienen los participantes del evento y público asistente en futuras investigaciones. Incluso, considerar otras organizaciones locales para crear un diálogo sobre la gestión de las relaciones y la afinidad para participar del Congreso Gastronómico de Popayán.



## Bibliografía

- Abadía, A. G. (2017). *Las Cocinas de la Meseta de Popayán*. Popayán: Jorge Ramón. Alcaldía de Popayán . (2016). *Plan de Desarrollo Vive el Cambio*. Popayán.
- Alcaldía de Popayán. (2015). *Plan Municipal de Cultura de Popayán*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Alcaldía de Popayán. (20 de Julio de 2020). *Política pública para el conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentacion y cocinas tradicionales de Popayán*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Popayán: [http://www.popayan.gov.co/sites/default/files/acuerdo\\_no\\_013\\_del\\_12\\_de\\_agosto\\_del\\_2014\\_2.pdf](http://www.popayan.gov.co/sites/default/files/acuerdo_no_013_del_12_de_agosto_del_2014_2.pdf)
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Ediciones Trilce.
- Ayerbe, G. (25 de Julio de 2020). *En vivo. Popayán primera ciudad creativa de la gastronomía de la UNESCO invita a la clausura del evento internacional*. Obtenido de Turismo de Popayán. Facebook: <https://fb.watch/3CNPsuq3DH/>
- Bauman, Z. (2006). *La Globalización- Consecuencias humana*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. (1997). *¿Qué es globalización? Falacias del globalismo, respuestas de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Bellón, F. M. (2009). La ciudad creativa en tiempos de crisis. *Revista Encuentros Disciplinarios*, 33-42.
- Brain, K. (2014). The transnational networks of cultural commodities: Peruvian food in San Francisco. *Yearbook of the Association of Pacific Coast Geographers Vol 76* . , 82- 101.
- Buendía, A. (2016). La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N°132*, 351-367.
- Buenfil, R. N. (2008). Universalismo y particularismo en la globalización. *Propuesta educativa N° 30*, 9-22.
- Cámara de Comercio del Cauca. (2019). *Mercado laboral Popayán dicimembre 2018-febrero 2019*. Popayán: CCC Edición No. 3.
- Cassián, N. (2012). De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Revista Athenea Digital- N°12* , 169-190.
- Castillo, R. (2009). El trabajo en red. Reflexiones desde una experiencia. *Zerbitzuan, Revista de Servicios Sociales*, 46, 149-162.



- DANE. (2019). *Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Bogotá: DANE.
- Corporación Gastronómica. (10 de 12 de 2021). *Gastronómico Popayán*. Obtenido de El Congreso: [gastronomico.org.co/el-congreso/](http://gastronomico.org.co/el-congreso/)
- Di Clemente, E., Hernández, J. M., & López, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor de desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Revista Monográfico N°9*, 817-833.
- Echeverría, R. (2000). *La empresa emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Escobar, A. (2012). *Más allá del Tercer Mundo: Globalización y diferencia*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, ICANH.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa*. Madrid: Paidós.
- Corporación Gastronómica. (10 de 12 de 2021). *Gastronómico Popayán*. Obtenido de El Congreso: [gastronomico.org.co/el-congreso/](http://gastronomico.org.co/el-congreso/)
- Iglesia, R. G. (2005). Gestores Culturales: Nuevos profesionales y nuevas organizaciones para la complejidad social". *Actas del Primer Congreso Internacional sobre la Formación de los Gestores y Técnicos de Cultura*. (págs. 113-122). Valencia: Servicio de Asistencia y Recursos Culturales de la Diputación de Valencia.
- Illera, C. H. (2007). *Seguridad Alimentaria*. Popayán: Antonio Alarkón- Popayan Positiva.
- Illera, C. H. (2019). *Cocinas parentales de Popayán*. Popayán: Litografía San José.
- Illera, C. H. (25 de Julio de 2020). *En vivo. Popayán primera ciudad creativa de la gastronomía de la UNESCO invita a la clausura del evento internacional*. Obtenido de Turismo de Popayán. Facebook: <http://fb.watch/3CNPsuq3DH/>
- Jeamby, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: Un ensayo de conceptualización en Cataluña. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol 14 N°5*, 1187-1198.
- Junqueira, L. D., Dos Anjos, F. A., & Velasco, G. M. (2019). Análisis de la percepción acerca de las relaciones político institucionales del grupo gestor de Florianópolis/ SC: Ciudad creativa UNESCO de la gastronomía. *Revista Turismo, Visão e Ação, Vol 21 N° 2*, 22-45.
- Landry, C. (2008). *The Creative City*. London: Earthscan.
- León, P. C. (2015). Arte, política y redes transnacionales: el teatro La Mama en Nueva York y Bogotá, 1961- 1972. *Historia Crítica No 55*, 125-149.
- Londoño, W. (2011). Arqueología histórica de Popayán y la visibilización de su cultura tradicional. *Revista colombiana de Antropología Vol 47*, 91-112.
- Martinell, A. (2001). *La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro*. París: Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Cooperación .



- Mato, D. (2001). Producción transnacional de representaciones sociales y transformaciones sociales en tiempos de globalización. En D. Mato, *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización* (págs. 127- 159). Buenos Aires: CLACSO.
- Mato, D. (2004). Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización. En D. Mato, *Actores globales, redes transnacionales y actores locales en la producción de representaciones de ideas de sociedad civil* (págs. 67-93). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Moreno, O. (2010). Arte e industrias Culturales. Debates Contemporáneos en Argentina. En R. Santillán, *Hacia un Concepto Operativo de Cultura* (págs. 35-49). Buenos Aires: Editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Muñoz, J. J. (2018). *Platos de las abuelas: Cocina tradicional de Popayán*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Oddone, C. N. (2008). *La Red de Mercociudades: Globalización, Integración Regional y Desarrollo Local: La Red de Mercociudades*. Valencia: Instituto de Iberoamerica y el Mediterráneo de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Olmos, H. A. (2008). *Gestión Cultural e identidad: Claves del desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Popayán, A. d. (2020). *Plan de Desarrollo Creo en Popayán*. Popayán.
- Rey, G. (2009). *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*. Madrid: Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Robertson R. (Hawke Research Institute). (2013). Globalization and Glocalization [Entrevista]. De <https://www.youtube.com/watch?v=X2ykM7ukXO8&t=133s>
- Romeiro, P., & Méndez, R. (2008). Las ciudades del conocimiento: Revision crítica y posibilidades de aplicación a las ciudades intermedias. *Revista Electronica de Geografía y Ciencias Sociales Vol XII, N° 270*, 1-21.
- Sabaté, J., & Tironi, M. (2008). Rankings, creatividad y urbanismo. *Revista Eure Vol XXXIV N° 102*, 5-23.
- Sánchez, C. Z. (2015). Las perspectivas de la glocalización en un mundo cambiante: Una mirada desde Colombia. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo Vol 2, Num 2*, 137- 175.
- Sassen, S. (2007). Una sociología de la globalización. *Análisis político N° 61, Bogotá*, 3-27.
- Scott, A. (2007). ¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave? La dimensión cognitivo cultural. *Tabula Rasa, N° 6*, 195-217.
- Solórzano, M. (2017). La creatividad como motor de desarrollo. El caso de San Cristobal de las Casas, Chiapas y declaratoria de ciudad creativa por la artesanía y arte popular de la UNESCO. *Revista Turismo y Patrimonio N° 11* , 95-112.
- Tocancipá, J. (2006). Cafés en la ciudad blanca: identidad, crisis cafetera y reestablecimiento del orden social en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 67-79.



- Tocancipá, J. (2014). De invasión- asentamiento a barrio, 26 años después: una "mirada retrospectiva" a los cambios y continuidades urbanas de Popayán. *Revista Antípoda N°20* , 21- 47.
- Torres, H. (1999). Alegorías, metáforas y textos etnográficos: La torres del Reloj de Popayán. *Cuadernos de Antropología Poética I*, 1-36.
- Ubieta, J. R. (2007). Modelos de trabajo en red. *Educación social*, 36, 26-39.
- UNESCO. (1997). *Nuestra Diversidad Creativa: Informe de la comisión mundial de cultura y desarrollo*. Madrid: Ediciones Santa María.
- UNESCO. (20 de Julio de 2012). *Popayán, Colombie Ville créative de gastronomie Rapport d'évaluation périodique 2012-2015*. Obtenido de Creative Cities Network:  
[http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/EVALUATION%20Excel%20-%20Popayan\\_mis%20en%20page.pdf](http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/EVALUATION%20Excel%20-%20Popayan_mis%20en%20page.pdf)
- UNESCO. (16 de Septiembre de 2020). *Creative Cities Network*. Obtenido de Creative Cities Network:  
[http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce\\_Mission\\_Reseau\\_des\\_Villes\\_creatives\\_UNESCO\\_0.pdf](http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce_Mission_Reseau_des_Villes_creatives_UNESCO_0.pdf)
- UNESCO. (20 de Julio de 2020). *Declaración de la misión de la red de Ciudades Creativas*. Obtenido de Creative Cities Network:  
[http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce\\_Mission\\_Reseau\\_des\\_Villes\\_creatives\\_UNESCO\\_0.pdf](http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce_Mission_Reseau_des_Villes_creatives_UNESCO_0.pdf)
- UNESCO. (20 de Julio de 2020). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Educacion* . Obtenido de Creative Cities Network:  
[http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce\\_Mission\\_Reseau\\_des\\_Villes\\_creatives\\_UNESCO\\_0.pdf](http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Ennonce_Mission_Reseau_des_Villes_creatives_UNESCO_0.pdf)
- Urreste, J. E. (2008). Lo urbano en su complejidad: una lectura desde América Latina. En M. Córdova, *Popayán, entre el tiempo colonial y el tiempo moderno* (págs. 325- 338). Quito: FLACSO.
- Yudice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Editorail Gedisa.
- Zúñiga, R., & Bravo, J. M. (2019). Circuito Gastronómico de San Bernardo: Entre sabores y oficios populares. *Revista Lider N°35*, 88-109.



## Anexos

### Anexo N°1

#### REQUISITOS GENERALES DE PARTICIPACIÓN – STAND COMERCIAL XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

Los siguientes requisitos aplican para la convocatoria de los stands comerciales:

- a) La propuesta que deberá contener:
  - Lista de los productos y/o servicios que ofrecerá durante el evento. Esta lista es inmodificable.
  - Solo podrán estar dos (2) personas por Stand.
  - Fotocopia de cédula de la persona responsable del Stand.
  - Rut actualizado año 2021 de la empresa o responsable del Stand.
  - Fotocopia del carnet de vacunación contra Covid-19 de las personas que estarán en el Stand.
- b) El Stand deberán funcionar los días viernes 5, sábado 6 y domingo 7 de noviembre, en horario de 9:00 a.m. hasta las 11:00 p.m., garantizando la existencia de producto para su venta durante todo el tiempo.
- c) Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



### PROCESO PARA PARTICIPAR

- Presentar propuesta en la sede de la Corporación Gastronómica de Popayán Calle 5 # 4 – 33 Casa de la Cultura, entre los días miércoles 08 de septiembre al viernes 01 de octubre de 2021, en horario de oficina.
- Diligenciar formulario de participación el cual deberá ir adjunto a la solicitud escrita de participación. ANEXO 1.
- Del lunes 04 al viernes 08 de octubre de 2021, se realizará la selección de los escogidos para participar en el XIX Congreso Gastronómico de Popayán por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán.
- 11 de octubre de 2021: Es la fecha de publicación de los aceptados.

### COSTOS DE LA PARTICIPACIÓN

1. *STAND BEBIDAS 2.4m x 2.4m = 5.76 m<sup>2</sup>*

\$800.000 INCLUIDO IVA. Incluye toma corriente doble, iluminación, 1 tablón, 2 sillas rimax, y vigilancia nocturna. Horario de atención 9:00 a.m. a 11:00 p.m.

Ubicación del stand: PARQUE DE LA SALUD



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



### REQUISITOS Y CONDICIONES PARA LOS SELECCIONADOS XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

1. Reservar el stand con el 60% del total y al viernes 22 de octubre de 2021 haber pagado el 100%.
2. Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores.
3. No se puede sub arrendar, ni destinar espacios adicionales para la comercialización de otros productos diferentes a los aprobados por la Corporación Gastronómica de Popayán.
4. No se puede utilizar sonido, perifoneo, o eventos folclóricos en los stands, ESTOS EVENTOS SON EXCLUSIVOS DE LA TARIMA.
5. Cumplimiento estricto de los horarios establecidos de 9:00 a.m. a 11:00 p.m.
6. Asistencia obligatoria a capacitación y recomendaciones por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán en temas de, seguridad, bioseguridad, salud en el trabajo, eléctricos, logísticos y de primeros auxilios.
7. Una persona responsable con los datos tales como nombre, número de teléfono para tener contacto directo y disponibilidad las 24 horas del día con la Corporación Gastronómica de Popayán.
8. El stand se entregará el día jueves 04 de noviembre de 2021 a partir de las 4:00 p.m. para su debido montaje y pruebas de equipos.

**NOTA 1:** SI NO CUMPLE AL PRIMER LLAMADO DE ATENCIÓN A CUALQUIER PUNTO ESTABLECIDO EN ESTE DOCUMENTO O EN EL CONTRATO, SE HACE LEVANTAMIENTO INMEDIATO DEL STAND SIN DERECHO A DEVOLUCIÓN DE DINERO.

**NOTA 2:** SI DESISTE DE LA PARTICIPACIÓN DEL EVENTO NO SE HARÁ DEVOLUCIÓN DEL DINERO QUE HAYA PAGADO.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



**XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE  
POPAYÁN  
PROPUESTA**

Ciudad y Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre del establecimiento: \_\_\_\_\_

Nombre del encargado: \_\_\_\_\_

Documento de identidad: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Producto	Cantidad, Peso y/o Tamaño	Precio
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Certifico que conozco el Reglamento de stands con todas las condiciones expuestas en la capacitación y me comprometo a cumplirlo en todas sus partes, de no ser así, pagaré una sanción en dinero del 10% sobre el valor del pago de la inscripción.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## Anexo N°2

### REQUISITOS GENERALES DE PARTICIPACIÓN – TASCA XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

Los siguientes requisitos aplican para la convocatoria de las tareas:

La propuesta que deberá contener:

- Lista de las preparaciones que ofrecerá durante el evento, (No más de cinco (5) por cocina) con sus cantidades, peso y/o tamaño y precios. Esta lista será fijada en un lugar visible de la Tasca y será inalterable.
- Fotografías reales de los cinco (5) productos ofrecidos para el evento.  
(No se considerarán propuestas cuyas fotografías provengan de páginas de internet).
- Fotocopia de cédula de la empresa o responsable de la Tasca.
- Rut actualizado año 2021 de la empresa o responsable de la Tasca.
- Certificado en manipulación de alimentos expedido por la Secretaría de Salud Municipal vigente 2021, de TODAS las personas que estarán en la Tasca.
- Fotocopia del carnet de vacunación contra Covid-19 de TODAS las personas que estarán en la Tasca.

Lista de electrodomésticos a utilizar en la Tasca.

- La Tasca deberá funcionar los días viernes 5, sábado 6 y domingo 7 de noviembre, en horario de 9:00 a.m. hasta las 7:00 p.m., garantizando la existencia de producto para su venta durante todo el tiempo.
- Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores, incluso los artesanales.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## PROCESO PARA PARTICIPAR

- Presentar propuesta en la sede de la Corporación Gastronómica de Popayán Calle 5 # 4 – 33 Casa de la Cultura, entre los días miércoles 08 de septiembre al viernes 01 de octubre de 2021, en horario de oficina.
- Diligenciar formulario de participación el cual deberá ir adjunto a la solicitud escrita de participación.
- Del lunes 04 al viernes 08 de octubre de 2021, se realizará la selección de los escogidos para participar en el XIX Congreso Gastronómico de Popayán por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán.
- 11 de octubre de 2021: Es la fecha de publicación de los aceptados.

## COSTOS DE LA PARTICIPACIÓN

1. *TASCA*  $3.6m \times 3.6m = 12.96 m^2$

\$1.000.000 INCLUIDO IVA. Incluye toma corriente doble, iluminación, 1 tablón, 2 sillas rimax, 1 lavaplatos con agua potable y servicio de alcantarillado, y vigilancia nocturna.

De necesitar energía eléctrica de alta potencia/resistencia, el costo será de \$120.000 INCLUIDO IVA cada punto. Horario de atención 9:00 a.m. a 7:00 p.m.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## REQUISITOS Y CONDICIONES PARA LOS SELECCIONADOS

1. Reservar el stand con el 60% del total y al viernes 22 de octubre de 2021 haber pagado el 100%.
2. Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores, incluso los artesanales.
3. El menaje de servicio al público debe ser desechable en su totalidad, en lo posible biodegradable. No se permitirá el uso de recipientes fabricados en icopor. Se recomienda servir en hoja de plátano, bijao, papel kraft, bolsas de papel, platos de cartón y similares.
4. No se puede sub arrendar, ni destinar espacios adicionales para la comercialización de otros productos diferentes a los aprobados por la Corporación Gastronómica de Popayán.
5. No se puede utilizar sonido, perifoneo, o eventos folclóricos en los stands, ESTOS EVENTOS SON EXCLUSIVOS DE LA TARIMA.
6. Cumplimiento estricto de los horarios establecidos de 9:00 a.m. a 7:00 p.m.
7. Asistencia obligatoria a capacitación y recomendaciones por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán en temas de seguridad, bioseguridad, salud en el trabajo, eléctricos, logísticos y de primeros auxilios.
8. Una persona responsable con los datos tales como nombre, número de teléfono para tener contacto directo y disponibilidad las 24 horas del día con la Corporación Gastronómica de Popayán.
9. El stand se entregará el día jueves 04 de noviembre de 2021 a partir de las 4:00 p.m. para su debido montaje y pruebas de equipos.

**NOTA 1:** SI NO CUMPLE AL PRIMER LLAMADO DE ATENCIÓN A CUALQUIER PUNTO ESTABLECIDO EN ESTE DOCUMENTO O EN EL CONTRATO, SE HACE LEVANTAMIENTO INMEDIATO DEL STAND SIN DERECHO A DEVOLUCIÓN DE DINERO.

**NOTA 2:** SI DESISTE DE LA PARTICIPACIÓN DEL EVENTO NO SE HARÁ DEVOLUCIÓN DEL DINERO QUE HAYA PAGADO.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## PROPUESTA

Ciudad y Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre del establecimiento: \_\_\_\_\_

Nombre del encargado: \_\_\_\_\_

Documento de identidad: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

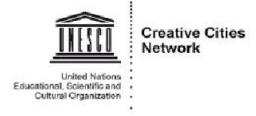
Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Productos y/o servicios a comercializar:

Platos fuertes o principales	Cantidad, Peso y/o Tamaño	Precio
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		



Universidad de Buenos Aires  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Escuela de Estudios de Posgrado



### LISTADO DE ELECTRODOMESTICOS

N°	ELECTRODOMESTICO	VOLTIOS	POTENCIA	INTENSIDAD	CORRIENTE ALTERNA	CORRIENTE CONTINUA
		(v)	(W)	(amp)	(ac)	(cc)
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

Certifico que conozco el Reglamento de stands con todas las condiciones expuestas en la capacitación y me comprometo a cumplirlo en todas sus partes, de no ser así, pagaré una sanción en dinero del 10% sobre el valor del pago de la inscripción.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre:

CC



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



### Anexo N°3

#### REQUISITOS GENERALES DE PARTICIPACIÓN – STAND COMERCIAL XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

Los siguientes requisitos aplican para la convocatoria de los stands comerciales:

La propuesta que deberá contener:

- Lista de los productos y/o servicios que ofrecerá durante el evento. Esta lista es inmodificable.
- Solo podrán estar dos (2) personas por Stand.
- Fotocopia de cédula de la persona responsable del Stand
- Rut actualizado año 2021 de la empresa o responsable del Stand
- Fotocopia del carnet de vacunación contra Covid-19 de las personas que estarán en el Stand.

El Stand deberán funcionar los días viernes 5, sábado 6 y domingo 7 de noviembre, en horario de 9:00 a.m. hasta las 11:00 p.m., garantizando la existencia de producto para su venta durante todo el tiempo.

Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## PROCESO PARA PARTICIPAR

- Presentar propuesta en la sede de la Corporación Gastronómica de Popayán Calle 5 # 4 – 33 Casa de la Cultura, entre los días miércoles 08 de septiembre al viernes 01 de octubre de 2021, en horario de oficina.
- Diligenciar formulario de participación el cual deberá ir adjunto a la solicitud escrita de participación. ANEXO 1.
- Del lunes 04 al viernes 08 de octubre de 2021, se realizará la selección de los escogidos para participar en el XIX Congreso Gastronómico de Popayán por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán.
- 11 de octubre de 2021: Es la fecha de publicación de los aceptados.

## COSTOS DE LA PARTICIPACIÓN

### 1. STAND BEBIDAS $2.4m \times 2.4m = 5.76 m^2$

\$800.000 INCLUIDO IVA. Incluye toma corriente doble, iluminación, 1 tablón, 2 sillas rimax, y vigilancia nocturna. Horario de atención 9:00 a.m. a 11:00 p.m.

Ubicación del stand: PARQUE DE LA SALUD



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## REQUISITOS Y CONDICIONES PARA LOS SELECCIONADOS XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

1. Reservar el stand con el 60% del total y al viernes 22 de octubre de 2021 haber pagado el 100%.
2. Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores.
3. No se puede sub arrendar, ni destinar espacios adicionales para la comercialización de otros productos diferentes a los aprobados por la Corporación Gastronómica de Popayán.
4. No se puede utilizar sonido, perifoneo, o eventos folclóricos en los stands, ESTOS EVENTOS SON EXCLUSIVOS DE LA TARIMA.
5. Cumplimiento estricto de los horarios establecidos de 9:00 a.m. a 11:00 p.m.
6. Asistencia obligatoria a capacitación y recomendaciones por parte de la Corporación Gastronómica de Popayán en temas de, seguridad, bioseguridad, salud en el trabajo, eléctricos, logísticos y de primeros auxilios.
7. Una persona responsable con los datos tales como nombre, número de teléfono para tener contacto directo y disponibilidad las 24 horas del día con la Corporación Gastronómica de Popayán.
8. El stand se entregará el día jueves 04 de noviembre de 2021 a partir de las 4:00 p.m. para su debido montaje y pruebas de equipos.

**NOTA 1:** SI NO CUMPLE AL PRIMER LLAMADO DE ATENCIÓN A CUALQUIER PUNTO ESTABLECIDO EN ESTE DOCUMENTO O EN EL CONTRATO, SE HACE LEVANTAMIENTO INMEDIATO DEL STAND SIN DERECHO A DEVOLUCIÓN DE DINERO.

**NOTA 2:** SI DESISTE DE LA PARTICIPACIÓN DEL EVENTO NO SE HARÁ DEVOLUCIÓN DEL DINERO QUE HAYA PAGADO.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



**XIX CONGRESO  
GASTRONÓMICO DE  
POPAYÁN  
PROPUESTA**

Ciudad y Fecha:

Nombre del establecimiento:

Nombre del encargado:

Documento de identidad:

Dirección:

Teléfono: \_\_\_\_\_

Correo electrónico:

Producto	Cantidad, Peso y/o Tamaño	Precio
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Certifico que conozco el Reglamento de stands con todas las condiciones expuestas en la capacitación y me comprometo a cumplirlo en todas sus partes, de no ser así, pagaré una sanción en dinero del 10% sobre el valor del pago de la inscripción.

Firma: \_\_\_\_\_



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## Anexo N°4

### CONVOCATORIA PABELLÓN DE COCINAS TRADICIONALES 2021 ALCALDIA DE POPAYAN SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO

#### PRESENTACION

La Secretaría de Cultura y Turismo del municipio de Popayán y la Corporación Gastronómica de Popayán, con el propósito de fomentar la conservación de nuestro patrimonio oral e inmaterial, promover el encuentro e intercambio de experiencias y saberes sobre las cocinas tradicionales de la región, el departamento y el municipio, y en procura de darle cumplimiento a lo establecido en la dimensión de desarrollo humano e inclusión social del plan de desarrollo “CREO EN POPAYAN”, convoca a cocineros (as) populares para que participen del Pabellón de Cocinas Populares a realizarse de manera descentralizada semipresencial en cinco locaciones de la ciudad de Popayán así: Centro de Convenciones Casa de la Moneda, Parque de la Salud, Parque Mosquera, Polideportivo El Mirador y Centro Comercial Terra Plaza, del 05 al 07 de noviembre de 2021, en el marco del XIX Congreso Gastronómico de Popayán.

#### CRONOGRAMA

FECHA DE APERTURA DE LA CONVOCATORIA	Miércoles 8 de septiembre de 2021
FECHA DE CIERRE DE LA CONVOCATORIA	Viernes 01 de octubre 2021
EVALUACION Y VERIFICACION DE REQUISITOS DE CADA UNA DE LAS PROPUESTAS	Lunes 04 al Viernes 08 de octubre de 2021
PUBLICACION DE SELECCIONADOS Y NOTIFICACION	Lunes 11 de octubre de 2021



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## REQUISITOS GENERALES DE PARTICIPACIÓN

Los siguientes requisitos aplican para la convocatoria contenida en el presente documento:

- a) Demostrar experiencia mínima de 3 años en el ejercicio de la cocina tradicional.
- b) Propuesta en físico que deberá contener:

Lista de las preparaciones que ofrecerá durante el evento (no más de cinco), con sus cantidades, peso y/o tamaño y precios. Esta lista será fijada en un lugar visible del stand y será inalterable.

Fotografías reales de los productos en las cantidades ofrecidas para el evento y en la presentación para el servicio al público. Nota: no se considerarán propuestas cuyas fotografías provengan de páginas de internet.

Fotocopia de cédula de la persona encargada del stand.

Certificado en manipulación de alimentos, expedido por la secretaría de salud municipal vigente, para TODOS los participantes del stand.

Certificado original de vacunación Covid-19 y fotocopia.

Lista de electrodomésticos a utilizar en el stand.

- c) Los stands deberán funcionar los días viernes 5, sábado 6 y domingo 7 de noviembre de 2021 en horario de 9:00 a.m. hasta las 7:00 p.m., garantizando la existencia de producto para su venta.

## APORTE INSTITUCIONAL PARA LOS SELECCIONADOS

- a) Un stand de 3.60 mts x 3.60mts con punto de energía, agua y alcantarillado.
- b) Un lavaplatos con rejilla.
- c) Un tablón y dos sillas rimax.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



- d) Acompañamiento y asesoría por parte del personal de la Secretaría de Cultura y Turismo, la Corporación Gastronómica de Popayán y Bomberos.

### REQUISITOS DE LOS SELECCIONADOS POR STAND

- a) Paz y salvo de impuesto de Industria y Comercio Municipal, correspondiente a la participación en el XIX Congreso Gastronómico de Popayán.
- b) Presentación del personal acorde con el evento, destacándose el uso obligatorio de uniforme, preferiblemente de color blanco con tapabocas y cofia para cubrir el cabello.
- c) El menaje de servicio al público debe ser desechable en su totalidad, en lo posible biodegradable. No se permitirá el uso de recipientes fabricados en **icopor**. Se recomienda servir en hoja de plátano, bijao, papel kraft, bolsas de papel, platos de cartón y similares.
- d) Está totalmente prohibida la venta de bebidas gaseosas, agua, cervezas y licores, incluso los artesanales.
- e) No se puede sub arrendar, ni destinar espacios adicionales para la comercialización de otros productos diferentes a los aprobados por la Corporación Gastronómica de Popayán.
- f) No se puede utilizar sonido, perifoneo, o eventos folclóricos en los stands, estos eventos son exclusivos de la Tarima.
- g) Cumplimiento del acta de compromiso en todos sus aspectos y aceptación de las condiciones establecidas en ese documento. Para este efecto, la persona responsable del stand deberá firmar la correspondiente acta.



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado



## PERFIL DEL PERSONAL CONVOCADO

Cocineros (as) populares y portadores de tradiciones culinarias del municipio de Popayán.

## PROCESO PARA PARTICIPAR

Presentar propuesta escrita en la Corporación Gastronómica de Popayán, Calle 5 # 4 - 33, Celular 316 526 0784 o en la Secretaría de Cultura y Turismo de Popayán, entre los días miércoles 08 de septiembre de 2021, a las 9:00 a.m. y el viernes 01 de octubre de 2021 a las 5:00 p.m.

Diligenciar el formulario de participación, el cual deberá ir anexo a la solicitud escrita de participación.

Anexar fotografía (tamaño 3x4) actual de la persona responsable del stand en el formulario de inscripción.



Universidad de Buenos Aires  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Escuela de Estudios de Posgrado



**PABELLON DE COCINAS POPULARES  
 2021 XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE  
 POPAYAN**

**FICHA DE INSCRIPCIÓN**



Fecha: \_\_\_\_\_

**DATOS DEL PARTICIPANTE**

Nombre del Proponente:

---

Documento de Identidad:

---

Dirección:

---

Teléfono:

---

Correo Electrónico:

---

**PLATOS FUERTES O PRINCIPALES CON LOS QUE SE INSCRIBE**

Nº	NOMBRE	PESO / CANTIDAD / TAMAÑO	VALOR
----	--------	--------------------------	-------

1			
---	--	--	--

2			
---	--	--	--

3			
---	--	--	--

4			
---	--	--	--

5			
---	--	--	--



Universidad de Buenos Aires  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Escuela de Estudios de Posgrado



**BEBIDAS**

N°	NOMBRE	PESO / CANTIDAD / TAMAÑO	VALOR
1			
2			
3			
4			
5			

Certifico que conozco el Reglamento del Pabellón de Cocinas Populares y me comprometo a cumplirlo en todas sus partes.

**Firma**

\_\_\_\_\_

**Nombre**

\_\_\_\_\_

**Cédula**

\_\_\_\_\_



Universidad de Buenos Aires  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Escuela de Estudios de Posgrado



Popayán  
 City of Gastronomy



## XIX CONGRESO GASTRONÓMICO DE POPAYÁN

### LISTADO DE ELECTRODOMESTICOS

N°	ELECTRODOMESTICO	VOLTIOS	POTENCIA	INTENSIDAD	CORRIENTE ALTERNA	CORRIENTE CONTINUA
		(v)	(W)	(amp)	(ac )	(cc )
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						



## Anexo N°5



gastronomicopop



**XIX CONGRESO  
GASTRONÓMICO DE POPAYÁN**  
NOVIEMBRE 5, 6 Y 7 DE 2021

**AMPLIAMOS CONVOCATORIA A:**

- COCINAS TRADICIONALES
- BEBIDAS DEL PACÍFICO
- TASCAS  
Restaurantes o negocios particulares
- STANDS COMERCIALES  
Instituciones, productos procesados o artesanías

**INSCRIPCIONES ABIERTAS**  
HASTA EL 15 DE OCTUBRE  
FORMULARIOS Y REQUISITOS EN  
[www.gastronomico.org.co](http://www.gastronomico.org.co)  
O EN LA SEDE DE LA CORPORACIÓN GASTRONÓMICA CALLE 5 # 4-33 / POPAYÁN



53 Me gusta

**gastronomicopop** Hasta el 15 de octubre ampliamos la convocatoria para que los interesados en participar con cocinas tradicionales, tascas, bebidas del pacífico o stands comerciales puedan hacer parte del XIX Congreso Gastronómico.

.  
.  
.

#Gastronómico2021

#CongresoGastronómicoPopayán



## Anexo N°6

