

Artículos

Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo

Gastronomy education: The link between cultural identity and tourism

Abstract

Ana Cecilia Reyes Uribe*, Eva Angélica Guerra Avalos, José Manuel Quintero Villa*****

* Doctora en Ecología Humana. Es profesora-investigadora del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio de la Universidad de Guadalajara, México.

** Profesora-investigadora del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio de la Universidad de Guadalajara, México.

*** Doctorante en Gestión y Desarrollo Turístico por la Universidad de Málaga. Es profesor investigador del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio de la Universidad de Guadalajara, México.

Correspondencia:

Ana Cecilia Reyes Uribe

Email: ceciliareyesu@hotmail.com

Recibido el 25 de julio del 2016

Reenvío el 21 de septiembre del 2016

Aceptado el 16 de enero del 2017

Resumen

Este trabajo tiene tres propósitos principales, el primero, es establecer la evolución histórica de la gastronomía, su conceptualización y los enfoques para abordar el estudio de la misma. El segundo, es hacer una reflexión crítica sobre diversos programas académicos nacionales e internacionales que ofertan estudios sobre gastronomía, sus principales elementos formativos, y su congruencia teórico-práctica, entre otros aspectos. El tercero, es argumentar la articulación de la gastronomía tradicional como producto turístico con la educación, enlace que en México incide en el diseño de políticas públicas para la preservación de la cultura local y el desarrollo comunitario. Se concluye que las Instituciones de Educación Superior deben jugar un papel relevante en el diseño de programas que contribuyan al impulso del patrimonio culinario mexicano, para que éste, a su vez, favorezca a que el país sea más competitivo a nivel internacional en materia de turismo.

Palabras clave: conceptualización de la gastronomía, estudios en gastronomía, programas académicos, patrimonio gastronómico, cultura local, producto turístico.

Abstract

This work has three main purposes, the first, is to establish the historical evolution, conceptualization, and different approaches used for the study of gastronomy. The second is to make a critical reflection on several national and international academic programs, which offer gastronomy

courses, including their main formative elements, theoretical and practical aspects, among others. The third is to discuss the role of traditional gastronomy as a tourism product in education, which has an effect in the design of public policies in Mexico, where these policies may help to preserve the local culture and increase community development. It is concluded that higher educational institutions must participate in the design of educational programs to encourage the Mexican culinary heritage, and consequently, this is likely to increase international competitiveness in the field of tourism.

Keywords: conceptualization of gastronomy, studies in gastronomy, academic programs, gastronomic heritage, local culture, tourism product.

Introducción

La historia de la gastronomía se remonta al momento en el que aparece el hombre en la tierra. Los gastrónomos inician su estudio formal a través del descubrimiento de evidencia sobre la forma de vida del hombre prehistórico y aspectos como la geografía, los rasgos físicos, los rasgos biológicos y las estructuras socio-culturales que permiten entender los patrones alimentarios existentes (Bode, 1999). La gastronomía, como hoy la conocemos, comienza a escribirse con las aportaciones de estudios antropológicos que evidencian cambios importantes en el régimen alimentario del periodo arcaico, como el descubrimiento y uso del fuego, el perfeccionamiento de la caza, la domesticación de animales, y el inicio de la agricultura. Por ejemplo, la evolución histórica del uso de contenedores para alimentos y bebidas data del año 6 000 a.C., en el que el hombre comienza la elaboración de vasijas que permitieron el almacenamiento de alimentos. De esta forma, la evidencia antropológica muestra que el hombre, al cocinar alimentos con agua en contenedores, desarrolla los primeros métodos de cocción en los que los alimentos se cocina sin estar expuestos directamente a la flama del fuego (Bode, 1999).

La historia de la relación entre el hombre y los alimentos es extensa, al igual que la forma en la que el término gastronomía es conceptualizado. En su forma más simple, la gastronomía se deriva de la palabra griega *gastros*, que significa estómago (incluye el aparato digestivo y la boca) y de la palabra *nomos* que se refiere al conocimiento o regulación

(Zahari *et al.*, 2009). La palabra griega hace referencia al conocimiento de aquellos alimentos que se ingieren; aunque la gastronomía también se ha definido como “el arte y ciencia de los alimentos” (Bode, 1999).

Igualmente han aparecido conceptualizaciones más complejas que hacen referencia al enfoque disciplinar bajo el cual se busca comprender la gastronomía. Por ejemplo, el término “gastro-geografía” busca explicar cómo es que los hábitos alimentarios de las personas están ligados directamente con el lugar geográfico en el que viven (antes del fenómeno de la globalización). La ubicación geográfica incluye el clima, las características del suelo, la cercanía al mar, montañas, fuentes de agua y las estaciones del año, entre otros (Bode, 1999; Oliveira y Teixeira, 2011); todos estos factores determinan el tipo de flora y fauna disponibles para el hombre, y por tanto el tipo de dieta que le caracteriza.

La definición de gastronomía también ha cambiado su sentido en diversos períodos históricos. Por ejemplo, Navarro *et al.* (2012), argumentan que a principios del siglo XVII la gastronomía utilizaba un enfoque basado en la adquisición de los nutrientes, siendo estos indispensables para el adecuado funcionamiento fisiológico en la preservación del hombre; esta perspectiva evoluciona, y se introducen otros conceptos, como el manejo higiénico de los alimentos, nuevos ingredientes, usos de la tecnología, la innovación y diseño de platillos que además de ser nutritivos sean deliciosos al paladar, junto con el manejo de nuevas texturas y sabores que provoquen que el comensal tenga nuevas sensaciones, mientras consume los alimentos.

Para el propósito de este documento, existe coincidencia con otros autores sobre el uso de la definición de gastronomía, propuesta por el famoso gastrónomo francés Jean Anthelme Brillat-Savarin, quien no se limita a la simple descripción de los alimentos disponibles para el hombre, los métodos con los que éstos se preparan y su tipología. Brillat-Savarin buscó dar respuesta a varias interrogantes que enriquecieron la definición y estudio de la gastronomía. Por ejemplo, la gastronomía busca conocer cómo se consumen determinados alimentos (e.g., a mano, con cubiertos), en dónde es que se consumen los alimentos (e.g., sentados en una mesa, en el piso), cuándo y con qué frecuencia el hombre se alimenta (e.g., número de veces al día que se come, tiempo de consumo), con quién se come (e.g., familia, amigos), y cuáles son los motivos o razones por las que se consumen los alimentos (Zahari *et al.*, 2009).

Es decir, además de comer porque el hombre busca cubrir una necesidad básica (evitar sentir hambre), el hombre se alimenta en diversos contextos sociales, por lo que se pasa de un simple acto de consumo de alimentos a un acto de expresión cultural, de convivencia social y de comunicación (López y Sánchez, 2011; Santich, 2004; Zahari *et al.*,

2009); en el que además, se experimenta disfrute y placer (Navarro *et al.*, 2012; Santich, 2004). Es así como la aportación de Brillant-Savarin, y otros autores a la conceptualización de la gastronomía, hace que concurran las ciencias naturales y sociales, con aportaciones en la cultura, la historia, la literatura, la filosofía, la economía, la geografía, la biología, la fisiología y la religión, entre otros (Santich, 2004; Zahari *et al.*, 2009).

El estudio de la gastronomía

Existe una diferencia entre la gastronomía y su aplicación práctica, y el estudio de la gastronomía. La gastronomía, desde su aplicación práctica, requiere de conocimiento y habilidades que permiten que un insumo se procese. Por ejemplo, un producto crudo como la carne, se procesa mediante diversas técnicas de cocción (e.g., braseado, emparrillado, estofado) y el uso de otros productos complementarios (e.g., sal, pimienta, aceite), para que se convierta en un producto comestible con características definidas (e.g., sabor, presentación). La aplicación práctica de la gastronomía no requiere de estudios gastronómicos formales previos y el conocimiento se puede transmitir en la cotidianidad del entorno, en el día a día de las personas, para atender a la necesidad de alimentarse.

El estudio de la gastronomía comprende los aspectos prácticos de la misma, pero además busca responder a otras preguntas sobre el cómo, dónde, cuándo y porqué se consumen los alimentos (Santich, 2004; Zahari *et al.*, 2009). Se realiza un análisis y reflexión sobre el fenómeno, y se busca el rediseño o mejora de otros aspectos como la producción, transportación, almacenamiento y procesamiento de productos. Igualmente, la química de los alimentos, los procesos digestivos, los elementos nutritivos y las respuestas fisiológicas del efecto de los alimentos en el organismo son tomados en cuenta, junto con las elecciones y costumbres de los comensales, y hasta la política económica (Santich, 2004).

Además, el estudio de la gastronomía está directamente relacionado con los aspectos contextuales prevalecientes en diversas épocas históricas. Es decir, la gastronomía evoluciona de acuerdo con las necesidades sociales existentes; por ejemplo, Bode (1999) comenta que en el siglo XVIII en Francia, existía hambruna, particularmente durante el invierno. Es entonces cuando Antonine Augustin Parmentier realiza varios estudios sobre las propiedades de la papa –que en esa época sólo se utilizaba para alimentar a los cerdos–, y descubre que la papa es muy resistente al frío y tiene altas propiedades nutricionales; este gastrónomo introduce entonces a la papa como un alimento para consumo humano. Otro ejemplo es Augusto Escoffier, pionero en el estudio de los tiempos y

movimientos de las cocinas en el siglo XIX en Francia. Sus observaciones lo llevaron a dividir la cocina en espacios o secciones de acuerdo al tipo de platillos a preparar (e.g., cocina fría y cocina caliente); además, elaboró algunos de los primeros organigramas del departamento de cocina. El trabajo de Escoffier en la jerarquización de puestos por especialidades, sigue siendo utilizado en la actualidad, aunque con modificaciones menores.

En el siglo XX y XXI se presenta un movimiento más enfocado en la creatividad y la innovación. Por ejemplo, el gastrónomo francés Fernand Point defendió una cocina no estática, creativa y con invención –el cocinero puede hacer cambios a sus platillos–; además, Point estaba a favor de que el chef saliera de la cocina para socializar con los clientes y conocer de primera mano sus gustos. Otro ejemplo es Ferrán Adriá, chef español que realiza aportaciones técnicas importantes, como el empleo de nitrógeno líquido y el uso del sifón, para dar una textura con burbujas a los platillos (i.e., esferificación). Asimismo, Adriá contrasta texturas, sabores y temperaturas para sorprender a los comensales. Este gastrónomo español cuenta con un taller-laboratorio que genera conocimiento para el estudio de la gastronomía actual.

Consecuentemente, los estudios gastronómicos son interdisciplinarios, ya que los gastrónomos no buscan substituir, sino complementar la diversidad de perspectivas disciplinares en los estudios sobre alimentos y cultura; alimentos y sociedad; alimentos y mercadotecnia; alimentos y turismo, entre muchos otros (Scarpato, 2002). Más aún, de acuerdo con Kesimoglu (2015), el estudio de la gastronomía debe hacer uso de diversas disciplinas, ya que se encuentra siempre en un proceso de transformación o cambio en donde no existe una conceptualización o perspectiva consolidada para su estudio, dado que la gastronomía surge y evoluciona a la par de los contextos sociales en los que está inmersa. Además, el estudio de la gastronomía debe transitar –idealmente– de un enfoque construido básicamente de cualidades medibles y operacionales (i.e., precio, higiene, ubicación, calidad), al desarrollo de un enfoque que atienda aspectos abstractos y cualitativamente hipotéticos, como la satisfacción y la experiencia del comensal.

Así, el estudio de la gastronomía involucra a diversas disciplinas y se ve reflejado en los programas educativos. Por ejemplo, la Universidad de Bolonia en Italia y la Universidad de Adelaida en Australia, han introducido programas en gastronomía que ofrecen cursos de cocina y dieta enfocados a su desarrollo histórico; además, ofrecen cursos que conectan a los alimentos con las artes visuales, con la comunicación y con estudios museísticos. Asimismo, la Boston University Metropolitan College en Estados Unidos, incluye en su programa sobre gastronomía, la historia de los alimentos, la cultura culinaria, la antropología alimentaria, los

alimentos y las artes visuales junto con el lenguaje y escritura alimentaria. Además, diversos programas universitarios contemplan el estudio del clima, la geografía, la agricultura, el comercio y los significados de la comida, entre muchos otros (Santich, 2004).

Los estudios sobre gastronomía están estrechamente relacionados con programas de la ciencia y la tecnología, que buscan responder a las necesidades de la industria alimentaria en su conjunto, como sucede con la oferta de varios programas de universidades en Estados Unidos, Italia, Francia y Australia que introducen cursos relacionados con la gastronomía y la industria de la alimentación (sin limitarse a centros de consumo exclusivamente) (Zahari *et al.*, 2009). Así, la industria alimentaria se compone de varios subsectores, como la producción y distribución de alimentos, los servicios de banquetes, y los centros de consumo para sectores específicos (e.g., hoteles, escuelas, hospitales, reclusorios, medios de transporte).

En México, las instituciones de educación superior han presentado un incremento en la demanda de formación de recursos humanos que atiendan a las necesidades del área gastronómica (Muñoz, Tamayo & Hernández, 2012). Muñoz (2007) afirma que el desarrollo de la gastronomía en el país, iniciado desde 1940 con establecimientos como Tampico Club, Ambassadeurs, La Capilla, o La Ciudad Gastronómica, condujo a un campo de trabajo diverso en oportunidades y bien remunerado que continuamente debe adaptarse al mercado, sin perder de vista la difusión de tradiciones gastronómicas y la nutrición. Tal necesidad de adaptación justifica como temas de actualidad a la formación de calidad en investigación, planeación, promoción y operación de alimentos y bebidas.

Aunque este incremento en la demanda no es exclusivo de México. Cohen (2010) atribuye a los medios de comunicación el repunte de la oferta educativa en gastronomía, particularmente por la gran influencia de los programas de cocina en televisión como "Iron Chef" y "Hell's Kitchen" y películas como "Ratatouille". Asimismo, Cohen considera que, en algunos casos, la necesidad de mejorar la situación económica puede influir, ya que las carreras en gastronomía tienen muchos componentes prácticos que permiten al estudiante obtener ingresos mientras cursa sus estudios. Además, hay una amplia diversidad de programas educativos que no son exclusivamente ofertados por universidades, especialmente privadas, lo que permite ingresar a escuelas culinarias con menores requisitos de ingreso y que pueden ser menos onerosas.

Tal es el caso de la Federación Culinaria Americana en los Estados Unidos, dicha Federación fue fundada en 1929 con el objetivo de ofrecer una opción viable para generar recursos humanos altamente competitivos en

el sector gastronómico, sin tener que recibir educación formal en una universidad (como ayuda a quienes no podían pagar estudios universitarios). La Federación Culinaria Americana actualmente ofrece un programa de aprendizaje culinario que combina prácticas pagadas y clases. Existen diversos programas y horas prácticas, desde un programa de 6 meses con 1 000 horas de prácticas pagadas, clases impartidas por chefs profesionales y cursos de 30 horas en el manejo sanitario de alimentos, hasta programas de 3 años con 6 000 horas de prácticas pagadas, 150 reportes en bitácora supervisados por un chef y 445 horas de instrucción en diversos temas culinarios (ACF, 2015).

Debe considerarse que las instituciones con mayor prestigio en la enseñanza de la gastronomía a nivel profesional son del orden privado, tanto en la República Mexicana (e.g., Escuela Culinaria Internacional, Colegio Superior de Gastronomía, Centro de Estudios Superiores de San Ángel, Universidad del Claustro de Sor Juana, Universidad del Valle de México), como en el resto del mundo (e.g., Cordon Bleu, Culinary Institute of America, Academia Barilla).

Programas educativos en gastronomía

En un estudio realizado por Muñoz *et al.* (2012), a 21 instituciones de educación superior en México que ofertaban la carrera en gastronomía, se encontró que la mayoría de los programas eran congruentes y tenían pertinencia en la formación de profesionales para satisfacer las necesidades del sector. En cuanto a los contenidos, la mayoría de los programas daban especial importancia a la creatividad, el desarrollo de los servicios de alimentos y bebidas, el aprovechamiento de los recursos gastronómicos para el fortalecimiento del turismo, la difusión de la cultura gastronómica, la aplicación de nuevas tecnologías, la producción de alimentos, y el desarrollo de habilidades directivas. Estos elementos formativos son coherentes con los encontrados en otros estudios que incorporan además aspectos como la investigación, desarrollo y procesamiento de alimentos, especialización en el marketing de alimentos, y desarrollo de habilidades literarias sobre la oferta alimenticia (i.e., críticos en gastronomía) (Zahari *et al.*, 2009).

De igual manera, Van Hoof *et al.* (2014) realizaron un estudio en Ecuador en donde identificaron otros aspectos relevantes en la formación de los estudiantes en gastronomía, entre los que destacan: habilidades financieras y de recursos humanos, el desarrollo de una adecuada comunicación oral y escrita, liderazgo, adaptación al cambio, y ética profesional y personal. Conjuntamente, Van Hoof y colegas encontraron que los empleadores tienen una notable inclinación a favor de la práctica,

aunque también buscan que los egresados universitarios puedan resolver problemas.

El estudio también encontró que en los puestos de más responsabilidad, los empleadores prefieren contratar personas de edad madura que cuentan con pericia demostrada; se espera que los gastrónomos recién egresados (jóvenes) hagan carrera y mejoren la parte técnica y operacional para tener puestos con más responsabilidad. Finalmente, los empleadores refirieron que esperan que los egresados tengan buena disposición, velocidad, iniciativa, creatividad y manejo de tiempos y procesos; que estén dispuesto a trabajar sin horario, trabajar en equipo, aceptar quejas, solucionar problemas, ser honrados, honestos, puntuales y manejar otro idioma. También, se espera que los graduados tengan más identidad cultural, ya que se reclama la falta de desarrollo de la cocina ecuatoriana, lo que reprime el desarrollo de productos gastronómicos propios del país (Van Hoof *et al.*, 2014).

Asimismo, en un estudio realizado en Turquía con 197 estudiantes en gastronomía, que realizaban prácticas en 27 compañías relacionadas con alimentos y bebidas, Sarioglan (2013) identificó 12 elementos formativos clave para que los estudiantes se pudieran incorporar con éxito a la vida laboral. Los elementos son: la planeación general de la producción, el manejo general de medidas higiénicas en la producción, el uso adecuado de los equipos y facilidades, el conocimiento sobre métodos de producción y abastecimiento, la aplicación de métodos generales de cortes, el dominio de métodos de cocción, la planeación de menús, la aplicación de métodos de almacenamiento, el estudio y práctica de métodos de presentación y decoración, la aplicación de métodos de control de costos, la práctica de la cocina de fusión y la práctica de la cocina molecular.

De acuerdo con estos 12 elementos formativos, se observan características con alcance técnico-operativo, que resultan insuficientes en el perfil global que el gastrónomo debe alcanzar para desempeñarse con éxito en un mercado laboral cada vez más competitivo en todos los campos de la gastronomía. Asimismo, falta estimular una idea formativa que vaya más allá de la obtención de un simple título académico en el ramo, y se desarrolle en los interesados en incursionar en el arte culinario un espíritu emprendedor que aporte conceptos novedosos y atractivos para la sociedad.

Ahora bien, no se trata nada más de crear empresas, sino de generar servicios para todos los segmentos de la comunidad desde distintos puntos de partida. Por ejemplo, Ferrán Adriá, considerado por la Academia Internacional de Gastronomía como “el mejor chef del mundo”, realizó acciones de colaboración en asesoría y apoyo a la Fundación ALICIA (Alimentación y Ciencia) impulsada por Caixa de Manresa y la

Generalitat de Cataluña, en España. Dicha fundación pretende hacer avanzar la investigación sobre los procesos alimentarios, la salud y la gastronomía; la contribución social y cultural de Adriá consiste en la implementación de programas para una mejor nutrición, además de realizar investigaciones con el propósito de elevar la comprensión de la historia de la alimentación y de la gastronomía.

En el sentido estricto empresarial, el gastrónomo debe mostrar conocimientos, habilidades y destrezas para la gestión eficaz de los negocios gastronómicos como: la solución de problemas, liderazgo, trabajo en equipo, diversidad cultural, principios y valores, entre otras.

De ahí que para Scarpato (2002), uno de los principales retos en la educación en gastronomía es la falta de conocimiento de los medios académicos al considerar a la gastronomía como "muy común, trivial, y poco problemática", dejando reducida a la gastronomía a "cómo saber hervir un huevo". Además, a los cocineros se les relega y se les atribuye un perfil bajo de formación en muchos casos. Scarpato considera que no se les valora en todo lo que contribuyen a la sociedad; así, él reflexiona: "si somos lo que comemos, los cocineros no sólo elaboran nuestros alimentos, ellos también nos han modelado". Además, Scarpato propone que la investigación en el campo gastronómico se comprometa a alcanzar algunos objetivos como son: (1) reposicionar a la actividad gastronómica como una actividad esencial dentro de las comunidades; (2) otorgar voz al campo gastronómico, para que genere un discurso con identidad propia que contrarreste la narrativa dominante que opprime a los estudios gastronómicos; y, (3) contribuir al posicionamiento de los estudios gastronómicos como una disciplina independiente (aunque estrechamente conectada con otras disciplinas).

Un importante reto para la educación gastronómica, consiste en superar la tradicional segmentación entre los aspectos teóricos y los aspectos prácticos en los que se ha dividido el trabajo académico. Más aún, los gastrónomos deben ser capaces de reflexionar sobre diversos temas como la sustentabilidad, la responsabilidad social y aspectos relacionados con el capital social de las comunidades en las que se tiene un impacto directo, así como el saber trabajar y apoyar a los productores de alimentos en el campo y comprometerse con la promoción de dietas saludables (Scarpato, 2002).

La gastronomía tradicional como producto turístico y su enlace con la educación gastronómica en México

La estrecha relación entre la gastronomía y el turismo no es nueva. Por ejemplo, Santich (2004) documenta el trabajo realizado en el siglo IV d.C. por un griego llamado Archestreatus, quien realizó viajes por el Mediterráneo y registró a detalle sus descubrimientos sobre lo que se comía y bebía en cada una de las regiones que visitaba; este registro fue publicado en un libro que era adquirido por otros viajeros, que entusiastas recorrían diversos lugares del Mediterráneo para probar la gastronomía de la región. Igualmente, el periodismo gastronómico y los críticos culinarios no son algo nuevo, ya que estas actividades se remontan al año 1804, con el francés Grimod de la Reyniere, el primer periodista en gastronomía del que se tenga conocimiento. La literatura sobre el mundo gastronómico es extensa y su conexión con los viajeros o turistas está bien documentada (Santich, 2004).

Sin embargo, algunos consideran que el papel de la gastronomía como producto turístico es algo reciente (véase a Oliveira y Teixeira, 2011), y se argumenta que el turismo gastronómico ha surgido junto con otros productos culturales para “saciar la sed” de los turistas que ya no aprecian tanto otros productos, como los de sol y playa (Oliveira y Teixeira). Santich (2004) afirma que la gastronomía cobra especial interés en la actividad turística de las últimas décadas, no sólo como un elemento integral de la promoción de un destino, sino como el motivo principal por el que los turistas visitan determinados lugares o regiones, como sucede con las rutas del vino y las rutas gastronómicas (López y Sánchez, 2011); asimismo, aparecen los términos turismo gastronómico y turismo culinario que son usados indistintamente para ilustrar la relación del turismo y la gastronomía.

En las últimas décadas también se presentan cambios en el comportamiento del turista; por ejemplo, en los años 70's y 80's el turismo gastronómico se enfocaba en la oferta de centros de consumo que contaban con un producto gourmet y con un chef de reconocido prestigio. A principios de los 90's esto cambia, se le ofrece al turista una variedad de experiencias que toman diversas formas, como las celebraciones y festivales gastronómicos, la participación directa en la elaboración y degustación de productos alimenticios (sembrar y cosechar en el agroturismo), y los viajes a través de las rutas gastronómicas, por mencionar algunos (Santich, 2004).

En ese sentido, la gastronomía como producto turístico genera experiencias en los visitantes, y esto es considerado como el principal elemento diferenciador que sustituye al servicio tradicional existente en la oferta turística de alimentos. Por eso, varios destinos con vocación

culinaria tradicional sustentan su éxito en lo que puede experimentar el turista, para afectar de forma positiva sus emociones y convertir su visita en algo auténtico e inolvidable (Ritchie y Hudson, 2009). De ahí que incluso los ingredientes y la microhistoria local se convierten *per se* en aspectos fundamentales de la vivencia gastronómica. Por ejemplo, consumir una torta ahogada en Guadalajara, Jalisco, México, es una experiencia única que no es posible vivir en otro lugar, dado que su ingrediente principal es el birote salado que sólo se elabora en esa parte del país, mismo que aporta una textura y sabor armoniosamente complementado con la carne de cerdo y la salsa de tomate cocido; si además se consume en su lugar de origen, Tortas Ahogadas "El Güerito", se puede conocer la historia de Luis de la Torre, creador del platillo. Este tipo de acercamientos contribuyen a la interpretación de la gastronomía en los destinos.

El trabajo investigativo de Harrison (2001) expone que, en efecto, cuando los viajeros alcanzan un mayor grado de involucramiento en las actividades culinarias, logran disfrutar de experiencias reveladoras. Para ello, influyen también las relaciones interpersonales que se establecen entre la comunidad receptora y los visitantes, factor determinante en el proceso de aprendizaje informal de la cultura gastronómica; dicho proceso acontece porque el visitante queda inmerso en la realidad cotidiana y cultural del sitio.

Así, el turista que viaja a un destino turístico gastronómico basa su experiencia en una diversidad de factores, como la gente, su historia, los ingredientes, los utensilios, las técnicas, los sabores, las texturas, los olores, y los suministros. Estos factores, cada uno con un mayor o menor significado para el viajero, forman parte de la memoria sobre su vivencia en el lugar, porque le permiten pasar de la contemplación a la participación y se vuelven esenciales cuando busca el producto y lo consume (Brakus, Schmitt y Zhang 2008; Holbrook, 2000). Hoy en día hay turistas dispuestos a pagar una cantidad mayor de dinero por obtener experiencias cautivadoras que motiven sus intereses y expectativas, mismas que el producto turístico de la gastronomía es capaz de satisfacer plenamente (Mehmetoglu y Engen, 2011).

Además, los turistas gastronómicos presentan ventajas importantes en comparación con otros segmentos de mercado, ya que por lo general presentan un alto nivel cultural y suelen tener una buena situación económica para solventar gastos de medios a elevados (i.e., poco sensibles al precio). Estos turistas son exigentes, les importa la calidad y la autenticidad de la gastronomía y se requiere de poca promoción para atraerlos porque, normalmente, ya tienen el interés por visitar un lugar debido a que utilizan guías gastronómicas o revistas especializadas, y el boca a boca (Oliveira, 2007).

Existe entonces una clara tendencia en los patrones de motivación del turista respecto a la gastronomía, ya que éste se interesa cada vez más en la oferta de platillos y bebidas que son característicos del destino que se visita. A partir de ese interés, la actividad turística contribuye al incremento en el uso de los productos primarios locales y a la preservación y transmisión de la preparación de recetas tradicionales que resguardan el legado cultural. La gastronomía, como parte de la cultura local, se convierte así en un producto turístico y en un elemento de promoción y venta del lugar que influye en los patrones de consumo, constituyéndose a la vez en un instrumento para generar crecimiento económico y desarrollo local (López y Sánchez, 2011).

En este mismo sentido, el alcance de este enfoque permite incluir a los grupos sociales del ámbito rural con mayor rezago (en particular a las comunidades indígenas), en los cuales el etnoconocimiento, que es una parte sustancial del desarrollo local, se concibe como el conjunto de innovaciones y prácticas de las colectividades relacionadas con los productos locales destinados al sustento del grupo (Herrera y Rodríguez, 2004. Citados por Jiménez, Thomé y Burrola, 2016). Incluso, hoy en día, se observa una revaloración social del etnoconocimiento que va más allá del entorno local en el que se practica, ya que este bagaje de sapiencias aportan también en la discusión de problemas habituales entre la población, como la seguridad alimentaria, la producción campesina, la diversidad biológica y la diversidad cultural (Jiménez *et al.*, 2016). Es en este contexto, que el turismo también se fusiona exitosamente con otras actividades productivas, como sucede con el fortalecimiento del agroturismo (Navarro y Schluter, 2010), al permitir que los turistas visiten a los productores primarios o secundarios de alimentos (Oliveira, 2007).

Por lo anteriormente expuesto, se espera que la educación formal en el campo de la gastronomía no sólo sea capaz de integrar la pluralidad de perspectivas y disciplinas que construyen el mundo gastronómico actual (Santich, 2004), sino que además articule la noción de salvaguardia culinaria tradicional con el desarrollo local y la promoción turística, y se convierta en un vehículo para el autodescubrimiento y para el descubrimiento de otros, a través de la apropiación temporal de culturas ajena. Esto podría considerarse un elemento positivo de intercambio cultural (Bessiere y Tibere, 2013) –aún si no viajamos a otros lugares– como sucede durante la visita a restaurantes que ofertan comida típica de otros países, y que nos permite descubrir y adoptar temporalmente las prácticas culturales de otros a través de su gastronomía.

Asimismo, el experimentar los alimentos y bebidas locales permite que la gastronomía se aparte de la influencia adversa de la globalización, sobre todo por la forma en que se estandarizaron las formas de alimentar a comunidades y viajeros (e.g., McDonalds, Subway, Pizza Hut, etc.). La

influencia mundial de la cocina industrial y de la comida rápida ha provocado que las tradiciones culinarias locales entren en competencia o sean fusionadas con las extranjeras, por lo que son susceptibles de perder el apego al territorio y la costumbre (Ortiz, 1994). No obstante, frente al sistema mundial globalizador, los platillos y bebidas con arraigo no se han dejado de consumir en México, gracias a una resistencia cultural que privilegia a la identidad gastronómica por ser un patrimonio vivo, cargado de significado simbólico y sabor de hogar.

Desafortunadamente, hay otros desafíos para la gastronomía tradicional mexicana además de la industrialización, como el abandono de las tierras de cultivo, el deterioro de la flora y la fauna, la inserción de productos en cadenas comerciales –con su respectivo encarecimiento, la entrada de productos extranjeros, los tiempos más cortos para la comida, el cambio en la alimentación familiar tras el ingreso de mujeres al trabajo remunerado, el aumento de familias pequeñas o personas que viven solas, la poca o nula transmisión de saberes y prácticas culinarias entre generaciones, entre otros (Oseguera, 1996). Conjuntamente, los prejuicios sobre lo popular como inferior a una cultura elitista, pueden derivar en dinámicas sociales que por moda favorezcan el consumo de alimentos no identitarios.

Ante los retos, es fundamental no cesar de fortalecer la puesta en valor de la herencia gastronómica nacional, que abarca productos, formas de cocinar, el conjunto socioeconómico de producción, el sistema de distribución, la comercialización y las redes de relaciones sociales implicadas, según Camou (2007). El autor destaca que, adicionalmente, un menú tradicional es un auténtico muestrario de cultura regional, que fusiona historia, clima, desarrollo de tecnologías, exploraciones, descubrimientos, pasados y antepasados, imaginación, atrevimiento, gustos, y hasta ambición o afanes de poder. Asimismo, la gastronomía local suscita percepciones sobre la producción, las recetas, los modos de comer, el buen comer, el prestigio de los comensales, y la variación de costumbres alimenticias en tiempos y territorios.

Como ejemplos de percepciones sobre la gastronomía mexicana a través del tiempo, Pilcher (2001) reseñó que a finales del siglo XVIII las clases altas de la capital del país se lamentaban de ver cocinas callejeras con cazuelas de frijoles sobre braseros, donde comían los pobres; Bulnes (1889), postuló que la dieta derivada de las cosechas desempeñaba un papel decisivo en la civilización o degradación de los pueblos, de modo que los indígenas mexicanos estaban atrasados por el deficiente consumo del maíz; Ignacio Ramírez (1889) refirió, en el siglo XIX, que quienes comían por necesidad carne de res, tortillas de maíz o trigo y pinole, eran saludables y robustos, pero carecían del placer que daban los manjares y lazos sociales de los pueblos civilizados; por su parte, Vasconcelos (1937)

sugirió alguna vez que un guisado de pollo con salsa era sinónimo de civilización, mientras que una carne asada era barbarie –aun cuando él mismo llegó a consumirla (se entiende que el guiso es más complejo en su preparación y pretende aportar algo más que satisfacer el hambre).

Fue hasta después de la Revolución cuando comenzó a crearse un imaginario nacional de valores culinarios, que respetaba al maíz en múltiples preparaciones y a los platillos, ingredientes y condimentos propios de la mexicanidad. En sí, la gastronomía es el reflejo de una construcción sociocultural que va mucho más allá del acto de comer para satisfacer una necesidad fisiológica, es identidad sentida desde el pueblo y reconocida desde el ámbito oficial.

La inscripción de la cocina tradicional mexicana en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad en el 2010, constituyó un impulso notable del valor identitario, social, nutritivo y económico de la gastronomía nacional. Ésta se destacó como un complejo y simbólico modelo de siembra, cosecha, preparación y degustación de alimentos, en el que las comunidades intervienen colectivamente a través de actividades agrícolas, ritos, conocimientos, oralidad, técnicas, costumbres y modos de comportamiento ancestrales (UNESCO, 2010). Además, se dio una renovada notoriedad a los elementos básicos del arte culinario mexicano: maíz, frijol y el chile como ingredientes esenciales, métodos de cultivo, procedimientos de preparación, y utensilios.

En el marco de la declaratoria, se fundó el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM), una organización civil consultora de la UNESCO que tiene como fin la salvaguardia, rescate y continuidad de la cocina tradicional, así como la promoción de corrientes innovadoras que garanticen la transmisión de identidad. El Conservatorio subraya, entre otras acciones, la transferencia de saberes e información mediante el sistema educativo; la difusión de investigaciones sobre temas alimentarios; la participación de estudiantes en cursos, muestras, elaboración de alimentos, asesorías; y, la relación de la educación en gastronomía con múltiples disciplinas, entre ellas economía, ciencias agrícolas, biodiversidad, y preparación de alimentos (CCGM, s/f).

Además, la Secretaría de Turismo Federal diseñó y promovió el proyecto Rutas Gastronómicas de México, compuesto por 18 recorridos en 155 destinos del país que procuran al visitante una experiencia culinaria completa en sabor y tradición, mediante la presentación de más de 1 500 platillos y bebidas típicas, a la par de más 300 actividades gastronómicas (SECTUR, 2012).

Es posible observar en México la importancia de la gastronomía como fenómeno cultural, turístico y educativo, por lo que se le ha incorporado en las políticas públicas. El Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR),

que busca organizar acciones para aprovechar el potencial turístico del país y generar una mayor derrama económica, considera entre sus lineamientos la transversalidad entre la gastronomía, el turismo y la educación (tabla 1.).

Tabla 1. Alineación de objetivos, estrategias y líneas de acción, referentes a gastronomía, turismo y educación en el PROSECTUR 2013-2018

Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.	Estrategia 2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto.	Línea de acción 2.1.4. Promover la colaboración con la academia para impulsar la capacitación, la profesionalización y la incubación de empresas turísticas.
	Estrategia 2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino.	Línea de acción 2.2.7. Diversificar la oferta, centrada en productos exclusivos regionales como recursos naturales, experiencias de turismo de nicho como deportes, cultura, gastronomía, ecológico.
Objetivo 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.	Estrategia 5.3. Fortalecer la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable.	Línea de acción 5.3.2. Promover la difusión de la importancia y el valor del patrimonio natural, histórico, cultural y gastronómico del país.

Fuente: Elaboración propia, adaptado del DOF, 2013.

Por su parte, la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional 2014-2018, tiene como objetivo potenciar la oferta gastronómica del país para promover la riqueza cultural y natural, fomentar el turismo y generar desarrollo regional. Se proyecta fortalecer la cadena de valor gastronómica de México, con énfasis en recursos, productos, cocinas locales y regiones, así como promover la gastronomía mexicana como elemento de posicionamiento internacional, plataforma de productos nacionales y atractivo turístico. Destacan entre sus estrategias y líneas de acción, las referentes a la educación en gastronomía tradicional mexicana: el impulso al capital humano; la generación y transmisión de conocimientos; la capacitación de mano de obra; la adecuación de planes

educativos; el desarrollo de redes especializadas de conocimiento; el impulso a la investigación y transferencia tecnológica; la innovación y creatividad en nuevos productos y platillos; la inclusión de temas como calidad en el servicio, inocuidad de alimentos y gestión empresarial en escuelas de gastronomía; la creación de incentivos para el estudio en centros nacionales y locales; concursos, premios y becas; el mantenimiento de vínculos con los contextos culturales (DOF, 2015).

En concordancia con el aumento en la popularidad de la gastronomía, su reconocimiento simbólico, su auge económico, su interacción con el turismo, y las políticas públicas, cada vez se amplía más el alcance del estudio gastronómico en México. En un panorama expansivo de opciones educativas, las instituciones de educación superior, tanto privadas como públicas, introducen mecanismos para posicionarse entre la competencia y garantizar la calidad de sus programas de licenciatura o técnico superior en gastronomía, artes culinarias, administración, restaurantes o gestión de negocios gastronómicos. Tal es el caso de la acreditación que el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística ha otorgado en el campo gastronómico a: Centro de Estudios Superiores de San Ángel, Instituto Culinario Internacional, Instituto Suizo de Gastronomía y Hotelería, Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad de Colima, Universidad de las Américas Puebla, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad del Valle de México, Universidad del Caribe, Universidad Tecnológica de Cancún, entre otros (CONAET, 2016).

Además de los programas de educación superior, se brindan diplomados, cursos, seminarios y eventos. En este último rubro sobresale el Foro Mundial de la Gastronomía Mexicana, realizado desde 2013 por el CCGM, que convoca a profesionales de la cocina, cocineras tradicionales, educadores de gastronomía, expertos en disciplinas afines, y a promotores del turismo, para el intercambio de conocimientos, experiencias y propuestas (CCGM, s/f).

De tal forma, es indudable que el sistema educativo ha de ofrecer respuesta al estudio de la gastronomía como un campo vasto y multidimensional, que proyecta la identidad nacional, rescata productos y procesos tradicionales, contribuye a la cultura alimenticia, influye en la economía, apoya al desarrollo local, potencia el turismo, y enlaza competitivamente con las cocinas del mundo.

Comentarios finales

La gastronomía no es sinónimo de comer sólo por necesidad. Su alcance es más profundo porque se trata de una expresión cultural construida socialmente, que otorga identidad a grupos de personas que comparten una tradición culinaria en territorios locales y regionales, y permite el desarrollo mediante el aprovechamiento de recursos de flora y fauna. En principio, se trata de una oferta alimenticia con significados simbólicos, plagada de conocimientos e historia. Adicionalmente, el reconocimiento oficial de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial, demanda acciones que favorezcan su impulso, transmisión y continuidad. Así, las políticas públicas deben enfocarse en el fomento gastronómico identitario, ya que su endogeneidad exige tanto la protección de alimentos y bebidas tradicionales como su pertinente proyección entre la comunidad que los consume y los visitantes.

Actualmente se asiste a un auge de la gastronomía como fenómeno sociocultural, que se demuestra con el repunte del turismo gastronómico y el significativo aumento en la demanda de estudios en la materia. Además de la valoración de las cocinas tradicionales, otros factores han ampliado las expectativas en lo que se refiere a la formación en gastronomía, especialmente un mercado laboral relacionado con los alimentos y bebidas cada vez más competitivo, y consumidores con mayor conocimiento de la oferta y de las innovaciones culinarias a través de los medios.

La educación en gastronomía requiere de una clara reflexión sobre las pautas a tomar en cuenta en el diseño de los programas educativos, particularmente si se consideran las diversas perspectivas o enfoques disciplinarios que pueden influir en la formación culinaria. Esto puede generar un diseño de programas muy específicos (e.g., literatura gastronómica), o programas más generales (e.g., gastronomía e industria alimenticia). Independientemente del rumbo que se le quiera dar, la educación en gastronomía debe buscar que los egresados satisfagan los requerimientos sociales del contexto en el que se espera impactar (i.e., iniciativa privada, sector público, comunidades), sobre todo en cuanto a estrategias de salvaguardia y promoción de las cocinas auténticas.

De ahí que los estudios en gastronomía deban ir más allá de la preparación y operación de productos alimenticios, para abarcar también a la investigación, a la planeación y gestión de negocios, al impacto de la cocina en la vida cotidiana de las comunidades, a la sinergia necesaria entre la industria alimentaria con los productores locales, a la salud, a las políticas de fomento a la cocina tradicional, y a la promoción de oferta gastronómica, entre otros contenidos recomendables para los programas educativos.

El turismo es uno de los ámbitos que más han dinamizado a la gastronomía en diversos contextos. La producción culinaria es un activo de valor turístico fundamental por sus implicaciones de transversalidad económica, cultural y social. La gastronomía, como elemento único de los destinos, aporta experiencias distintivas y acercamientos memorables con los pobladores locales y sus microhistorias. Además, el consumo de la oferta tradicional permite la movilización de los productores de insumos primarios. Por ello, el turismo gastronómico se ha posicionado como una potencia de competitividad y desarrollo.

En el caso de México, la intervención académica se incluye como elemento imprescindible de las políticas públicas relacionadas con el turismo y la gastronomía, para que mediante el estudio del patrimonio culinario se logre consolidar la valoración de la cocina tradicional en el ámbito nacional e internacional, se salvaguarde el patrimonio gastronómico ante los desafíos de la globalización, se oriente la capacitación de expertos, se innove en productos, se influya en el desarrollo y se configure la competitividad en los destinos turísticos.

Se puede concluir que la labor académica, como generadora de conocimiento sobre destinos y productos turísticos, incide en la innovación y diversificación de la oferta gastronómica local como ventaja competitiva, lo que contribuye a la difusión del valor patrimonial de las tradiciones culinarias y aspira a reportar beneficios en las comunidades.

Referencias

- ACF (2015). American Culinary Federation. *The standard of excellence for chefs*. [En línea]. Disponible en <http://www.acfchefs.org/>, [12 de diciembre de 2015].
- Brakus, J.J.; Schmitt, B.H. y Zhang, S. (2008). Experiential attributes and consumer judgments. Bernd, H. y David, L. (eds.), *Handbook on brand and experience management*, 174-187. Boston: Edward Elgar.
- Besierre, J. y Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of Science Food and Agriculture*, 93, 3420-3425.
- Bode, W.K. (1999). *European gastronomy. The story of man's food and eating customs*. London, UK: Hodder & Stoughton.
- Bulnes, F. (1889). *El porvenir de las naciones hispano americanas ante las conquistas recientes de Europa y los Estados Unidos*. México: Imprenta de Mariano Nava.

- Camou, E. (2007). *Cocina sonorense*. Hermosillo: Instituto Sonorense de Cultura.
- Cohen, M. (2010). TV, movies, recession promoting more people to cook up careers in culinary schools. *Inside Tucson Business*, 7.
- CCGM (s/f). Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana. Quiénes somos. [En línea]. Disponible en <http://www.ccmg.mx/>, [2 de octubre de 2016].
- CONAET (2016). Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística. Programas acreditados y reacreditados vigente. [En línea]. Disponible en <http://www.conaet.net/>, [3 de mayo de 2016].
- DOF (2013, 13 diciembre). Diario Oficial de la Federación. Programa Sectorial de Turismo 2013-2018. Gobierno constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.
- DOF (2015, 02 septiembre). Diario Oficial de la Federación. Acuerdo para instrumentar la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional. Gobierno constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.
- Harrison, J. (2001). Thinking about tourists. *International Sociology*, 16, 159-172.
- Holbrook, M. B. (2000). The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Experience and Entertainment. *Journal of Macromarketing*, 20(2), 178-92.
- Jiménez, A. E.; Thomé, H. y Burrola, C. (2016) Patrimonio biocultural, turismo micológico y etnoconocimiento. *Periplo Sustentable*, 30, 180-205.
- Kesimoglu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. *Hospitality & Society*, 5(1), 71-91.
- López, T. y Sánchez, S. (2011). Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economic & Finance* 1, 63-72.
- Mehmetoglu, M. y Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 12(4), 237-255.
- Muñoz, I. (2007). La enseñanza de la gastronomía en México. *Culinaria, revista virtual*, 3. [En línea]. Disponible en <http://www.uaemex.mx/Culinaria/>, [13 de octubre de 2016].

- Muñoz, I.; Tamayo, A.L. y Hernández, C. (2012). Formación profesional de la gastronomía en instituciones públicas en México. *Revista Actualidades investigativas en Educación*, 12(3), 1-18.
- Navarro, F. y Schluter, R. (2010). El turismo en los pueblos rurales de Argentina ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 909-929.
- Navarro, V.; Serrano, G.; Lasa, D.; Aduriz, A.L. & Ayo, J. (2012). Cooking and nutritional science: gastronomy goes further. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1, 37-45.
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada, Portugal. *Gastronomía y Turismo*, 16, 261-282.
- Oliveira, U.M. y Teixeira, M.M. (2011). La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un producto del turismo cultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 404-424.
- Ortiz, R. (1994). Mundializaçao e cultura. Sao Paulo: Brasiliense.
- Oseguera, D. (1996). El "fast-food" y el apresuramiento alimentario en México. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 11(3), 109-113.
- Pilcher, J.M. (2001). *iVivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad mexicana*. México: CIESAS/ Reina Roja.
- Ramírez, I. (1889). *Obras de Ignacio Ramírez. Tomo 1. Poesías. Discursos. Artículos históricos y literarios*. México: Oficina Tip. de la Secretaría de Fomento.
- Ritchie, B. J. R. y Hudson, S. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research* 11(2), 111-126.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sarioglan, M. (2013). Industrial provision of practice skills of students training gastronomy education (case of Turkey). *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 4(4), 216-220.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(2), 1-12.
- SECTUR (2012). Secretaría de Turismo. México. *Rutas Gastronómicas*.

- UNESCO (2010). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Intergovernmental Comitee for the safeguarding of the intangible cultural heritage. Decisions*. Nairobi, Kenya: UNESCO.
- Van Hoof, H.B.; Cueva, A.; Estrella, M.; Torres, L. y Eljuri, M.I. (2014). Percepciones del sector empresarial sobre la educación de hotelería, gastronomía y turismo en el Ecuador. *Revista de Cultura e Turismo*, 1, 211-238.
- Vasconcelos, J. (1939). *La Tormenta*. México: Ediciones Botas.
- Zahari, M.S.; Jalis, M.H.; Zulfifly, M.I.; Radzi, S.M. y Othman, Z. (2009). Gastronomy: an opportunity for Malaysian culinary educators. *International Education Studies*, (2) 2, 66-71.