

## **EL LADO CULTURAL DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO MEXICANO**

Mónica Pérez Sánchez  
Walter Daniel Cisneros Mújica

### **INTRODUCCIÓN**

La gastronomía es una faceta de la cultura de un país, que permite descubrir usos y costumbres de una región (Rochat, 2001). Es un motor muy importante que motiva el traslado de miles de turistas anualmente a diversas partes del mundo con tal de vivir nuevas experiencias y conocer la cultura viva de cada región, su gastronomía, enología, etnografía, etc.

La gastronomía es gran componente del sector turismo, por ello es importante su estudio y adecuada observación, de tal manera que se logre ofertar un producto alimenticio de calidad y, logre así, ser reconocido en todo el mundo. Dicha tarea se dice fácil, pero requiere de personas experimentadas en la gestión de establecimientos de alimentos y bebidas, profesionales que administren de manera adecuada sus recursos y logren ofertar un especial y original producto alimenticio del destino turístico.

Las regiones tienen alimentos únicos y genuinos que reflejan la cara de sus actividades culinarias, y de acuerdo a como la población de esa región se alimenta, será la salud y la calidad de vida de sus pobladores, hecho que inmediatamente se refleja en el alimento ofrecido al visitante. De aquí la importancia del estudio de los alimentos y sus efectos mediatos e inmediatos que provocan en la población y por ende, en el turista.

Durante miles de años, los alimentos fueron, aparte de satisfactores del apetito, fuentes de sustancias necesarias para nuestra salud y bienestar, pues proporcionaban nutrientes, tales como: carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas y minerales, así como fibra y muchas otras sustancias benéficas.

Las cocinas antiguas trataron de tomar un atajo hacia una rápida evolución, procurando una restauración adaptada al ritmo y modo de vida actual, mejor adaptada a las exigencias de la empresa, sus necesidades y restricciones

financieras. Hecho que generó múltiples padecimientos en la población, mismos que hicieron necesarias nuevas medidas para combatirlos, amenaza que llenó la vida de muchas personas de fármacos, siendo que, de esta manera no se busca corregir las causas sino las manifestaciones de los padecimientos, y la sociedad de manera general los aceptó sin reclamo alguno.

En la actualidad, es muy posible que se consuman comúnmente alimentos poco nutritivos, que tienen rastros de hormonas sintéticas, pesticidas, antibióticos, metales pesados, colorantes, saborizantes, conservadores y un sin número de sustancias químicas extrañas: sustancias no naturales como aditivos.

Se debe trabajar a conciencia para obtener una gastronomía que represente a la región y que pueda ser reconocida dignamente a nivel mundial. Así, surge la idea de estudiar una de esas fuertes tendencias, estudiar su evolución e historia, para entonces ofertar una gastronomía exitosa y sustentable.

### **La Gastronomía: origen y evolución de la alimentación.**

La gastronomía es una actividad muy importante que tiene como clientes a dos sectores: el sector local, que es toda aquella población originaria del lugar, que busca salir de la rutina, descansar un poco, probar algo nuevo, o simplemente un lugar que le permita recobrar fuerzas y volver a trabajar. Y por otro lado, la población flotante, aquella que visita destinos, que se aloja y también busca el adecuado consumo que le permita seguir el curso de su acelerada estancia en la ciudad elegida. La que se ve ir y venir, asombrándose de las diversas maravillas que cada lugar puede ofrecerle.

Siendo una actividad permanente que permite la supervivencia a todo ser vivo, la alimentación es una tarea de la que nadie escapa, todo individuo en algún momento, ha degustado de platillos cocinados con esmero, de una o de otra manera ligados siempre a los ingredientes que la tierra ofrece. Es por eso, que la alimentación debe ser estudiada desde su origen para así facilitar su entendimiento y evolución.

La cultura alimentaria evoluciona a la par de la cultura urbana afectando a todos y cada uno de los grupos sociales, que procurando cubrir dicha necesidad se han visto envueltos en el establecimiento de normas de conducta, de consumo, y la optimización de recursos naturales y animales para sacar provecho de ellos y cumplir las obligaciones orgánicas que el cuerpo exige para su supervivencia.

La mujer, en tan obligada tarea, ha actuado un papel muy importante, es así porque tiene por don natural la capacidad de procrear, de reproducir, lo que la ha convertido, en consecuencia, en un pilar de la sociedad y sobretodo en su unidad más simple pero fundamental, la familia.

Según García Arnaiz (1996), en los años 70's la mujer empieza a incorporarse al trabajo (fuera del hogar), busca estabilidad económica e independencia, logrando así poco a poco entrar al mundo productivo que el hombre dominaba perfectamente durante mucho tiempo atrás, y que, por supuesto, no permitía que ninguna mujer entrara fácilmente a sus dominios.

La mujer optó por tareas y responsabilidades remuneradas, además de que los empleos parciales fueron tornándose lentamente en contrataciones de tiempo completo, dejando a un lado la gran mayoría de sus responsabilidades domésticas que sin ser solicitadas le fueron encomendadas de manera natural.

La paulatina integración de la mujer en las actividades productivas y remuneradas, provoca una ruptura en la transmisión de tradiciones, valores, costumbres y formas de llevar el mando del hogar, provocando en el resto de los miembros de la familia adaptarse al nuevo estilo de vida, sin opción alguna; un ritmo acelerado que ha provocado lentos cambios pero notorios en las costumbres domésticas, en los horarios de comida, enfatizando sobre todo en la composición de los platos que sustentan la alimentación del núcleo familiar.

La familia toma a la mujer como ejemplo, con las múltiples actividades que lleva a cabo, ahora dentro y fuera del hogar, pues aun percibiendo sueldo y reconocimiento público, no deja de lado completamente las responsabilidades

domésticas, sigue siendo la figura que representa el bienestar, la subsistencia física y la salud de sus miembros.

Cabe mencionar una pequeña descripción del rol desempeñado por la mujer en el ambiente doméstico donde se crea una atmósfera que se asemeja al concepto que manejaría un restaurante, pues la tarea de alimentar a los miembros de la familia provoca que la mujer tenga un papel multifuncional actuando en lo que se podría llamar una micro organización (restauración doméstica), con labores como: atención al servicio de mesa, servicio de cocina muy eficiente, planeación de compras, administración del dinero, adquisición de productos, limpieza de utensilios culinarios y sacar la basura, entre otras.

“En las sociedades industrializadas la alimentación cubre múltiples actividades como la producción, el aprovisionamiento, las compras, almacenaje y la conservación, la preparación y el cocinado, el servicio, el lavado, recogida de utensilios, reciclaje de las sobras, así como horticultura, prestamos e intercambios”. (Menell, 1992).

El doble rol de la mujer despertó interés, sobre todo en las sociedades avanzadas, pues su introducción en el mercado laboral provocó la compra de productos alimentarios rápidos y cómodos de preparar, cuya característica principal es el servicio. Así, la ausencia de las mujeres en la esfera doméstica anima al consumo y demanda de los llamados alimentos-servicio, así como las prácticas de la comida rápida y la tecnificación del espacio culinario (García Arnaiz, 1996).

Al adquirir un alimento-servicio, no sólo se compra un plato preparado sino también el ahorro de tiempo, se busca rapidez, comodidad, evitando así una de las tareas más sacrificadas y pesadas del hogar, la actividad culinaria, que además no se reconoce como debiera. En respuesta todos los miembros de la familia se ven afectados positivamente debido a la reducción de tareas y responsabilidades domésticas.

El crecimiento paulatino de la población genera que la industria alimenticia produzca aquellos insumos que evolucionen junto con el ritmo acelerado de la

población, provocando de esta manera una mejor distribución de sus productos y satisfacción de necesidades; sin embargo, al mismo tiempo, de esta respuesta industrial emanan nuevos consumidores, con nuevas necesidades y estilo de vida aún más rápido; respondiendo a ello, la industria tiene que actuar y crecer bestialmente para permanecer en el mercado. Se puede hablar entonces de una cadena interminable de lucha por la supervivencia entre productor y consumidor. El mismo fenómeno se ve reflejado en el sector hotelero y restaurantero.

La evolución en tecnología permite o facilita las labores tanto comerciales como las domésticas, generando tiempo libre debido a la reducción de tareas de los nuevos productos. La utilización de este tiempo libre permitió así que la mujer cubriera sus responsabilidades domésticas y extra domésticas.

“Nuevas ideologías alimenticias de los años 70, cuestionaron la necesidad de la carne y abrieron nuevas vías, así nació la dietética naturista. Se cuestiona y se teme a los procesos químicos agroalimentarios y a los aditivos. Se despierta desconfianza a los productos no etiquetados y aún a los etiquetados, debido a tanto ingrediente que busca hacer llamativos a productos alimenticios que intrínsecamente carecen de valor nutricional. Esta ideología quiere evitar también los riesgos bacteriológicos en alimentos como mariscos, huevos, etc.” (García Arnaiz, 1996).

Con el tiempo la restauración fue ganando importancia en la vida de las personas, pues debido al acelerado ritmo de trabajo, horarios, nivel de ingresos y preferencias la ingesta de alimentos fuera de casa se ha incrementado día con día.

La planeación y la administración de los restaurantes fueron valorizadas, de tal manera que el número de comensales, oferta de precios y todos aquellos requisitos que son necesarios para la adecuada gestión del restaurante se convirtieron en requisitos indispensables para optimizar los recursos del restaurante y manejar la demanda adecuadamente, cabe mencionar que estos factores anteriormente no eran tomados en cuenta; en la post guerra simplemente

se buscaba llenar el estómago (García Arnaiz, 1996), pero ahora el ingreso económico, la salud, la información, criterios de rapidez y comodidad condicionaron las elecciones alimentarias, esto orilló a los prestadores de servicios a adaptarse a las nuevas exigencias de los comensales.

El creciente interés de los comensales además de afectar a las prácticas alimentarias afectó también directamente a los productos ofertados, apareciendo los productos “light” con fines estéticos y dietéticos, los llamados “health food” o alimentación natural representada por los productos orgánicos e integrales, por mencionar algunos.

Las preferencias y consumos fueron marcando la identidad cultural, pues tanto los productos como los consumidores se adaptan a los recursos naturales y animales de las áreas geográficas, así se explica la existencia de productos específicos de la zona. El tipo de hábitat también acentúa similitudes/variedades en las prácticas alimenticias.

El consumo alimentario y el nivel económico de vida marcan una pauta durante este periodo, pues ambos elementos generan la aparición de múltiples productos ofertados masivamente, dando lugar a un consumo generacional de alimentos como: hamburguesas, snacks, pastelillos, refrescos, pizzas, pastas, etc. Además de un excesivo consumo de carne, que son demandados sin importar su composición nutricional.

Dentro del núcleo familiar las tendencias alimenticias se ven afectadas dependiendo de su número de miembros, y de la ideología social que influenció a dicho núcleo. La moda alimenticia marcó de manera significativa el consumo de alimentos poco nutritivos, pasando por alto la composición de estos alimentos y sin importar lo que generaría a su salud esta ingestión.

El interés de las personas por informarse acerca de los productos ofertados, las prácticas alimenticias y su relación directa al bienestar de la familia, fueron transmitiéndose de generación en generación, buscado el mejorar la calidad de vida de cada uno de los miembros del núcleo familiar, además de inculcar una

cultura de obtención de información acerca de los productos alimenticios. Mucho tuvo que ver en esta época la publicidad, pues los programas televisivos y de radio que exponían recetas de platillos, influenciaban al responsable de alimentar a la familia en sus preferencias sobre la preparación de alimentos.

La transmisión oral es hasta nuestros días la forma más utilizada para divulgar y heredar el conocimiento del “saber hacer” de los alimentos. Conforme ha ido aumentando la escolaridad femenina, los libros de cocina se empiezan a publicar de forma masiva. Inicialmente los conocimientos de alimentación y después los de nutrición, variando día a día según procesos históricos y económicos de la zona. Sin embargo, la herencia del saber hacer ha permitido que la gastronomía logre trascender de una actividad indispensable para los individuos a un patrimonio cultural que de cuenta de la cultura, de los valores y de las tradiciones de una cultura en particular.

### **La Gastronomía y el Patrimonio Cultural**

“El patrimonio está formado por objetos que permanecen a pesar del paso del tiempo, sean en uso, sean en museo; y ya que el paso del tiempo es la esencia de la historia, es interesante en cierto sentido contemplar al patrimonio como los objetos de la historia”. (Ballart, 2001).

El patrimonio es herencia de las civilizaciones pasadas, cultura heredada y transmitida de generación en generación que da identidad propia a cada región. Cultura cuya evolución fue marcada en su momento por situaciones sociales, situaciones económicas, situaciones políticas, situaciones demográficas, entre otras, moldeando de manera fina y discreta el actuar de la sociedad que sin planearlo ni evitarlo, marcó historia y fortaleció la cultura.

El patrimonio, es también fuente de riqueza económica; el movimiento turístico se basa en el interés que muestran personas de diversas culturas y regiones a viajar, con el fin de conocer y explorar nuevos horizontes. Este desplazamiento activa económicamente tanto al país emisor como al receptor, el móvil es muy claro es

por eso que el patrimonio es generador de fuentes de trabajo y factor de desarrollo local.

“El patrimonio visto desde dos dimensiones, la dimensión física que comprende edificios monumentos y espacios urbanos y la segunda es la cultura inmaterial, que considera los aspectos del estilo de vida local, como lo es las tradiciones, la gastronomía, las fiestas populares, etc.” (De la Calle Vaquero, 2002)

De acuerdo a lo anterior, el patrimonio con sus dos vertientes es imprescindible para la generación del movimiento turístico, una dimensión debe ir acompañada de la otra, de lo contrario no serán un motor suficientemente fuerte, pues haría falta un complemento que motive al turista a desplazarse. Habrá visitantes que hayan sido motivados por la dimensión física, aquella infraestructura mobiliaria de un destino turístico; habrá también viajeros que hayan sido motivados por el folclore original del lugar a visitar. Sin embargo los destinos turísticos que cuentan con ambos componentes son aquellos que generan un mayor flujo de visitantes, que ocupen así primeros lugares dentro de los destinos turísticos a nivel mundial.

El patrimonio cultural debe ser valorado en primera instancia por su gente, esa comunidad local que lo enriquece día con día, y de la que depende su conservación y adecuada gestión. Los residentes defensores de esa riqueza cultural realzan el valor de su patrimonio ante los visitantes, otorgando una plusvalía superior a la original, lo que sitúa al producto turístico en un lugar estratégico y de mayor interés para los visitantes, consolidando el patrimonio cultural.

El patrimonio cultural es incorporado al llamado producto turístico, que al ser consolidado, es dado a conocer a las personas que potencialmente se convertirán en turistas. Una vez valorizado el patrimonio por parte de los residentes, es necesaria la intervención de organismos institucionales que sirvan de enlace entre el destino y sus posibles visitantes, pues no es suficiente el valorar el patrimonio, se necesita también promocionar con el fin de despertar el interés en aquellas personas que buscan tener experiencias diferentes a las cotidianas.



La comercialización de la cultura es una tarea delicada, se busca generar un movimiento fluido turístico que permita al patrimonio ser autosuficiente y de ser posible producir un factor multiplicativo, cuando económicamente los pobladores locales se benefician también de ese visitante que está dispuesto a pagarlo todo con tal de ser testigo de la existencia de ese patrimonio. Delicado, adjetivo calificativo al que se le debe dar extrema importancia pues con solo un error en la redacción del mensaje emitido a los visitantes puede causar daños difíciles de reparar como atraer a segmentos de mercado a los que en principio no estaba destinado el mensaje, la banalización de la cultura por medio de los clichés, ruptura de tradiciones, e incluso generar un sentimiento de invasión e incluso ofensa en la comunidad receptora.

Muchos son los detalles a cuidar al momento de gestionar el patrimonio de cualquier lugar, debe ser tomado con responsabilidad y seriedad para así preservarlo y permitir que futuras generaciones lo vivan, y también logren entender su respectivo presente.

### **Historia de la Gastronomía.**

Cada época está representada por su gastronomía, por lo tanto, se debe estudiar cada hecho ocurrido en el pasado, (ver tabla 1), sólo así se podrá entender el precedente de cada suceso, su evolución, así, se encontrará una explicación más lógica de nuestro presente.

**Tabla 1. Antecedentes de la gastronomía**

Edad Media	Carlo Magno tuvo un gran papel en el arte de la mesa, favoreció el desarrollo de las legumbres y árboles frutales. Desaparece Carlo Magno junto con la comida francesa. Los banquetes medievales eran abundantes pero poco refinados.	Francia
Siglo XIV	Reaparición de la comida francesa. Guillaeume Tirel.- primer cocinero del rey Carlos V, considerado por especialistas como el creador de la gastronomía francesa.	Francia
Siglo XVI	Aparece en Francia el festín caracterizado por su exotismo, refinamiento, trabajosa elaboración, presencia. Griegos y romanos conocieron también los festines.	Francia, Roma y Grecia

<p>Renacimiento</p>	<p>Refinamiento en manjares, énfasis en la decoración de la mesa, los cubiertos y la cristalería de Venecia, alimentos acompañados de conciertos, reflejo de Calidad.</p> <p>Es hasta Luis XIV representante de la cocina de los gourmets, cocina con ausencia de refinamiento en la “sociedad de los glotones” de comidas copiosas.</p> <p>Leonardo Da Vinci, considerado precursor e inventor de las artes de la mesa, organizó los primeros banquetes de la era moderna.</p>	<p>Italia y Francia</p>
<p>Revolución Francesa</p>	<p>La revolución trajo consigo la sobriedad, los emigrantes llevaron al extranjero la fama de la comida francesa y se favoreció la apertura de restaurantes debido a los cocineros desempleados y a sus jefes, reyes exiliados y guillotinos.</p>	<p>Francia</p>
<p>Siglo XVII</p>	<p>“Se especiaban todos los alimentos. Comida medieval coloreada y especiada, buenas presentaciones con baja calidad. Las especias ocultan olores, sabores, colores de los alimentos no frescos debido a la mala conservación de la época.</p> <p>El avance de la cocina, con alimentos más frescos y mejores, y la búsqueda de sabores naturales, desacreditan las especias.</p> <p>Aparición de libros de cocina, muchos de ellos anónimos.</p> <p>El té llega a Holanda, su uso se generaliza en Inglaterra a mitad de siglo.</p> <p>Utilizado en Francia como infusión de virtudes terapéuticas sobre todo contra el mal de gota.</p> <p>Dos comidas principales al día; a mediodía y por la noche; con el tiempo se añade el desayuno y la merienda, ambos de carácter facultativo y de contenido muy diverso.</p> <p>Nueva era de prestigio de la cocina y de la gastronomía, basado en la importancia que se da al anfitrión, con mayor profesionalidad y discreción.</p> <p>El “servicio a la francesa”, todo se ponía sobre la mesa, los camareros estaban presentes, siempre detrás de los comensales. Imagen muy lujosa de la comida al servir y retirar todo a la vez, reduciendo la necesidad del sirviente y acentúa el elemento teatral.</p> <p>Café, bebida francesa, entró por Marsella en 1657, y se empezó a consumir masivamente en todo el país. La patata se vuelve indispensable en Francia.</p> <p>Auge de alimentos muy calientes y muy fríos. Aparecen las salsas, sorbetes y helados. La llegada masiva del azúcar, sofisticada la repostería.</p> <p>A finales de este siglo la servidumbre comienza a utilizar guantes, ropa blanca y negra, muestras del progreso en materia de servicio.</p>	<p>Holanda Francia Inglaterra India Ceilán China Japón Indonesia Formosa Kenia España Italia</p>

Siglo XVIII	<p>Moda de los estimulantes: chocolate, café, té, tabaco, furor entre las clases altas, un siglo después entre toda la población. El chocolate se extendió por toda Europa, refinado y de alta exclusividad.</p> <p>A mediados del Siglo llegó el chocolate a Alemania, abriendo la primera chocolatería, pasando por Suiza en presentación sólida y como golosina.</p> <p>El tabaco era ya una práctica femenina en Francia.</p> <p>La cocina se moderniza, con química. La ciencia consistía en descomponer, hacer digerir, sacar jugos nutrientes de las vituallas, ligereza, mezcla y confusión de los alimentos.</p> <p>Tendencia a aligerar los platos. Aparece la cocina con distintos fuegos, permitía cocinar distintos platillos, con distinta potencia.</p>	Alemania Suiza Francia Inglaterra
Siglo XIX	<p>Para algunos el inicio de la gastronomía es en 1800. Nueva era, degustar para sentir placer, era de la gastronomía y de los gourmands.</p> <p>Aparece “el club de los grandes estómagos”, que sin parar de comer llegaban a permanecer en la mesa hasta por 18 hrs.</p> <p>La industria, desarrollo de transportes y conocimiento de costumbres extranjeras llevan a la cocina francesa a brillar en la Edad de oro de la gastronomía y los gastrónomos.</p> <p>La cocina francesa se extiende hasta la primera guerra mundial, 1914. Perdiendo un poco su esplendor en la postguerra.</p> <p>Nuevas cocinas priman la originalidad. Cocina visual, bien presentada, grande, basada en la variedad.</p> <p>Cambian las maneras de cocinar, de presentar los platos, los propios alimentos.</p> <p>Aparecen teorías dietéticas en la búsqueda de conservación o mejora de la salud.</p> <p>Cambio de conceptualización de la fruta, abriendo y finalizando menús.</p>	Francia
Siglo XX	<p>2da Guerra Mundial.- 3 cambios capitales para los cocineros y restauradores:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Comidas tradicionales consideradas como muy pesadas, poco compatibles con la vida de la sociedad de consumo.</li> <li>2) Coste de los artículos alimenticios y de la mano de obra; reajustándose el concepto de restauración. Influencia de cadenas hoteleras norteamericanas sobre la gestión de restauración europea.</li> <li>3) Se toman comidas fuera del hogar. Nueva ola de gastrónomos preocupados por la salud y la belleza, gran aportación al arte culinario.</li> </ol> <p>La nueva cocina se populariza, caso de algunas especialidades, a través de los “fast food”, los productos deshidratados, las “convenience foods”, es decir, la cocina industrial, de renombre sin precedente. Además de la cocina Italiana y China.</p>	Cambios mundiales

**Fuente.** Elaboración propia a partir de Rochat (2001) y Vázquez (2002).

### **Gastronomía, manifestación del patrimonio cultural.**

La cultura tiene múltiples manifestaciones entre ellas la gastronomía, que es una actividad cotidiana para la comunidad receptora. Debido a que diariamente se llevan a cabo las tareas alimentarias, se llega a perder importancia el significado de gastronomía, que representa la comida original de la región; acto seguido a este desinterés, está la búsqueda de facilidades que nos permitan simplificar el trabajo diario, provocando que los procesos originales sean sustituidos por técnicas y procesos neutros, como ejemplo de este hecho se puede mencionar que de esta manera la comida internacional y el buffet se popularizaron opacando poco a poco la originalidad de la gastronomía del destino turístico. A pesar de esto la gastronomía no deja de ser un elemento de vital importancia para la generación del turismo.

Como ya se ha mencionado la dimensión física del patrimonio es llamado también patrimonio arquitectónico y urbanístico; que comprende edificios, monumentos, paisajes urbanos, etc.; y la dimensión inmaterial corresponde al patrimonio etnográfico que abarca aspectos de la vida local, entre ellos: tradiciones religiosas, mercados, ferias, artesanías, gastronomía, etc.

“Estudio de la relación entre cultura y alimento” así definen gastronomía autores de la Universidad de Perú, y señalan al mismo tiempo que “a menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan Bellas Artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano.”

Afirman también que: “son propias de un gastrónomo actividades tales como degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos. Así pues, la gastronomía se debe entender como una actividad interdisciplinaria. Si bien se observa, se

descubrirá que alrededor del alimento existe danza, teatro, pintura, escultura, literatura, arquitectura, música, en resumen Bellas Artes. Pero también hay física, matemáticas, química, biología, geología, agronomía, es decir, ciencias exactas y naturales. Y además hay antropología, historia, letras, filosofía, psicología, sociología, por parte de las ciencias sociales.”

La gastronomía, junto con la música y algunas bebidas representativas de los pueblos generan un ambiente de hospitalidad en los restaurantes que forman parte del patrimonio gastronómico buscado por el turista. Se procura en nuestros días popularizar la cultura gastronómica, además de fortalecer la cultura de la buena mesa.

El papel de los restaurantes dentro de la oferta turística, es de vital importancia en la experiencia final de las vacaciones del turista; al viajar el visitante está propenso a cambios climáticos, altura sobre el nivel del mar, cambios de horarios, y demás influencias distintas a su lugar de origen que afectarán directamente su estancia, modificando la percepción y el goce del destino turístico.

Para lograr el disfrute deseado durante las vacaciones, es necesario tomar en cuenta las condiciones climáticas del destino a visitar, además de todos aquellos factores que podrían en determinado momento afectar la salud del turista, provocando que la percepción del destino sea errónea, debido a la incomodidad que algún malestar o enfermedad le pudieran causar negándole obtener la experiencia que en principio buscaba, y por el contrario, de tener unas vacaciones placenteras serán un martirio en la percepción del turista. Desafortunadamente el visitante no separa la incomodidad de su estado de salud de la calidad del destino turístico, él simplemente pensará en no regresar a ese destino sin buscar la real causa de su poca satisfacción.

Un turista en condiciones óptimas de salud podrá disfrutar plenamente el destino, sin embargo si existe algún malestar el goce del destino se podrá ver afectado negativamente. Una persona sana, tiene mayor capacidad de reacción que le

permite contrarrestar las influencias perturbadoras derivadas de las nuevas condiciones de clima en un periodo temporal.

Estas consideraciones son extensivas a las personas enfermas o a aquellas que sin estarlo realmente acusan perturbaciones ligeras que puedan agudizarse y desencadenar fenómenos patológicos por pérdida del equilibrio fisiológico. En este aspecto la gastronomía juega un papel muy importante, pues permitirá que mediante su oferta el visitante mantenga una buena condición que le permita disfrutar de sus actividades, aún en un lugar ajeno al de su origen.

Por lo tanto, se aconseja a los prestadores de servicios locales que dentro de su amplia gama de productos ofrezcan platillos de fácil digestión (como lo son las ensaladas, frutas, verduras y los asados) evitando todos aquellos que pudieran fácilmente afectar la estabilidad fisiológica (grasas, manteca, azúcar, etcétera) de todo aquel visitante que llegue a su establecimiento en busca de experiencias nuevas. Así, por medio de la oferta gastronómica, se debe buscar mantener al turista en óptimas condiciones, de tal manera que le permitan disfrutar el destino turístico; entonces podríamos decir que si la oferta gastronómica es deficiente probablemente afectará la percepción final de la visita del turista.

La gastronomía nacional debe perfeccionarse a tal grado, que al proyectarse a nivel internacional genere una sensación de bienestar en base a una cocina de calidad y de un adecuado manejo sanitario, provocando así que la afluencia turística crezca motivada por la garantía encontrada en la rica cocina de origen del destino turístico. De lo contrario, los alimentos ofrecidos podrían ser asimilados como simple oferta culinaria sin identidad que, lejos de reflejar la cultura, se convierte en un simple servicio complementario de la experiencia turística. Se debe procurar convertir esa pobre oferta culinaria en gastronomía original y ofertar así, un gran atractivo para los visitantes.

Con estas bases se puede decir que el patrimonio gastronómico sirve de tarjeta de presentación de cualquier lugar del mundo, y debe ser valorado y conservado incesantemente por la comunidad local, para hacer de él un patrimonio sostenible.

## **La buena comida, fortaleza en un Destino Turístico**

El destino turístico está formado por variados componentes turísticos, como el sector de hospedaje, oferta cultural, de entretenimiento, etc. La oferta hotelera, servicio obligado a utilizar en la mayoría de los viajes, sea cual sea la finalidad de estos, debe complementarse con actividades diversas. De entre la amplia variedad de servicios que un destino puede ofrecer desataca la restauración.

La restauración forma parte del inventario de recursos turísticos, pues los restaurantes/bares/café forman parte del rubro de servicios que cubren las primeras necesidades de alojamiento y manutención del turista, al igual que lo hacen los hoteles y otros tipos de alojamiento.

El viaje se divide en fases, en este caso se estudiará la fase que se produce ya en destino, compuesto de una amplia gama de servicios, servicios en su gran mayoría son ofrecidos por el sector privado, y/o por el sector mixto público-privado (Altés Machín, 1993). Entre estos servicios de destino se debe hacer especial énfasis en los restaurantes y bares, que también son considerados empresas turísticas, aunque muchos de ellos dependan solo de un público local que tiene poco que ver con la actividad turística.

La palabra restaurante es un orgullo gastronómico francés (“francogastria”). A finales del s. XVIII, esta palabra se utilizaba para los establecimientos que ofrecían los llamados “restaurants”, caldos fortalecedores. Donde en un inicio, al aparecer estos nuevos establecimientos se servía un caldo caliente, fortalecedor para todos aquellos trabajadores de pesadas jornadas laborales, con el tiempo se ofertaron también algunos platos energéticos, es así como nace la palabra restaurante, que es ahora reconocida mundialmente. (Vázquez, 2002)

El restaurante está pensado para el ciudadano, que sin contar con una infraestructura doméstica suficiente para cocinar o simplemente sin tiempo requiere de un espacio geográfico con servicio incluido para tomar sus alimentos; en estos establecimientos de horario amplio donde la soledad del comensal es respetada.

Actualmente se puede encontrar una gran variedad de prestadores de servicios de alimentos, con múltiples facilidades que motivan al cliente a visitar a cada uno de ellos y probar sus exquisitas ofertas alimentarias. Pues independientemente del servicio ofrecido, el restaurante como lo ha sido durante años, es el lugar donde por excelencia se busca una buena comida, o se montan excelentes banquetes y festines.

### **Globalización y su afección a la restaurantería**

Los países que representan las poderosas potencias del mundo, influyen de una u otra manera el actuar de los países que van siguiendo su actuar, que incluso sin querer, de rebote por llamarle de alguna manera, las consecuencias emanadas de una decisión de un país industrializado se reflejan de manera palpable en las situaciones políticas, económicas, etc. De otros países.

Esta fuerte influencia en el comportamiento de los demás países modifica también el gusto, la moda y hasta la manera de gestionar los negocios, caso de los hoteleros y restauranteros. Una influencia muy notoria que se registra desde hace muchos años, es la que han ejercido las empresas americanas sobre la manera de gestionar a los establecimientos europeos.

Con la globalización se han generado conceptos de interés general y de los cuales el sector turismo no escapa, tales como: preocupación por la naturaleza y el medio ambiente, calidad de vida, entre muchos más. De esta globalización, se genera en respuesta una rápida adaptación a las nuevas exigencias, la oferta turística está en esta fase de adaptación, procurando cubrir las expectativas de estos relativamente nuevos valores culturales, que modifican a su vez los intereses de los consumidores.

Han aparecido conceptos como la bioética, la sustentabilidad, argumentos ecológicos que responden a la incesante búsqueda proyectos de desarrollo sostenible. En materia turística estos proyectos ocupan primer lugar en orden de prioridad y urgencia, pues desafortunadamente de la mala planeación de destinos turísticos se han derivado catástrofes en lugares que siendo vírgenes contaban



con maravillas que el ser humano, que al tratar de aprovechar de manera inconsciente lastimó e hizo desaparecer, y cuya reconstrucción y sobretodo la reaparición de elementos naturales llega a ser casi imposible. Es por esta razón que los destinos masificados y grandes complejos son en la mentalidad del ser humano, ya rechazados.

Se intenta ahora que la oferta se integre lo más posible al medio donde se establece. Se procura incluso no romper la vista paisajística, además de utilizar energías alternativas no contaminantes, minimizar los residuos y, en definitiva, ofrecer al turista calidad ambiental. “Una oferta más verde para una demanda más verde” (Altés, 1993).

El turista agradece y empieza a buscar en mayor medida a esas empresas que aparte de ofrecerles un excelente servicio, comprueben con su actuar un interés por mantener la riqueza natural del lugar visitado, por participar a favor de una buena causa que no solo beneficia al empresario, sino a toda la comunidad, pues procura asegurar así, una existencia prolongada de la zona explotada.

El compromiso social que tiene la empresa, fuerza a ésta a evitar el rechazo de la sociedad, uno de los principales clientes externos de la empresa. La imagen empresarial si está bien trabajada puede ser una ventaja competitiva contra aquellas empresas que sin pensarlo dejan de participar en diversos proyectos sociales, que siendo de la institución que sean, pueden empañar la percepción del negocio en la mente del consumidor.

Así, muchos empresarios turísticos hace años han llevado a cabo acciones, trabajando con una mentalidad que protege el medio ambiente. Utilizando a su favor, los argumentos ecológicos, que son muy comunes en las campañas de comunicación, obteniendo resultados positivos para el negociante, ya que ahora lo verde, vende.

Sin embargo, al mismo tiempo el entorno competitivo es cada día más rígido, resultado del creciente dinamismo del mercado. Después de varias décadas donde muchos países llevaban un crecimiento económico acelerado y sostenido,

apareció una desaceleración, ahora las empresas enfrentan un crecimiento más lento, que da lugar a una intensificación de la competencia, donde es necesaria la implantación de ventajas competitivas que busquen por lo menos mantener el mercado que ya se tiene conquistado, y de ser posible conquistar nuevos clientes.

La marcada desaceleración del mercado provoca además del aumento de competidores, guerras de precios, incremento de gastos de promoción, etc. Apareciendo constantemente nuevos competidores hasta de carácter internacional y algunos de los competidores con más tiempo de experiencia han alcanzado un fuerte desarrollo. Este hecho es un reto que desafía constantemente a las empresas que quieran seguir manteniéndose en el sector compitiendo exitosamente.

### **Tendencias actuales del mercado**

La evolución que ha sufrido el mercado en las últimas décadas, ha provocado cambios en la forma de gestionar como ya se ha mencionado y de consumir, forzado a las empresas a entrar en una constante lucha de adaptación, procurando permanecer en el mercado el mayor tiempo posible y producir beneficios.

Todos los prestadores de servicios han entrado en esta feroz competencia, de tal modo que las estrategias de crecimiento son vitales para mantenerse en el mercado, utilizando la diversificación como una de las fortalezas más importantes, pues es ahora una estrategia de crecimiento casi indispensable para que una empresa, sea de servicios o no, logre mantenerse en el mercado y seguir compitiendo.

Para competir con éxito es necesario que las empresas generen continuamente productos alternativos, productos nuevos que cubran las expectativas de esas demandas emergentes.

## **Patrimonio Gastronómico de la ciudad de Guanajuato**

La cocina mexicana tiene sus orígenes desde la época de la Colonia, cuando la sencilla cocina de los aborígenes se funde con la compleja cocina de los españoles, que aprovechando los beneficios de productos nuevos y especias encontradas en nuestras tierras, formando así una amplia variedad base sobre la cual se estableció la cocina criolla, resultado de la fusión de ambas culturas.

La cocina internacional se manifestó a fines de 1800 y principios de 1900, fue durante el mandato del general Porfirio Díaz cuando toma fuerza y en México toma el gigantesco auge tal como ya sucedía en Europa para entonces, así, se contratan buenos cocineros, interés especial sobre aquellos profesionales italianos y franceses que pudieran satisfacer al más exigente paladar.

Finalizando este periodo también finalizó la aristocracia, e inició una larga crisis que pretendía restablecer costumbres sencillas, dejando de lado la ostentabilidad de los banquetes. Provocó que el interés por la comida disminuyera notablemente descuidando la fina alimentación, y por ende la actividad turística quedo rezagada.

A inicios de 1934 se buscó mantener una tranquilidad político social, el objetivo entonces del gobierno era atraer y fomentar el movimiento de turistas a nuestro país, resaltando el folklore, la riqueza natural, arqueología, y demás atractivos que generaran interés en los visitantes; la apertura de rutas turísticas y sistemas de transporte dieron lugar a que los visitantes conocieran el buen gusto de una cocina más nutritiva y variada, que ha permitido interpretar la cocina de importantes países en el extranjero, además de la autóctona.

Con el tiempo, la apertura de restaurantes no se hizo esperar, despertó el interés y gusto por la buena mesa, hecho que dinamizó actividades de agricultura, fabricantes de conservas y proveedores al adaptar sistemas y métodos de higiene más modernos, además de la creación de fábricas de queso, panificadoras, azucareros, granjas de ganado, pesquerías, industrias cerveceras y vitivinícolas.

Al mismo tiempo, el sector hotelero se desarrolla con el hotel Reforma en la ciudad de México en 1936, y en 1948 el mayor hotel de su tiempo, el Hotel del Prado,

ambos generan la apertura de múltiples establecimientos de buen gusto y calidad (abarcando la gran mayoría de ellos la restaurantería), primero en la capital y después esta idea de crecimiento se expandió a diversas capitales de los Estados de más desarrollo y con más atractivos turísticos del país. Poco a poco se perfecciona la cocina autóctona y colorida tanto que llega ser reconocida a nivel internacional.

### **La gastronomía en el Estado de Guanajuato**

Los forjadores de la cultura de Chupícuaro, la más importante de Guanajuato prehispánico, se localizaron en el área ribereña del Río Lerma entre los años 500 a.C. y 500 d. C. En los primeros tiempos no conocían el vestido y empleaban pintura corporal; al evolucionar se establecieron en aldeas agrícolas y buscaron sustentar su economía en el cultivo de maíz y otros productos vegetales, además de complementar su dieta con la práctica de la caza y la pesca. Durante su estadía más desarrollada manufacturaron cerámica de calidad, también dispusieron de cementerios para enterrar a sus muertos a los que acompañaban con ricas ofrendas.

En 1552, Juan de Jaso descubrió las minas de Guanajuato, hecho que fue fundamental para el desenvolvimiento de la región y en general para la economía Novo hispana. El oro y la plata, que dichas minas prodigaron, lo que convirtió a Guanajuato en la segunda ciudad del virreinato. A la par de sus reales de minas, los asentamientos agrícolas y ganaderos se desarrollaron y contribuyeron a consolidar la zona.

Concluidas las primeras fundaciones por frailes y colonizadores, e importándose el ganado desde España, así como algunas especias y vegetales, se dio inicio a cultivos como el trigo, el ajo, el brécol, el espárrago y la vid, que se aunaron al maíz, frijol, calabaza, chile y aguacate nativos. La diligencia de monjes y sacerdotes europeos, asistidos por los naturales de la región, logró incursionar en una nueva gastronomía, suma y recreación de la que ambos pueblos habían conocido. Los monjes enviaron semillas de los productos locales a sus

comunidades, por todo el mundo, y el maíz sagrado comenzó a florecer así por el resto del planeta.

En territorio novo hispano, los chiles se tornaron sazonadores indispensables de casi todos los platillos reinventados, que junto con los dones indígenas, amabas posibilidades culinarias lograron conjugarse se enriquecieron mutuamente.

En 1876, el territorio de la nueva España fue dividido en 12 intendencias. Por su importancia económica, Guanajuato fue una de ellas, y Juan Antonio Riaño, su intendente, construyó la Alhóndiga de Granaditas. Desde ella defendió la plaza en 1810 del ataque de los insurgentes encabezados por Miguel Hidalgo, mas los insurrectos finalmente se rindieron. Guanajuato fue protagonista y, en gran medida, generador del proceso. Era una zona clave, ruta de enlace hacia el centro y el norte, la fuerza guerrillera no paso hambre, la cocina guanajuatense alimentó a los fatigados insurgentes.

Consumada la independencia en 1821, la dañada economía guanajuatense pareció restablecerse, pero la serie de luchas que agobiaron al país durante el siglo XIX debilitaron la región. En la invasión norteamericana, Guanajuato contribuyó a la defensa de la integridad territorial con más de 6,000 hombres. Luego, en la guerra de reforma, conservadores y liberales alternaron el dominio del estado, pero este fue siempre campo de batalla. Finalmente en 1863, con la invasión francesa que culminó con el imperio de Maximiliano, la región sufrió constantemente los ataques y las graves consecuencias de la guerra.

En ese lapso, las innovaciones técnicas y culinarias llegaron siempre de la mano, en el ámbito gastronómico los nuevos mestizajes alcanzaron sus primeros frutos. Nacieron las tortas de piña, el requesón batido, las almendras cubiertas. A la cocina regional se sumaron los utensilios de estaño y los jarros de barro se hicieron a un lado para dejar el lugar de honor al deslumbrante cristal cortado y al ponche humeante.

## **Cocina Regional**

Para realzar un poco la cocina original del Estado de Guanajuato, se dará un rápido recorrido por algunas de sus principales ciudades, mencionando los alimentos que representan cada lugar de manera orgullosa, en este caso se inicia con Celaya, que es un municipio histórico, que oferta cajetas y hortalizas excelentes; Irapuato, es ciudad productora de fresas y cereales; León, ofrece antojitos hechos de carne de cerdo y de res, cuyas pieles, sagazmente trabajadas, transforman a la industriosa ciudad en clave de la producción mexicana de calzado. Salamanca, en contraste, es el lugar donde alberga la refinería más importante del estado, sin dejar de lado sus muestras extraordinarias de la arquitectura mexicana; en Silao, en San Miguel, en cada ciudad y pueblo guanajuatense, hay celebres ferias y alegres fiestas, mezcla de tradiciones y ocasión para que los artesanos exhiban su cerámica, cestería, vidrio labrado y juguetería en madera.

Guanajuato se enorgullece con sus artes gastronómicas para recibir al visitante, por ejemplo, incitándolo a probar los famosos dulces de Maravatío, queso de almendras y filete asado con uvas de Celaya, caldo michi de Yuriria; fresas con crema de Irapuato y de, su capital, charamuscas, dulce de guayaba en leche y gorditas de garbanzo, mole, menudo, quesadillas y como postre, fresas prensadas, tamales de nata y natillas.

Entre otros manjares podemos mencionar el asado de avellanas, el deshebrado al estilo local o las enchiladas del bajío, la ensalada de elote o los peculiarísimos buñuelos. Los encantos de la comida guanajuatense los descubren deslumbrados, aquellos viajeros que llegan de las áridas zonas norteñas.

El recetario de la comida familiar guanajuatense integra, en cinco apartados el arte culinario estatal y sus mexicanísimas hechuras, tras varios siglos de mestizaje e integración. Oscilando entre una cocina sencilla y cotidiana a la confección de platillos barrocos y complejos, propios de las grandes celebraciones.

El primer apartado, antojitos, utiliza el maíz mayoritariamente, gramínea nacional, representado por tamales, tacos, enchiladas, chilaquiles, prueba de la importancia que tienen en la gastronomía del país. Mencionar la tortilla y sus variedades: huaraches, tostadas, totopos, sopes, etc.

Segundo apartado, formado por caldos, sopas y pucheros, conformado por platillos exquisitos.

Tercer apartado lo integran ranas, pescados y verduras. Los hongos y chiles concurren con nutrida y apetitosa representación.

El cuarto apartado, aves y carnes, donde se estudian varias propuestas excelentes para la carne.

El quinto apartado lo forman dulces, postres y panes, una sección única y memorable, conjunción que aporta Guanajuato y casi regala un modo de vida y sus historias.

### **Consideraciones Finales**

La alimentación siempre ha sido y será una preocupación para el ser humano; de la importancia que éste le dé a dicha actividad, de las fuentes de información que consulte y de la cantidad de información que adquiera cada persona, dependerá de manera decisiva la estabilidad y equilibrio de su salud.

Como lo comprueban las investigaciones médicas, todos los pueblos que cosechan y consumen sus propios alimentos y que, como sus antepasados, consumen las dietas sin refinar, no llegan a padecer las enfermedades que están diezmando a la gente « civilizada ». (Möler, 2001).

Cada región proporciona algún tipo de comida característico, el cual debe ser aprovechado por el hombre, de tal manera que no se encarezca el consumo, además de que, fortaleciendo la agricultura y el comercio local de productos alimenticios, se generan de manera inmediata fuentes de trabajo, que a su vez reactivan la economía, resultando un efecto multiplicativo muy positivo para los

habitantes de la localidad. De esta manera se cierra un ciclo de autosuficiencia. Se podría hablar incluso de un desarrollo sustentable en el producir y el consumir sus propios productos alimenticios.

La gastronomía, sea del nivel que sea, no puede disociarse de su entorno. De la adecuada utilización de estos productos generados y de la riqueza natural que la tierra ofrezca a cada región emanará una gastronomía rica en variedad, originalidad y nutrientes, además de una característica que hoy es importante para la supervivencia de cualquier negocio: la accesibilidad.

“Desarrollo de la teoría sostenible: gastronomía bien hecha por la comunidad local, ahí donde se divierten los ciudadanos se divertirán los turistas”. (Lacanau y Norrild, 2003). La comida regional puede ser la idónea para fortalecer la economía familiar, además de mantener la salud y una adecuada calidad de vida para sus habitantes. Partiendo de esta calidad de alimentos regionales se podría hablar ya de una gastronomía genuina, que sea más atractiva de que lo que ya es, pues la comida mexicana es de por sí muy famosa, pero de manera muy general, sin diferenciar las delicias de cada región. Al turista que busca obtener experiencias nuevas y vivir sensaciones, se le debe permitir hacerlo a través de los platillos que degusta en cada destino turístico, pero desafortunadamente viaja con un temor y una predisposición negativa a la falta de higiene, y a los ingredientes que conforman cada platillo.

Si a cada zona se le da especial cuidado en el tratado de sus productos alimenticios, y el manejo aplicado de éstos es el adecuado, se podrá ofrecer a ese viajero hambriento de experiencias nuevas una excelente alternativa que fortalezca la experiencia global del viaje que ha realizado.

Si México en su producto turístico se compone de varios subproductos de excelencia, podrá convertirse entonces en un destino ideal, lo cual es muy viable por la riqueza de su tierra, cultura y de sus tradiciones. Además de que añadiendo una buena campaña de comercialización y promoción, fortalecerá la imagen de



este multiproducto a nivel mundial, logrando así captar miles de viajeros que buscan originalidad en los destinos que visitan.

Dentro de estos miles de viajeros, se encuentran variados segmentos de mercado, que muy posiblemente no están siendo atendidos adecuadamente, se pueden mencionar los siguientes: las personas diabéticas, las personas que padecen diferentes trastornos y que requieren de una dieta especial, las personas que cuidan su figura o los que simplemente por convicción llevan a cabo un régimen alimenticio distinto; todos estos viajeros posiblemente encuentren dificultad al tratar de encontrar alimentos especiales para su dieta, ya que en muchos destinos turísticos de México no es nada fácil de encontrar en la mayoría de los restaurantes.

No debemos olvidar que el ser humano, independientemente de su condición física, busca aprovechar sus momentos de ocio en actividades de esparcimiento que le permitan salir de las actividades cotidianas, por lo tanto, es necesario que el gestor estudie bien el mercado y la viabilidad de atender segmentos cautivos que aún nadie ha logrado fidelizar.

Un segmento de mercado que por lo menos en México no ha sido tomado en cuenta es el de aquellos vegetarianos, que en su lucha diaria por vivir y nutrirse, buscan establecimientos que puedan ofrecerles aquellos alimentos especiales que cubran sus expectativas. El régimen vegetariano puede atender a la gran mayoría de estas personas, que con o sin afecciones viajan. Se debe entonces, considerar la opción de ofrecer este tipo de menú más saludable y menos pesado para facilitar las caminatas turísticas.

Hay un gran movimiento cuyo fin es encontrar la restauración de la armonía del hombre con el universo, así como la salud, a través de la observancia de una dieta vegetariana combinada con el ejercicio. Se deben también difundir los secretos de la dieta vegetariana y ponerla al alcance de todos, desmitificando las falsas creencias y miedos que se ciñen en torno a ella.

En las zonas rurales de México es muy difícil encontrar tiendas donde se vendan productos naturistas o para vegetarianos, como los derivados de la soja. Desafortunadamente falta mucho crecimiento en este tema. La gastronomía sea del nivel que sea, no puede dissociarse de su entorno, que buena sería la gastronomía que ofreciera un menú vegetariano que mantenga y fomente la comida típica de la región. Se presenta así, un sistema alimentario como una forma cultural de vida.

El que se sugiera un tipo de dieta para Guanajuato, y, por qué no, para la república mexicana, no quiere decir que nos olvidemos del todo de sus costumbres y usos culinarios. Lo que sí es importante, es la importancia que la alimentación debe tener entonces, incluso para la elaboración de una comida mexicana, una necesaria observación de todas las reglas que permitan ofrecer un producto que conlleve calidad e higiene, y por supuesto, que genere salud para la población y mantenga esa salud en el turista durante sus viajes.

Tan importante es la originalidad en la restauración, que recientemente se expuso que México quiere que su gastronomía sea declarada patrimonio de la humanidad. Las autoridades mexicanas presentaron un completo *dossier* en el que se resalta que la cocina local ha mantenido una base culinaria que data de hace siete milenios.

México, considerado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como uno de los países con mayor patrimonio cultural, particularmente por el legado del pasado azteca y maya, pidió al organismo que declare a su gastronomía como patrimonio de la humanidad.

Para las autoridades culturales de México no se trata simplemente de ponerle una marca a los tradicionales tacos, tamales y chiles rellenos, muestra de la diversidad de esta cocina, sino la defensa de un modo de vida basado en el ancestral cultivo del maíz, base de la dieta mexicana. México entregó a la UNESCO un grueso expediente con todo tipo de documentos y videos para justificar su solicitud, que según López "sorprendió a muchos expertos". (Patrimonio Gastronómico. 2005).

Según Gloria López, coordinadora de patrimonio cultural del estatal Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la cocina mexicana tiene méritos más que suficientes ya que tiene al menos siete milenios de antigüedad. "Desde que se cultivó el maíz y, por lo tanto, ya desde su origen, la cocina como un sistema único se instauró como el principal eje cosmogónico, cultural, de identidad y sobre todo alimentario, le dio de comer a todas las culturas del país y además les dio creencias e identidad cultural". México quiere hacer valer el carácter sagrado del maíz, que según los mayas fue creado por los dioses, que también crearon la humanidad a partir de ese producto.

Para las autoridades culturales de México no se trata simplemente de ponerle una marca a los tradicionales tacos, tamales y chiles rellenos, que son sólo una muestra de la diversidad de su cocina, sino la defensa de un modo de vida basado en el ancestral cultivo del maíz, base de la dieta mexicana.

Es necesario entonces, fortalecer la conciencia proteccionista por parte de todas las autoridades responsables, para regenerar el suelo, las tierras de cultivo, bosques, flora y fauna de toda especie con el objeto de obtener nuestros alimentos vitales completos y equilibrados, sin carencia alguna energética, vitamínica, mineralógica, enzimática y hormonal, generando así los insumos necesario para nutrir a la población y motivarla a que disfrute de los tesoros que la tierra mexicana ofrece.

## **Bibliografía**

Altés Machin, Carmen. (1993): "Turismo y Marketing. Gestión Turística". Editorial Síntesis.

Bowell, J. Robert. (1995): "Benchmarking para competir con ventaja". Mc. Graw Hill. Madrid.

Cramm, Dagmar V. (1996): "El Gran Libro de la Cocina Vegetariana". Editorial Everest. León.

Dollemore, Doug; Giuliucci, Mark; Haigh, Jennifer; Shheimer, Sid Kir y Callahan, Jean (1998): "Nuevas alternativas para curarse naturalmente". Editado por Hill Gott Lieb; Aberl Delgado y los editores de prevención en español. Estados Unidos.

- García Anaiz, Mabel. (1996): "Paradojas de la Alimentación Contemporánea". Editorial Icaria. Instituto Catalán de Antropología. Barcelona.
- Ginders, James (1989): "Arreglo artístico de las servilletas". Reimpresión 1999. Trillas. México.
- Lacanau, Gloria C. y Norrild, Juana (coordinadoras) (2003): "Gastronomía y Turismo. Cultura al Plato" Edit. CIET (Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos). Argentina.
- Laza Muñoz, Pascual; Laza Muñoz, Jerónimo. (2000): "Preelaboración y Conservación de Alimentos. Hostelería y Turismo". Paraninfo Thompson Learning. España.
- Möler, Erwin. (1998): "La Comida que Salvará su Vida. Los 100 Alimentos Esenciales". Editorial Grijalbo S.A. de C.V. México.
- Moreno, Ana (2002): "La Historia Vegetariana. Desde Adán y Eva al siglo XXI". Ediciones Mandala. Madrid.
- Norman, Jill. (1991): "El Gran Libro de las Especies. Guía Práctica de las Especies y Semillas Aromáticas". Ediciones el País S.A. – Aguilar S.A. de Ediciones. Madrid.
- Ojugo, Clement (2002): "Control de Costes en restauración". Editorial Thompson Learning Paraninfo. Madrid
- Pérez, Adolfo (1997): "Alimentos curativos. La salud y la alimentación" M.E. editores, S.L. España.
- Pérez Rojas, Niurka; González Mastrapa Erel; García Aguilar, Miriam (comp.).(1998): "Campesinado y Participación Social". Equipo de estudios Rurales. Universidad de la Habana. Cuba.
- Petzoldt, Dr. Rüdiger/Fröhlich y Luise Nassauer. (2000): "Cocina Sana para Diabéticos". Cuarta Edición. Editorial Everest S.a. España.
- Rochat, Michel. (2001): "Marketing y Gestión de la Restauración". Ediciones Gestión 2000. Barcelona.
- Shealy, C. Norman (1999): "Enciclopedia ilustrada de remedios naturales". Editorial Koneman. Madrid, España.
- Sempran, Jorge y Langué, Oliver (1999): "Geopolítica del hambre. Cuando el hambre es un arma". Informe 2000. Madrid.
- Vázquez Lydia. (2002): "Abecedario Gastronómico: Paseo por la Literatura y el Arte del buen Comer". Filología y Lingüística. Servicio Editorial Universidad del País Vasco/Euskal. Bilbao.