

Políticas Culturales

La gastronomía mexicana como industria patrimonial

Desde hace algún tiempo, la gastronomía mexicana sigue con paso firme hacia su consolidación como cocina de interés global. Si bien a nivel mundial destaca la supremacía de la comida china, la cocina mexicana ha ganado presencia desde el año 2004 si se le compara con las ampliamente reconocidas como la francesa, la italiana o hindú. Tan es así que el año pasado, las búsquedas por internet de la cocina mexicana la colocaron casi a la par de la gastronomía francesa; ligeramente por arriba de la italiana. Aún más: en España, aparece como una de las principales cocinas de interés y el tequila como la quinta bebida más buscada. En Brasil, Estados Unidos, Canadá y Japón aparece en primer o segundo lugar de las comidas más buscadas.

Que la tradición gastronómica de Michoacán como cocina tradicional mexicana, ancestral y viva (el paradigma de Michoacán), haya sido reconocida como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por parte de la UNESCO en 2010, indudablemente ha influido en el alto ranking que actualmente tiene la gastronomía nacional pero también hay que dar cuenta del trabajo realizado por algunos chefs (Enrique Olvera, Pablo Salas, por ejemplo) quienes, desde sus restaurantes (a los que hay que considerar como empresas creativas), se han volcado hacia los alimentos tradicionales populares para elaborar sus propuestas de alta cocina, desprendiéndose con ello, de cierta visión “malinchista” y prejuiciada, en algunos lugares todavía existente, hacia la comida mexicana, como lo prueba el hecho de que, en muchas escuelas, se sigan impartiendo y considerando a gastronomías como la francesa o la italiana como las más refinadas y dignas de enseñar.

Por el contrario, lo que ha sucedido en los últimos años, en el caso de la gastronomía mexicana y latinoamericana en general, es una revalorización de sus cocinas locales, resultando paradigmático que varios de los restaurantes de la región se encuentren en las listas de lo “very best” (de la S. Pellegrino World’s 50 Best Restaurants).

Se debe enfatizar que, en este trabajo de mostrar un poco de las cocinas locales, no es sólo por una cuestión de mercantilización de los recursos y platillos alimenticios autóctonos, sino que también los chefs desde su trinchera, realizan un importante trabajo de promoción cultural, incluso, un importante trabajo de registro de recetas, técnicas, productos e ingredientes que son poco conocidos o se encuentran en riesgo de perderse, frente a la estandarización de la alimentación moderna y urbana.

Un ejemplo es la descripción de Virgilio Martínez, uno de los representantes de la nueva generación de chefs peruanos, es por demás elocuente: “Motivado por una curiosidad inagotable y por su interés en transmitir la complejidad de su tierra, a Virgilio le apasiona viajar e investigar ingredientes aún indocumentados que puedan aportar todavía mayor riqueza a la cocina local. Para ello, recorre distintos espacios: marino, bajoandino, extrema altura en cordillera, y selvas alta y baja. Además de que cuenta con un equipo interdisciplinario que complementa a cada nuevo “descubrimiento” con un necesario contexto que busca trascender lo estrictamente culinario e incursionar en aspectos nutricionales, biológicos, antropológicos” (<http://centralrestaurante.com.pe/>)



**Andrés
López
Ojeda**

Semblanza 

***Alrededor de la gastronomía se crea una cadena productiva y territorial muy importante puesto que es capaz, en el marco de las nuevas tendencias, de vincular al mercado a comunidades de productores locales

¿Por qué es importante todo esto? En primer lugar porque la gastronomía no se puede confinar, a estas alturas, sólo a un aspecto casero o secundario. Por el contrario, en campos como el del turismo, donde usualmente se le concebía como un servicio complementario respecto del resto de los atractivos y productos de la parafernalia turística; la búsqueda de nuevos sabores, el aprendizaje de novedosos hábitos o el conocimiento de prácticas culinarias diferentes por parte del visitante, se ha constituido en una tendencia existiendo casos en los cuales se ha convertido en un motor de desarrollo local como ha sucedido en el municipio de Tequila en Jalisco (al respecto, y desde hace algún tiempo, el diseño e implementación de rutas gastronómicas turísticas, como un nuevo producto, se ha reconocido como una estrategia para la activación de territorios carentes de importantes atractivos y recursos que permitan el arraigo de las personas en sus comunidades, la creación de empleo y la generación de ingresos).

En segundo lugar, porque alrededor de la gastronomía se crea una cadena productiva y territorial muy importante puesto que es capaz, en el marco de las nuevas tendencias, de vincular al mercado a comunidades de productores locales.

En tercer lugar, porque la gastronomía es depositaria de conocimientos y saberes locales sumamente apreciados por el relativismo cultural, de hecho, la diferencia cultural se ha constituido, en el contexto de la globalización, como un valor de la humanidad que merece conservarse (por lo menos desde el punto de vista de la UNESCO). En este sentido, cobra mucha relevancia la necesidad de hacer registros, inventarios, catalogaciones e investigaciones de las tradiciones, las técnicas, los productos e ingredientes alimentarios en nuestro país puesto que condensan y pueden representar diversos valores: económicos, simbólicos, medicinales, entre otros.

El trabajo que desarrolla el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (organización que armó el expediente para el reconocimiento del paradigma michoacano como patrimonio cultural intangible de la humanidad) es valioso pero, hacen falta otras instancias que puedan dar ávida cuenta de la riqueza de tradiciones gastronómicas existentes en nuestro país. En España, los Observatorios Gastronómicos o de la Alimentación son un buen ejemplo de la importancia y utilidad de generar información sobre el tema. En nuestro país, el Observatorio Gastronómico del Estado de México se ha propuesto, precisamente, abordar la cocina mexiquense en los dos aspectos mencionados: en su dimensión económica (gastronomía turística) y en su dimensión cultural (gastronomía patrimonial).

La gastronomía, sin duda, resulta de interés para la política cultural. En el caso del Conaculta incluso, se puede enmarcar en uno de los ejes de intervención declarados: turismo y cultura. Esto implica acentuar la investigación sobre este patrimonio desde sus distintas instancias (como pasa con el INAH), así como su promoción y difusión (a través de sus revistas y distintas ediciones). Incluso, es necesario construir formas de intervención para gestionar y proteger los recursos gastronómicos locales puesto que la cultura también tiene un valor funcional y social que puede, incluso, incentivar economías locales, contribuir al sentido de pertenencia y valoración del territorio.

Su importancia en la política cultural es tal que la gastronomía aparece en el programa de acción generado en la pasada XXIV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno (Veracruz, diciembre 2014) donde se aprobó la Iniciativa de Cooperación IberCocinas, Tradición e Innovación, cuyo objetivo es “diseñar y promover políticas, estrategias e iniciativas culturales para la difusión y divulgación de las fortalezas gastronómicas a fin de promover los espacios para la formación y capacitación en lo relacionado con la cocina, la gastronomía y la producción de los alimentos tradicionales-artesanales en el espacio iberoamericano”.

Cabe señalar que existen muchos indicios de que el 2015 será benévolo para la gastronomía mexicana, de su despegue y fortalecimiento como industria patrimonial que implica no sólo un aspecto económico, sino también, de promoción y difusión de valores, símbolos y de la riqueza cultural existente en México que puede contribuir a mejorar la deteriorada imagen del país en el exterior, pero sobre todo, colocarla en la cresta de lo que algunos han considerado que representa la ola de la gastronomía latinoamericana: “la última revolución culinaria de nuestro tiempo”.

