



ISSN: 1390-6305  
ISSN -e: 2588-0861

## **Ensayo crítico del concepto de Turismo Gastronómico entre cultura, patrimonio y viaje.**

## **Critical essay of the concept of Gastronomic Tourism between culture, heritage and travel.<sup>1</sup>**

**Esteban Arias Castañeda**

<https://orcid.org/0000-0001-7068-061X>  
[esteban.arias.castaneda@gmail.com](mailto:esteban.arias.castaneda@gmail.com)<sup>2</sup>

**Universidad Autónoma del Estado de México, México**

**Rubén Pozo Moreano**

<https://orcid.org/0000-0002-4569-3002>  
[rrpozo@puce.edu.ec](mailto:rrpozo@puce.edu.ec)<sup>3</sup>

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador**

---

<sup>1</sup> Manuscrito recibido el 01 de septiembre del 2021, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 30 de noviembre del 2021. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística -RICIT No. 15. Publicación anual (2021) ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861

<sup>2</sup> Doctor en Estudios Turísticos, línea de investigación: epistemología y filosofía del turismo. Profesor investigador de Turismo en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México

<sup>3</sup> Magister en Gerencia y liderazgo educacional. Facultad de Ciencias Humanas. Carrera de Hospitalidad y Hotelería.

## Resumen

El objetivo del ensayo es reflexionar sobre el concepto que se ha gestado en torno al desplazamiento, que se presume, es motivado por la gastronomía, con la finalidad de invitar al debate sobre este fenómeno, que bien puede llamarse cultural. Se emplea el método de análisis documental, para cuestionar los discursos en torno al turismo gastronómico, de tal modo que es necesario discutir desde el concepto de gastronomía, así como su vínculo con la actividad turística y su presunción de que es el motor del viaje, hasta la exposición de conceptos de turismo gastronómico, para concluir que al hablar de este tipo de turismo se hace referencia al turismo cultural, del cual se desprende; puesto que la comida es parte de la cultura de cada pueblo.

**Palabras clave:** Turismo, gastronomía, turismo gastronómico, cultura.

## Abstract

The objective of the essay is to reflect on the concept that has been built up around displacement, presuming, it is motivated by gastronomy. To invite the discussion of this phenomenon which may well be called culture, the method of document analysis is used to question discourses about the gastronomic tourism. It is necessary to discuss primarily the concept of gastronomy as well as its link with tourism and the presumption that it is the engine of the trip, and secondly exposure to the concept of gastronomic tourism as cultural tourism because the food is an integral part of the culture of each people.

**Key words:** Tourism, gastronomy, gastronomic tourism, culture.

## Introducción

En la actualidad, los estudios de turismo se han encargado de inventar o clasificar infinidad de tipos o modalidades de acuerdo a cada una de las actividades que el turista hace en el destino, como el turismo rural (Muñoz, 2015; Millán, et al, 2011), turismo religioso (Tobón y Tobón, 2013; Costa y Ferreira, 2019), turismo negro (Azevedo, 2017; Cohen, 2011), turismo sexual (Rossetto, 2011; Amaral y Ávila, 2010) y un largo etcétera; todos ellos, por un lado, formulados para caracterizar las actividades de los turistas; y por otro, son diseñados para incrementar la oferta de productos y espacios turísticos, donde la mercadotecnia juega un papel importante, una vez que se han desarrollado investigaciones alrededor de esa nueva tipología; es necesario comentar que algunas de esas tipologías se han olvidado del turista o sus actividades, para crear otras que describen la administración del turismo, como el turismo asociativo (Castro y Villalobos, 2013) o el turismo comunitario (Araújo, 2016; Chaves y Pinto, 2013).

El presente ensayo tiene por objetivo reflexionar sobre el concepto que se ha gestado en torno al desplazamiento, que se presume, es motivado por la gastronomía, con la finalidad de invitar al debate sobre este fenómeno, que bien puede llamarse social o cultural. Aunado a ello, se tiene la pretensión de aportar al campo de conocimiento turístico

cuestionando uno de sus paradigmas científico-académicos, que, siguiendo a T. Kuhn (1962), es la vía para llevar a una nueva forma de entendimiento del campo de conocimiento. Para alcanzar el objetivo es necesario el empleo de fuentes bibliográficas especializadas referentes al tema en cuestión, es decir, la metodología será enteramente documental, en la que el análisis cualitativo de los discursos y sus contrastes permite reflexionar sobre la práctica del llamado turismo gastronómico.

Al pasar de los años, se han planteado diversas propuestas sobre conceptualizaciones de una modalidad muy particular del turismo, el llamado turismo gastronómico; algunos conceptos (Richards, 2002 apud De Esteban, 2014; Hall y Mitchel, 2001; Montecinos, 2013; Hall y Sharples, 2003; Millán y Agudo, 2010) consideran como común denominador, que esta práctica consiste básicamente en la visita a localidades productoras de alimentos; sin embargo existen otros (Oliveira, 2008, 2011; Richards, 2002 apud De Esteban, 2014; Díaz y Pavón, 2015; Montecinos, 2013) quienes defienden que se trata, más bien, de que el motor o motivación del viaje es la experiencia de la gastronomía del lugar.

Es precisamente, esta última idea la que se coloca sobre la mesa de polémica, dado que se pone aquí en tela de juicio el argumento de que la gastronomía es el principal motivo de desplazamiento; ahora bien, hipotéticamente, si en efecto se habla de que la gastronomía es el principal motivo de viaje, se está haciendo referencia a un factor o elemento, que visto como producto turístico, pertenece a la cultura o patrimonio del país o región. Del mismo modo, este fenómeno también se puede considerar como turismo doméstico o agroturismo (desplazamiento a las regiones productoras de alimentos y/o bebidas), debido a que se aprovecha la estancia en el destino para probar la gastronomía típica del lugar, como factor complementario del viaje.

Antes de relacionar la gastronomía con el turismo, es menester apuntar que la restauración como hoy se conoce nació en el siglo XVIII, cuando, según la *Ecole Technique Hoteliere Tsuji* (1991), aparecieron los primeros establecimientos dedicados al expendio de alimentos y bebidas, con un menú específico y que se ofertaban a una hora determinada; así mismo, argumenta que el primer restaurante fue fundado por D. Boulanger en 1765, dando a conocer la frase *Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos*<sup>4</sup>; es entonces que nace la palabra restaurante, que de acuerdo a su etimología significa *el que vuelve a parar a los caídos de hambre*. El libro *l'art du cuisinier* de A. Beauvilliers –publicado por primera vez en Francia en 1814– expone la estructuración de un restaurante formal, poniendo las bases para el desarrollo de los restaurantes de hoy.

Desde hace algunos años (Oliveira, 2007; 2011), la gastronomía ha sido estrechamente vinculada a la actividad turística, considerada, en un primer momento, como un atractivo turístico, para posteriormente tener el tratamiento de modalidad propia del turismo.

---

<sup>4</sup> Del latín, que traducido al español significa: Venid a mi casa hombres que tenéis el estómago débil y yo os restauraré.

En este escrito se discutirá de la brecha que existe entre turismo gastronómico, turismo cultural e incluso el agroturismo, con los cuales puede prestarse una suerte de confusión conceptual.

El llamado turismo gastronómico existía aún antes de su concepto, debido a que cualquier –o casi cualquier– turista consume o prueba los alimentos del lugar que visita, que más allá de consistir en una manifestación fisiológica o biológica –es decir, satisfacer la necesidad de ingerir alimentos–, se trata más bien de conocer parte de la cultura de la región a través de productos gastronómicos; siendo esta la clave del fenómeno en cuestión. La Organización Mundial de Turismo y el *Basque Culinary Center* (BCC) organizaron el 1er Foro Mundial de Turismo Gastronómico OMT (OMT, 2015: s/p), donde una de las conclusiones del evento fue “consensuar una definición de turismo gastronómico”, esto debido a que sus implicaciones culturales hacen que el concepto sea tan flexible.

Es probable que la difusión de la riqueza gastronómica de los pueblos pueda ser un objeto globalizado (Morin, 2009; Galeano, 2002) y se desvanezca la identidad alimentaria, jugando una suerte de “McDonalización del mundo” (Doncel apud de Esteban, 2014: 127), en tanto que pizza, pollo frito y hamburguesas se han generalizado, pero incluyendo productos o ingredientes de consumo local.

Parece pertinente aclarar la distancia entre el llamado turismo gastronómico o culinario, como práctica y como estudio; pues bien, la primera hace referencia a que el turista disfruta los productos o alimentos de la región que está visitando, más allá de la simple satisfacción de necesidades fisiológicas –todavía sin entrar al debate si es la motivación de viaje o no–; la segunda (estudio) tiene sentido en cuanto se intenta establecer una tipología de turismo, donde se subclasifica la oferta y demanda, para poder medir y pronosticar hábitos de consumo y, de paso, rescatar o publicitar algún producto culinario típico, lo cual es útil para la orientación de planes o programas gestados por los departamentos de turismo de los países, en tanto se suman atractivos turísticos, que, a su vez, se verán reflejados en el ingreso de divisas por el concepto de turismo gastronómico.

## Metodología

La metodología de este texto es cualitativa, empleando el método de análisis documental de tipo exploratorio, el cual recoge datos o argumentos detallados y especializados en el objeto de estudio, de modo que sean clasificados en grupos homogéneos, para posteriormente, analizarlos y generar conclusiones.

Para realizar dicho análisis documental, será necesario el principio metodológico de contradicción de la Escuela de Frankfurt, ya que siguiendo a D. Hernández (2013: 4), “los acentos epistémico-ontológicos de esta metodología desembocan, necesariamente, en una crítica de las ideologías”. Esto se traduce en que se tiene la tarea de hallar las contradicciones [en este caso] del concepto en cuestión.

## ¿Qué es la gastronomía?

Para llegar a la discusión conceptual sobre el turismo gastronómico es menester, en un primer momento, hablar acerca de la gastronomía; la cual de manera breve se refiere a las actividades relacionadas con la utilización, preparación y consumo de alimentos; o el arte de comer; con todo, es preciso profundizar en lo que se quiere decir cuando se habla de gastronomía. De acuerdo a su etimología, la cual proviene del griego *γαστρονομία* (gastronomía), que a su vez es formada por *γαστρο* (gastro), que se refiere a estómago, que es el elemento constitutivo de gastro; *νομος* –nomos– relativo a regla o ley; y el sufijo *ία* que quiere decir cualidad; sin embargo el término, como se conoce en la actualidad, no se apega enteramente a su etimología y se refiere al arte de la preparación de comida siendo ésta la parte esencial, ya que necesariamente no tiene que ser buena (Hernández, et al, 2016).

Fue el francés Jean Anthelme Brillat-Savarin el autor del primer tratado de gastronomía y en su texto titulado *Filosofía del gusto*, escrito en 1825, la describe como “el conocimiento y la comprensión de todo lo relacionado con lo que el hombre come. Su propósito es asegurar la preservación de la humanidad, usando el mejor alimento posible” (Brillat-Savarin citado en Hernández, 2016: 77). A pesar de ser el primer acercamiento conceptual de la gastronomía parece tener resuelta la idea de lo que implica el fenómeno culinario, en tanto considera la indeleble relación entre el hombre y lo que come.

Un concepto, surgido ya en el siglo XXI, es el que propone A. Montecinos, y que el investigador mexicano expresa como

Conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad (Montecinos, 2013: s/p).

Si bien, este concepto parece abarcar todo lo que tiene que ver con lo alimenticio, es posible que el discurso se pierda entre los verbos que emplea para explicar el concepto en cuestión, puesto que puede tratarse de cualquier objeto o cosa, siempre que se le cambie la palabra alimenticio por cualquier otra.

Pues bien, es notable la similitud conceptual de ambos autores (Brillat-Savarin y Montecinos), aún con la cantidad de verbos que emplea el último, pero adapta términos como *saludable* y *sostenible* correspondientes al siglo XXI y que son habituales en investigaciones modernas; con todo queda claramente marcada la tendencia de la TGS con la cual termina su argumento.

J. Díaz y A. Pavón (2015: s/p) proponen también, un concepto surgido desde la Teoría General de Sistemas (TGS), y que para ellos es “la relación entre alimento y cultura, incluye todos los componentes culturales y sistemas productivos que tiene como base la comida.”

Si bien, es la pretensión de esta teoría que puede ser aplicada para explicar todo -ya sea natural o social-, se aproxima hacia el vínculo que tiene la comida con la cultura, así como los aspectos que atraviesan de forma tangencial este binomio.

Dentro de la *Enciclopedia de turismo* (2000), se halla el término gastronomía, el cual, según M. Nowlis (en Jafari, 2000: 278) explica que

Gastronomy comes from the title of a fourth century BC Greek poem "gastronome", about food. In modern usage, the term refers to the art and science of fine dining. It can also indicate culinary ritual or consuetudes, particularly those of a sophisticated or highly developed character. Restaurants at destinations known for their native foods and cuisine become tourism attractions in their right.

Esta última conceptualización da cuenta de lo que se discutió anteriormente, ya que no sólo toma a la Gastronomía como arte y ciencia de la buena mesa, sino que toma una idea o intención del rescate de sabores, y sobre todo de la vinculación con el turismo, pero menciona un punto importante, el cual debe ser tomado en cuenta, que los restaurantes que podrían llegar a ser un atractivo son aquellos con una cocina tradicional o nativa por su valor cultural.

### **Motivación de viaje**

Como se sabe, el turismo no puede existir sin la figura que le da vida, es decir el turista, quien gracias a factores internos o externos es conducido a decidir o elegir un destino de forma temporal (Devesa, et al, 1997). Para poder exponer el objeto de este apartado, es preciso hablar sobre motivación, que de manera preliminar se puede comentar que es aquella cosa que mueve o anima a una persona para actuar o realizar algo; y que para el filósofo italiano U. Galimberti (2002: 714) “Las motivaciones pueden ser conscientes o inconscientes, simples y complejas, transitorias o permanentes, primarias, o sea de naturaleza fisiológica, o secundarias, de naturaleza personal o social [...]”. En este sentido, si bien el turismo es un fenómeno social, se tiene que las motivaciones pueden ser de carácter individual, porque intervienen deseos e intereses los cuales son traducidos en metas u objetivos de viaje. Queda claro que el desplazamiento lúdico no pertenece a las necesidades fisiológicas como lo es el propio acto de dormir o comer.

Lo es también en sentido psicológico, y según Galimberti (2002), consciente o inconsciente, debido a que una idea es susceptible de ser producida por la persuasión formada por el entorno, el cual, a través de diferentes medios, directos e indirectos, se van posicionando en la mente de las personas; por ejemplo la publicidad en medios de comunicación masivos, películas, amigos, familiares, libros, etc.; todos ellos van de una u otra manera generando interés por desarrollar determinada actividad turística.

Para M. Devesa (1997) existen dos factores motivacionales para el turista: por un lado, los factores de empuje que se refieren a los aspectos internos emocionales, como el deseo de descanso, relajación, o aventura; en otro sentido los factores de atracción o externos son aquellos que están relacionados con el conocimiento, recreación, espacios culturales y naturales e infraestructuras. Para la investigadora de origen ibérico, la motivación turística tiene dos fuerzas simultáneas, las primeras cumplen la necesidad de escape de la

rutina, y las segundas la de búsqueda de oportunidades de ocio, con fines de obtener recompensas psicológicas, las cuales responden a la lógica de la Pirámide de Maslow, donde se aspira a la llamada autorrealización.

Para Leal (2011) y Feo Parrondo (2005), degustar la gastronomía local es un motivo más que impulsa la decisión o elección de viajar a un destino turístico u otro, mas no implica que la gastronomía sea el detonante de predilección de dicho lugar. Con relación a esto, se tiene que comentar que el turismo es posicionado gracias a la estereotipia<sup>5</sup> que se ha perfeccionado con el pasar de los años, como lo es el flamenco en España; fútbol y samba en Brasil; tulipanes en Países Bajos; koalas en Australia; habanos en Cuba o romanticismo en Francia; y en cuanto a comida se refiere, los tacos en México; pizza en Italia; salchichas en Alemania; hamburguesas en Estados Unidos o sushi en Japón. Todo esto invita o motiva al turista -siempre potencial- que se interesa en la cultura gastronómica de determinada población o país. Estos estereotipos o prejuicios se van entrelazando de manera que influyan en la persona; esto es, la conjunción de sombreros de charro y tacos provoca que el imaginario se traslade a México. De este ejemplo, lo que se debe resaltar es la idea de que ambos pertenecen a factores culturales de un pueblo.

Dicho esto, se podría resumir que los turistas realizan un viaje hacia determinado destino para conocer su cultura, sus atractivos y por ende su comida, pero no es el principal motivo de viaje, ya que si se puede dar un ejemplo y se retrocede años atrás, se tiene que el “Bulli” fue uno de los restaurantes más famosos del mundo (finales del s. XX a principios del s. XXI), ubicado en Cataluña, España; pero eso no le hizo un atractivo turístico que impactara en el número de visitas al país ibérico.

### **Cultura y patrimonio como atractivo turístico**

Es pertinente tratar la concepción de la cultura, lo que dará sentido a este apartado. De acuerdo con la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales de la UNESCO de 1982, la cultura se define como

[...] los rasgos distintivos y específicos y las modalidades de pensamiento y de vida de toda persona y de toda comunidad. La cultura engloba pues la creación artística y la interpretación, la ejecución, la difusión de las obras de arte, la cultura física, los deportes y los juegos, las actividades al aire libre, así como las modalidades particulares mediante las cuales una sociedad y sus miembros expresan su sentimiento de belleza y de armonía y su visión del mundo y sus formas de creación científica y técnica y el dominio de su medio ambiente (Sanz y Tejeda, 2020: 299).

Para C. Geertz la cultura (desde la semiótica) se refiere a las “redes de significación tejidas por los seres humanos” (2003: 5) lo que da sentido a la identidad; en otro punto de vista, para la Escuela de Frankfurt, la cultura es considerada como mercancía que se convierte en un producto comercializable ayudado en gran medida de la publicidad (Briceño, 2010), en servicio a la industria turística. Los conceptos anteriores dan muestra de la dificultad de comprender y explicar la cultura, ya que, de acuerdo a M. Payne (2002:

---

<sup>5</sup> Se refiere al uso de estereotipos para realizar inferencias, juicios, conductas o predicciones (Moya y Puertas, 2008).

120) se trata de un “término de aplicación virtualmente ilimitada” que hace referencia a lo producido por el hombre, que involucra tradiciones, lenguajes, reconocimiento y comercialización.

Ahora bien, en lo que se refiere a patrimonio, se tiene que, en términos simples, el patrimonio es herencia o pertenencia de una familia, pero también lo puede ser de un país o nación, a esto se le conoce comúnmente como patrimonio cultural o simbólico (Palma, 2013). En este sentido se puede enumerar diferentes tipos de patrimonio cultural en la que se puede encontrar bienes inmuebles como por ejemplo la *Torre Eiffel* en Francia, Centro histórico de Quito que representa un conjunto arquitectónico declarado patrimonio cultural de la humanidad. Ecuador, entre otros; bienes muebles como *La Gioconda* de Leonardo da Vinci; y los bienes inmateriales (el teatro *Kabuki*, el tango o la *pizza* napolitana).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) reconoce la existencia de varios tipos de patrimonio: industrial; artístico; natural; cultural-natural; cultural, dentro del cual, está intangible y tangible; y en éste se halla mueble e inmueble. Es el patrimonio de tipo cultural el que se estudia en este apartado; puesto que la gastronomía o arte culinario pertenece a esta clasificación.

Para la UNESCO (2014: 132), “el patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio”. Es la misma UNESCO, quien, desde el año 2008 elabora -de forma anual- una lista de tradiciones que conforman el patrimonio intangible de la humanidad, y es aquí donde se incluyen “los procesos de producción de alimentos típicos” (Perasso, 2015: s/p); sin embargo, no es el plato lo que la institución cultural evalúa o califica, sino el proceso, la práctica y el arte de la preparación son lo más importante y que a ojos de la UNESCO es lo que se debe preservar y que, con el soporte de la denominación de origen ayudan a proteger y reconocer la pertenencia e identidad regional de productos, no sólo alimentarios, sino agrícolas, vinos, bebidas espirituosas, y artesanías (Perasso, 2015).

Pues bien, se puede resumir que el Patrimonio Cultural aparece hoy como un elemento moderno y dinámico, el cual llega a convertirse en un aporte a la economía de un país, ya que, gracias a esto, el sector turístico puede tener una oferta variada que distingue claramente unos lugares de otros, porque es el patrimonio lo que constituye el elemento más visible de la identidad de un pueblo.

Es bien sabido que la producción científica especializada en torno al binomio patrimonio y turismo es amplia (Tresserras, 2003; Prats, 2003; Enríquez et al, 2017), debido a que con aquéllos dos elementos, se puede construir conocimiento desde varias aristas, por ejemplo, el patrimonio turístico (Quintana y Stagno, 2009), patrimonio industrial y turismo (Fernández y Guzmán, 2004; Hidalgo y Palacios, 2016), patrimonio cultural y turismo (González y Mejía, 2014; Noris, et al, 2013; Mendoza et al, 2008) y, patrimonio



ambiental y turismo (Abreu y Lunar, 2008); sin embargo se debe prestar un poco de atención en el concepto de patrimonio, para evitar usarlo de forma indiscriminada. Según la Real Academia Española (RAE, 2017: s/p) es el “conjunto de los bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título”, esto tiene que ver, en términos simples, con herencia. Esta noción también sugiere cierta estimación, que bien puede ser económica o simbólica. Es por ese valor que brinda el aspecto cultural o patrimonial, dado su sentido de originalidad, identidad, estética y acceso, es que se pone a disposición como producto de mercantilización que el turista puede disfrutar y experimentar.

### **Turismo gastronómico**

Fueron Lucy M. Long et al (2004) quienes muestran cómo el turismo combina experiencias personales con actitudes culturales y sociales hacia la comida; del mismo modo examinan las intersecciones de alimentos, cultura y turismo en diversos contextos alrededor del mundo.

Como es de esperarse, existe numerosa bibliografía relacionada con la gastronomía, la cual describe festividades (Feo, 2005), análisis de oferta gastronómica (Pereiro y Prado, 2005), producción científica de las tendencias gastronómicas (Hernández, et al, 2016), sólo por mencionar algunas. Según A. Montecinos el turismo gastronómico se define como las

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria (Montecinos 2013, s/p).

Este concepto está notablemente enfocado en el turista, más que en el fenómeno, por lo tanto, define al turista gastronómico, además de describir casi la totalidad del fenómeno turístico; el autor mexicano, no duda en rescatar la cultura en su concepto, como algo vital para la ejecución del llamado turismo gastronómico; esto es, la dependencia de la cultura para la existencia de esta modalidad.

Para G. Richards este tipo de turismo se define “como aquellos viajes que tienen como foco fundamental la gastronomía local del destino o, al menos, constituye una parte importante del mismo” (Richards citado en De Esteban et al, 2014: 91); sin embargo, para el investigador angloparlante, también se puede definir como los viajes que se realizan para visitar productores de alimentos o asistir a ferias gastronómicas e inclusive para acudir a restaurantes que gocen de prestigio local, nacional o internacional.

Este último concepto podría equipararse o confundirse con el agroturismo, puesto que la visita a productores y la preparación de alimentos son común denominador de esta modalidad del turismo; entonces existe una línea delgada entre ambas tipologías.

J. de Esteban (2014) reconoce la importancia que tiene la experiencia de la alimentación para los turistas, la cual, según el investigador español, es clave en la visita, e inclusive

esencial para comprender la cultura del país; ahora bien, no quiere decir que la alimentación sea el motivo principal de la visita. En este sentido, E. Torres Bernier (apud Mazón et al, 2014) marca la diferencia entre el turista que “se alimenta” y el que “viaja para comer”; el primer caso, lo hace por la necesidad biológica de satisfacer el hambre, minimizando la prioridad de calidad del producto más no la del precio; y el segundo “están interesados en encontrar placer a través de la gastronomía por lo que se convierte en el factor primario para la elección del destino visitado” (Mazón et al, 2014: 76).

En el texto dirigido por De Esteban (2014: 92) describe, también lo que pueden ser otras derivaciones o subcategorías desprendidas del turismo gastronómico:

- Enoturismo (razón principal del viaje es el vino)
- Turismo de borrachera (Razón principal del viaje son las bebidas alcohólicas)
- Turismo de cerveza (razón principal del viaje es la cerveza, pubcrawl en términos anglosajones)
- Turismo de tapas (razón principal del viaje son las tapas)
- Turismo de jamón serrano (razón principal del viaje es el jamón serrano)
- Turismo de queso (razón principal del viaje es el queso)
- Turismo de marisco (razón principal del viaje es el marisco)

Esto puede suponer que el fenómeno turístico podría tener miles de modalidades, lo que produciría confusiones o problemas de concepto, debido a que las definiciones anteriores presentan similitudes conceptuales, entonces, fácilmente se podría hablar como una sola modalidad; y este argumento se podría llevar a la siguiente escala, en tanto que la gastronomía es un fenómeno cultural (Bourdieu, 1998; Lévi-Strauss, 2009), de esta manera, forma parte del turismo cultural. Del mismo modo, se tiene que L. Doncel (apud de Esteban, 2014: 123) afirma que “el arte culinario es un fenómeno cultural”.

De acuerdo a las clasificaciones de los tipos de recurso de turismo cultural presentadas por J. Swarbrooke (1996) y M. Smith (2003), se tiene que la gastronomía está ubicada en ambas categorizaciones; inclusive, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR 2015) menciona, en su página de internet ([www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)), que la gastronomía, junto con la arquitectura y las tradiciones forman parte de la riqueza cultural, geográfica e histórica del país, así mismo, la Escuela de Organización Industrial (EOI), en el texto titulado *Turismo cultural: patrimonio, museos y empleabilidad* coordinado por E. Lizarralde (2013: 10) menciona que “patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones y gastronomía” pertenecen a las múltiples formas del Turismo Cultural.

Queda claro, pues, que el fenómeno gastronómico ha sido vinculado al turismo por su condición cultural, lo que implica, entonces un fenómeno antropológico el cual es comprendido en función de su ubicación geográfica o climatológica, que, como dice Aranceta (2001) son factores determinantes en la dieta de cada región, ya que altitud, humedad, clima y temperatura intervienen directamente en los sectores ganadero y agrícola; ya que los alimentos de lugares cálidos son diferentes a los destinos fríos o temperaturas más bajas, puesto que se procuran platillos frescos y livianos en regiones cálidas y en zonas frías se consumen alimentos con grasas los cuales van acompañados

de sus respectivos rituales y hábitos. En este sentido, también vale la pena hacer la distinción entre la oferta turística gastronómica, la cual es diseñada como un producto para determinado segmento de mercado (rutas gastronómicas); y el recurso local disponible para el turista (mercados o cocinas locales).

## Conclusión

Es debido a que el concepto de turismo es tan ambiguo o flexible, que permite que de él se desprendan modalidades o tipologías de su práctica, las cuales pueden ser infinitas, esto es porque existe una modalidad por cada práctica o actividad turística; por ejemplo, existe el turismo religioso puesto que hay corriente turística que acude a lugares religiosos; existe el enoturismo, porque hay oferta de zonas de producción vinícola, y por lo tanto existe demanda; existe el turismo gastronómico porque hay oferta culinaria, y por lo tanto turistas que se alimentan.

Se presume que cada modalidad se practica como principal motivo del desplazamiento, sin embargo, esto no siempre es así, puesto que para el “turismo gastronómico” -que es el que preocupa a este ensayo-, probar productos o alimentos típicos se trata de un asunto meramente cultural, dado que hay más motivos para viajar, que solamente para experimentar un alimento, eso se efectúa ya cuando el turista está en el destino. Queda claro que la definición de tantas modalidades tiene el objetivo de diversificar productos turísticos, los cuales tengan como resultado la creación de programas y proyectos, y con eso, el ingreso de divisas.

Los diversos conceptos de turismo gastronómico presentan contradicciones, además de rebasar líneas conceptuales con otros tipos de turismo (p.e. agroturismo), lo que impide concretar la delimitación conceptual del fenómeno, el cual es puramente extraído o separado de la cultura.

Poco a poco, investigadores de turismo, agentes locales y regionales que promocionan los atractivos se han encargado de que la gastronomía se convirtiera en patrimonio turístico, sin considerar que se trata de patrimonio cultural, independiente del fenómeno turístico, de modo que la vivencia o experiencia de la comida, deriva de la cultura de la región. Se entiende, como reflexión final, que el turista come por necesidad o por experimentar los productos locales, para conocer la cultura del destino, esto quiere decir, que, si se habla de turismo gastronómico, se debe hablar de turismo cultural, por lo que el llamado turismo gastronómico como concepto no debe existir.

## Referencias bibliográficas

Abreu, J. y Lunar, R. (2008) Incorporación del patrimonio ambiental de la Parroquia Chuao, a la oferta turística del estado Aragua, Venezuela. *Gestión Turística*. No. 9, 37-59. DOI: 10.4206/gest.tur.2008.n9-03

Amaral, T. y Ávila, M. (2010) Turismo sexual e exploração sexual infantil: uma análise da atuação do programa sentinela em Ilhéus. *PASOS. Revista de Turismo y*

*Patrimonio Cultural*, vol. 8, núm. 1, pp. 185-193. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88112836014>

Aranceta, J. (2001) *Nutrición comunitaria*. Ed. Elsevirr. España.

Araújo, L. (2016) Empresarização do turismo de base comunitária *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 16, núm. 2, pp. 249-262. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115448575016.pdf>

Azevedo, A. (2017). Significados latentes na fotografia em turismo: o caso do turismo negro na Costa Morte (Galiza). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 15, núm. 4, octubre, pp. 1001-1015. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88153351016>

Bourdieu, P. (1998) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. España.

Briceño, Y. (2010) La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 16, núm. 3, pp. 55-71. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/177/17731133004.pdf>

Castro, M. y Villalobos, N. (2013) La asociatividad turística una alternativa de inclusión social

y económica para San Andrés. *Trabajo de Grado en el marco del Taller Internacional Interdisciplinario San Andrés y Providencia 2013, para optar por el título de Economista*. Universidad Piloto de Colombia. Disponible en <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000960.pdf>

Chaves, L. y Pinto, R. (2013) Sustentabilidade e turismo comunitário: aspectos teórico-conceituais *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 13, núm. 2, pp. 213-226. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115428165005>

Cohen, E. (2011) Educational dark tourism at an in populo site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, Issue 1, pp. 193-209. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.003>

Costa, S., y Ferreira, H. (2013) Perspectivas para o desenvolvimento de Turismo Religioso em Armação dos Búzios – RJ. *Caderno Virtual de Turismo*. Vol. 19, no. 3, pp. 2-15. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/1154/115461709015/115461709015.pdf>

De Esteban, J, (Coord) (2014). *Turismo gastronómico y enológico*. Ed. Dykinson. España.

Díaz, J. y Pavón, A. (2015) Turismo gastronómico» *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

Ecole Technique Hoteliere Tsuji (1991) *Professional Restaurant Service*. Ed. John Wiley & Sons. UK.

Enríquez, J., Guillén, M. y Valenzuela, B. (coords.) (2017) *Patrimonio y turismo. Un acercamiento a los lugares turísticos de México*. Universidad de Sonora. Ed. Qartupii. México.

Feo Parrondo, F. (2005) Turismo gastronómico en Asturias. *Cuadernos de turismo*. Núm. 15.

Devesa, M., Luna, M. y Palacios, A. (1997) Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *Revista electrónica de motivación y emoción*. Vol. XIII, No. 35-36.

Fernández, G. y Guzmán, A. (2004) El patrimonio industrial como recurso para crear rutas turísticas: algunas propuestas en Argentina. *Cuaderno Virtual de Turismo*, Vol. 4. No. 4, 57-68.

Galeano, E. (2002) *Patas arriba. La escuela del mundo al revés*. Ed. Siglo Veintiuno. España.

Galimberti, U. (2002) *Diccionario de Psicología*. Ed. Siglo XXI. Argentina.

Gertz, C. (2003) *La interpretación de las culturas*. Ed. Gedisa. Barcelona

González, F. y Mejía, M. (2014) Identificación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico sustentable. Caso Comonfort, México. *Gestión Turística*. No. 22, 42-70. DOI: <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2014.n22-05>

Hall, M, & Mitchell, R. (2001) Wine and food tourism» en Douglas, N., Derrett, R. (edits.) *Special Interest Tourism: Context and Cases*. John Wiley & Sons, Brisbane, 307–239.

Hall, M. & Sharples, L. (2003) The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste, en Hall, M. et al. (edts.) *Food Tourism Around the World*. Ed. Elsevier, Oxford, 1-24.

Hernández, C., Tamayo, A., Castro, D., Muñoz, I. (2016) Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica, *Revista Ciencia Ergo Sum*. Vol. 23, No. 1, 76-84.

Hernández, D. (2013) La Escuela de Frankfurt. Un acercamiento a su metodología de investigación y su filosofía del poder. *Sincronía. Revista de Filosofía y Letras*. Año XVII, No. 63, pp. 1-20. Disponible en [http://sincronia.cucsh.udg.mx/pdf/2013\\_a/hernandez\\_64\\_2013.pdf](http://sincronia.cucsh.udg.mx/pdf/2013_a/hernandez_64_2013.pdf)

Hidalgo, C. y Palacios, A. (2016) El patrimonio industrial declarado Bien de interés Cultural en Madrid. Su integración en la oferta cultural y turística de la ciudad. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 14. No. 1, 193-212.

Kuhn, T. (1962) *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica, México.

Leal, M. (2011) La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 9, No. 1, 15-24. Doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.002

Lévi-Strauss, C. (2009) *Mythologiques*. Ed. Librairie Plon. Francia.

Lizarralde, E. (2013) *Turismo cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Ed. Fundación EOI. España.

Long, L. (2004) *Culinary tourism*. University Press of Kentucky. DOI: 10.1007/978-94-007-6167-4\_416-1

Mejía, L, Hernández, R. y Mejía, S. (2013) Cocina y arte: la doble significación de la gastronomía» *Culinaria Revista virtual especializada en Gastronomía*. No. 6, 07-22.

Mendoza, M., Ramírez, J., Ruiz, M., Figueroa, E. y Zapata, V. (2008) Potencial turístico del patrimonio cultural de la ciudad de Taxco. *Teoría y Praxis*. No. 5, 389-402.

Millán, M. & Agudo, E. (2010) El turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. *Pasos, Revista de Turismo u patrimonio cultural*. Vol. 8, No. 1, pp. 91-112. Doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.008

Millán, G., Castro, M., y Morales, E. (2011) El turismo rural en Andalucía: un análisis FODA. *Rosa dos Ventos*, vol. 3, núm. 3, pp. 303-323. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547087002>

Montecinos, A. (2013) Definiciones Turismo Gastronómico, Gastronomía, Rutas, Productos, Destinos... *Peregrino Gastrósofo*. Disponible en <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>

Morin, E. (2009) *¿Hacia el abismo? Globalización del siglo XXI*. Ed. Paidós. España.

Moya, M. y Puertas, S. (2008) Estereotipos, inmigración y trabajo. *Papeles del Psicólogo*. Vol. 29, No. 1, 6-15.

Muñoz, D. (2015) Una aproximación al turismo rural en España. *Terra Nueva Etapa*, vol. XXXI, núm. 50, pp. 39-54. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72142329003>

Noris, J., Barzaga, O. y Cruz, N. (2013) El patrimonio cultural de la inmigración haitiana en Holguín desde una interpretación turística» *Ciencias Holguín*. Vol. XIX. No. 1, 1-15.

Nowlis, M. (2000) Gastronomy en Jafari, J. *Encyclopedia of Tourism*. Ed. Routledge. London. UK.

Oliveira, S. (2007) La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada, Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 16, 261-282.

----- (2008) *A importância da gastronomia na deslocação de visitantes – estudo de caso: Mealhada*. Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Universidade de Aveiro.

----- (2011) La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino el Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal». *Revista Estudios y perspectivas en turismo*. Vol. 20, 738-752.

OMT (2015) 1er Foro Mundial de Turismo Gastronómico.

Palma, J. (2013) El patrimonio cultural, bibliográfico y documental de la humanidad. Revisiones conceptuales, legislativas e informativas para una educación sobre patrimonio. *Cuicuilco*, vol. 20, núm. 58. pp. 31-57. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/3m51/35130975003.pdf>

Payne, M. (2002) *Diccionario de teoría Crítica y Estudios Culturales*. Ed. Paidós, México

Perasso, V. (2015) Estos son los 9 platos que son patrimonio de la humanidad». *BBC Mundo*.

Pereiro, X. y Prado, S. (2005) Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): Análise de uma experiência de desenvolvimento local. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 3, núm. 1, 109-123.

Prats, L. (2003) Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?» *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 1 No. 2 pp. 127-136.

Quintana, C. y Stagno, R. (2009) Patrimonio y turismo: la activación turística patrimonial de Purificación (Paysandú, Uruguay). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 7. No. 2, 307-319. DOI: 10.25145/j.pasos.2009.07.021

RAE (2017) *Patrimonio*. Disponible en <http://dle.rae.es/?id=SBOxisN>

Rossetto, L. (2011) Discurso, estereótipo e imaginário: A Comunicação e o Turismo Sexual na Convergência das Mídias- *Rosa dos Ventos*, vol. 3, núm. 3, pp. 324-336. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547087003>

Sanz, N. y Tejeda, C. (2020) *México y la UNESCO / la UNESCO y México: historia de una relación*. UNESCO, México.

SECTUR (2015) Turismo Cultural. Disponible en <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Smith M. (2003) *Issues in Cultural Tourism Studies*. Ed. Routledge. London. UK.

Swarbrooke J. (1996) Towards a sustainable future for cultural tourism: an European perspective. En M. Robinson et al (ed.) *Tourism and Culture: Managing Cultural Resources for the Tourist*, The Centre for Travel and Tourism in association with Business Education Publisher Ltd. Great Britain.

Tobón, S. y Tobón, N. (2013) Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Turismo y Sociedad*, vol. 14, pp. 237-249. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261184014>

Tresserras, J. (2003) Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Disponible en [http://www.gestioncultural.org/ficheros/1\\_1321272045\\_JJuan\\_PatrimTurDes.pdf](http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1321272045_JJuan_PatrimTurDes.pdf)

UNESCO (2014) *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual metodológico*. Unesco. París.