



en el tintero de Jardín Secret®

Productos del terruño, vectores de la gastronomía

por Tania Koster

La “fiebre de lo gourmet” parece haber alcanzado niveles de crecimiento extraordinarios, en particular en mercados ávidos por hacer evolucionar su gastronomía, como es el caso de México. En innumerables lugares se encuentran *productos gourmet* elaborados por *expertos gourmet* para *gente gourmet*. Es verdad que el sello “gourmet” da prestigio a los productos, permitiéndoles posicionarse en mercados importantes.

No existe realmente una reglamentación sobre esa apelación tan solicitada – por lo menos fuera de Europa – y extendida al extremo que se ha convertido en un mero *gadget* de marketing. La definición original de “gourmet” se refiere a productos finos y de lujo, pensados con miras a proveer excelencia y calidad máxima, para complacer a los sibaritas.

Sin embargo, parece que el vocablo “gourmet” se confunde con el concepto “producto del terruño”, ampliamente valorado y utilizado en Europa, y poco conocido fuera de sus fronteras. De hecho, todo *producto del terruño* también se elabora con esmero, creatividad y calidad; pero sobretodo, esa denominación está estrechamente ligada a un lugar específico, a una cultura gastronómica. Esto permite construir una identidad culinaria y por lo tanto, optar por la autenticidad y no ser víctima del glamur con todos los sobrecostos que ello implica...

Artículo escrito en colaboración con

[koster associates](#)

hoteles y gastronomía

www.kosterassociates.com