

## **MÁSTER ÑAM Título Propio. Curso 20-21: Gestión e innovación en cultura gastronómica.**

### **JUSTIFICACIÓN: antecedentes, referentes, oportunidad, descripción académica.**

La gastronomía española es una de las más importantes del mundo. Existe un reconocimiento internacional al que se une el prestigio social y el talento creador. Estos intangibles otorgan no solo reputación, sino un importante impacto en la economía y en el Producto Interior Bruto. Sin embargo, aunque se hable desde la perspectiva del destino turístico la cadena de valor es mucho más compleja porque la realidad gastronómica posee implicaciones sociales, políticas y morales que la convierten en un espacio de oportunidad y futuro.

Recientes informes económicos ponen de manifiesto su relevancia y analizan los activos de una industria que posee una poderosa estructura que implica sectores y profesiones mucho más amplios (cocineros, agricultores, periodistas, científicos, turismo, gestores...). Si tradicionalmente se entendía que era una industria agroalimentaria o que formaba parte del sector servicios hoy ya se tiene constancia de que el futuro de la gastronomía también depende de una visión más interconectada. Del mismo modo, también presenta amenazas y debilidades porque es una realidad cambiante y llena de desafíos.

Se hace necesario construir el futuro de la gastronomía y de la alta cocina con especial atención en las capacidades creadoras, el capital cultural, el desarrollo intelectual, la comunicación transmedia y la economía del conocimiento. Sería importante promover una actividad formativa para líderes del sector. No consiste en formar para el éxito sino para la inteligencia, los proyectos colaborativos, la reflexión, la visión estratégica, el poder de las ideas y el análisis.

Los estudios de posgrado de la universidad española están basados en áreas vinculadas a la actividad productiva: Dirección y organización empresas, Técnica-Producto-Sala, Turismo gastronómico, Tecnologías de la alimentación, Nutrición, Educación alimentaria y Marketing. Sin embargo, ninguna universidad ha promovido una formación que, además, vincule la gastronomía con el arte, los procesos creativos, las humanidades, la sociología o el pensamiento crítico.

La gastronomía y la alta cocina van destinadas a un público culto, sofisticado, con poder adquisitivo y colmado de sutilezas. Para formar a los futuros actores de la gastronomía se necesitan recursos narrativos, capacidades comunicativas, liderazgo, visión global para construir un relato coherente y duradero, tanto desde el punto de vista del presente como de la sostenibilidad futura. Este Máster no solo pretende formar, sino promover talento gastronómico, cuestionar el sector, hacerse preguntas y adelantarse al futuro.

Andalucía es un territorio singular que lidera el sur de Europa como destino gastronómico internacional. La Universidad de Cádiz tiene un papel fundamental y pretende aportar valor, conocimiento interdisciplinar y visión estratégica a corto y largo plazo.