

# GASTRONOMÍAS Y COCINAS PARA EL RESTO DEL SIGLO XXI

**PATRIMONIOS,  
TERRITORIOS,  
INNOVACIONES Y  
BUENAS PRÁCTICAS**

**MARCO COVARRUBIAS,  
F. XAVIER MEDINA Y  
DAVID CONDE-CABALLERO  
(EDS.)**





*Gastronomías y cocinas para  
el resto del siglo XXI*



# *Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI*

Patrimonios, territorios, innovaciones y buenas prácticas

---

Marco Covarrubias, F. Xavier Medina y David Conde-Caballero (*eds.*)

Barcelona y Ciudad de México, 2024



Director de la colección ALIMUS: F. Xavier Medina

Diseño de la colección: Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) / Josep M. Solé

Colección ALIMUS, número 3

Cómo citar esta obra:

Covarrubias, Marco; Medina, F. Xavier y Conde-Caballero, David (eds.) *Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI. Patrimonios, territorios, innovaciones y buenas prácticas*. Colección Alimus. Barcelona y Ciudad de México, Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo-UOC, Universidad del Claustro de Sor Juana e International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF), 2024.

© Marco Covarrubias, F. Xavier Medina y David Conde-Caballero (eds.)

© De los textos, sus autoras y autores

© Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Universidad del Claustro de Sor Juana e International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF), de esta edición, 2024

Rambla del Poblenou, 156

E-08018 Barcelona

<https://www.uoc.edu/portal/es/unesco-chair-food-culture-development>

Este libro ha sido arbitrado mediante el método doble ciego por pares académicos anónimos.

Realización editorial: Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya

Primera edición en lengua castellana: Barcelona, noviembre de 2024

Maquetación y diseño: Josep M. Solé

Imagen de portada: Universidad del Claustro de Sor Juana

ISBN: 978-84-09-66198-5

Ninguna parte de esta publicación, incluyendo el diseño general y de la cubierta, puede ser copiada o reproducida de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, o por otros métodos, sin la autorización previa por escrito de los titulares del copyright.





# Sumario

Gastronomías y cocinas para seguir construyendo un siglo en marcha. <i>Marco Covarrubias, F. Xavier Medina y David Conde-Caballero</i> .....	13
A modo de introducción: Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI. <i>Carmen B. López-Portillo Romano</i> .....	23
I. GASTRONOMÍAS, CULTURAS, TRADICIONES, PATRIMONIOS Y TERRITORIOS	35
Procesos de endopatrimonialización de la gastronomía popular en contextos rurales. La elaboración y comercialización de camote en San Lorenzo Malacota (Morelos, Estado de México). <i>Daniel De Jesús Contreras</i> .....	37
Tradición, espacios y sabores de las botanas tuxtlecas. <i>Carolina Gómez Hinojosa, José Rodolfo Mundo Gómez, Gabriel Velázquez Castillejos e Isabel Pérez Pérez</i> .....	57
<i>Tolondrones pa' los preguntones</i> . El tequila y el mezcal en la disputa por el sabor. <i>Rodolfo Fernández y Diana Carrano</i> .....	73
Los templos del buen beber y el buen comer. Cultura líquida, patrimonio etílico y comensalidad en cantinas tradicionales del centro histórico de la Ciudad de México. <i>Federico G. Zúñiga Bravo y Enrique Martínez Velásquez</i> .....	85

II. LA ALIMENTACIÓN Y LAS COCINAS EN SUS CONTEXTOS SOCIALES 105

Elementos que conforman una cocina de calle: el caso de Hermosillo (Sonora, México).

*Juana María Meléndez Torres y Adriana del Carmen Bautista Hernández* ..... 107

*Muchos cocinan, pero pocos alimentan.* Ollas comunitarias en el estallido social de 2021 en Cali (Colombia).

*Ana María Cruz Vidal* ..... 123

III. GASTRONOMÍAS Y TURISMOS 137

La gastronomía y el turismo: Desafíos y perspectivas de futuro en un contexto sostenible.

*María del Pilar Leal Londoño* ..... 139

El agroturismo de vainilla como estrategia para enriquecer la oferta turística de Papantla (Veracruz, México).

*Karla Jocelyn Mendoza López, Jerónimo Ramos Sáenz Pardo y Víctor Ramón Oliva Aguilar*..... 159

IV. EXCURSUS. PERSPECTIVAS DESDE LAS CIENCIAS ALIMENTARIAS: ¿NUEVAS PROPUESTAS PARA NUEVAS NECESIDADES? 173

Desarrollo de un tamal de fresa con proteína de alto valor biológico como alternativa culinaria para personas con diabetes *mellitus* tipo 2.

*María Soledad Córdova-Aguilar, Alaide Jiménez Serna y Rodolfo Alejandro Hernández Aranza* ..... 175





## PRESENTACIÓN

# GASTRONOMÍAS Y COCINAS PARA SEGUIR CONSTRUYENDO UN SIGLO EN MARCHA

Marco Covarrubias  
Universidad del Claustro de Sor Juana

F. Xavier Medina  
Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo, Universitat Oberta de Catalunya, e International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF)

David Conde-Caballero  
Universidad de Extremadura e International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF)

No es novedad el afirmar hoy que la gastronomía es un elemento relevante en relación con una larga lista de aspectos sociales destacados que afectan nuestra vida cotidiana, y que van desde la consideración de los sistemas alimentarios (de lo local a lo global) o la construcción de las identidades, la cultura y el patrimonio, hasta las políticas socioeconómicas, laborales o de desarrollo de los diferentes territorios, con un impacto creciente en la industria turística. La puesta en valor de las cocinas y su patrimonialización como un elemento de la cultura inmaterial de los pueblos ha implicado, al mismo tiempo, la activación de estos recursos en tanto que instrumentos que, por primera vez en mucho tiempo, son puestos en primer plano y reivindicados social, cultural, política y económicamente desde los territorios locales.

Al mismo tiempo, tenemos que capas cada vez más amplias de la población se están sensibilizando sobre las cuestiones ambientales asociadas con este discurso. La cadena alimentaria, desde la producción hasta el consumo e incluso el reciclaje de los desechos, afecta al medio ambiente y al equilibrio social y territorial, e impacta tanto en nuestros entornos inmediatos como a nivel global.

La investigación gastronómica sitúa, así, cada vez más su marco en el respeto por el medio ambiente, inmersa en dinámicas económicas circulares y en la preocupación por todos aquellos elementos que rodean la alimentación, y que van mucho más allá de la nutrición: de la ética a la estética; desde el origen hasta el reciclaje de los recursos; desde la productividad y el beneficio económico, hasta la equidad de género y la conciliación familiar; desde las cocinas tradicionales y/o patrimoniales, hasta las más innovadoras y transgresoras; desde las tecnologías que nos llegan desde el pasado hasta las más recientes...

En un contexto como este, el objetivo de esta obra es analizar determinados aspectos relacionados con las problemáticas que rodean el papel de las gastronomías y de las cocinas, entendidas y reflexionadas en un sentido amplio, atendiendo a las necesidades impuestas por los crecientes contextos globales, pero vinculadas a los territorios específicos a través de los cuales encuentran sus sentidos. Así, entre los objetivos de este libro se encuentra el debate y el análisis sobre las relaciones que se establecen entre la gastronomía, sus relaciones con la cultura (con C mayúscula) y con las culturas, así como sus relaciones con la sociedad, la sostenibilidad, las nuevas tecnologías o su capacidad para generar desarrollo local.

Queremos, asimismo, poner el énfasis de los análisis expuestos en los estudios de caso, en las buenas prácticas, en todo aquello que pueda existir de destacable y que pueda servirnos como ejemplo y como guía para futuras actuaciones. Desde esta perspectiva, la reflexión que queremos fomentar debe ser siempre observada desde la interdisciplinariedad, intentando aportar puntos de vista abiertos, plurales y lo más innovadores posible sobre temáticas que distan mucho de ser simples ni unilineales.

### **Este libro...**

El origen de esta obra se encuentra en el marco general de colaboración y de investigación establecido en 2018 entre el Centro de Investigación y Capacitación en Gastronomía (CICG) de la Universidad del Claustro de Sor Juana, en la Ciudad de México, y la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), en Barcelona. En este contexto, que ha dado ya como fruto proyectos y publicaciones de investigación, iniciativas de docencia y actividades de difusión a distintos niveles, se enmarca la iniciativa conjunta del Congreso Internacional *Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI. Patrimonios, territorios, innovaciones y buenas prácticas*, que tuvo lugar en la Universidad del Claustro de Sor Juana, en la Ciudad de México, a

finales de 2023. Dicho congreso fue, por un lado, el VI Congreso Internacional de la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la UOC, pero, gracias a una alianza que consideramos estratégica, además de ampliamente fructífera, con la Comisión Internacional de Antropología de la Alimentación y de la Nutrición (ICAF), se convirtió también en el congreso número cuarenta y cinco de dicha organización, dedicada al estudio sociocultural de la alimentación.

Cuando nos planteamos esta obra, después de la celebración de dicho congreso, quisimos crear y dar vida a una visión amplia e interdisciplinaria sobre estos temas. Así, se pidió a algunas del más de un centenar de personas especialistas que habían participado en el congreso con casi una setentena de ponencias, el poner por escrito sus intervenciones en función de esta idea. Por otra parte, se reclamó la aportación de algunas otras personas expertas para hablar de aspectos que no quedaban suficientemente reflejados, con el fin de que acabaran de perfilar esta dicha pretensión amplia, abierta y, a su vez, pluridimensional.

De este modo, e intentando alejarnos de frecuentes tópicos que suelen repetirse a la hora de analizar estas temáticas, un interesante listado de especialistas en la materia analiza en este libro, cada cual, desde sus propias perspectivas, estos dichos aspectos, a través de los cuales intentamos ofrecer una visión enriquecedora, desde la que las personas lectoras puedan acercarse, según sus propios intereses, a una información que, hasta el momento, sigue sin ser de fácil acceso.

Por otro lado, se pretende ofrecer diferentes puntos de vista, en ocasiones bastante diferentes, sobre una realidad dinámica compuesta por múltiples y cambiantes facetas. De este modo, la interdisciplinariedad y las diferencias metodológicas y de perspectivas de las distintas personas que participan en este libro no hacen más que enriquecer el análisis, permitiendo a quien se acerque a las páginas de esta obra obtener informaciones de interés que permitan avanzar en la creación de conocimiento sobre las temáticas expuestas, así como destacar la relevancia que tendrá la alimentación frente a los retos que ya nos han impactado durante el primer cuarto del siglo, y que seguramente serán mayores con el paso del tiempo. Estamos obligados a ser flexibles respecto a lo que comeremos, así como a ser conscientes de lo que ello representa para nuestro entorno.

### **... Y su contenido**

La obra se inicia con un texto programático e introductorio a cargo de Carmen B. López-Portillo Romano, Rectora de la Universidad del Claustro de Sor Juana,

en el cual la autora repasa los retos a los que nos enfrentamos desde las gastronomías y las cocinas en el futuro a corto y medio plazo, que se acerca y ejemplificamos pensando únicamente en lo que nos queda de siglo XXI, como si en este límite pudiésemos concentrar nuestros esfuerzos de comprensión. Un futuro que, según la autora, no es comprensible si no es desde la vinculación con la naturaleza, las culturas y los poderes. Señala igualmente López-Portillo Romano que un elemento de la mayor importancia es la educación y el fortalecimiento de una cultura que promueva una toma de consciencia sobre el impacto de la alimentación en las comunidades, en los productos que consumimos, la forma como se producen, distribuyen y comercializan, la manera como se informa a los consumidores sobre el valor nutricional, el origen de los productos, el impacto en el medioambiente... Así, es imperativo -señala-, trabajar de manera colaborativa e integrada desde los agricultores o la industria alimentaria hasta los científicos e investigadores, el sistema educativo, los poderes políticos y, muy especialmente, la ciudadanía.

Tras este capítulo introductorio, se inicia la primera de las partes del libro, que hemos dedicado al tema: *Gastronomías, culturas, tradiciones, patrimonios y territorios*. Esta parte se inicia con un primer capítulo, obra de Daniel de Jesús Contreras, dedicado a los procesos de *endopatrimonialización* de la gastronomía popular en contextos rurales, y donde el autor analiza la elaboración y comercialización de camote en la localidad de San Lorenzo Malacota, en el municipio de Morelos (Estado de México). En su texto, el autor discute cómo la patrimonialización de la gastronomía popular en espacios rurales se encuentra fuertemente ligada a la diversificación de las actividades productivas, a la construcción de relaciones transnacionales con migrantes mexicanos y a la configuración de simbolismos locales, todas ellas mediadas, frecuentemente, por la religiosidad popular.

El capítulo siguiente, firmado por Carolina Gómez Hinojosa, José R. Mundo Gómez, Gabriel Velázquez Castillejos e Isabel Pérez Pérez, tiene un carácter práctico y lleva por título: Tradición, espacios y sabores de las botanas tuxtlecas. En él, las autoras y autores analizan un paquete de diferentes tipos de botanas para ser ofrecidas en los restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez (Chiapas). A través de su propuesta, se sugieren elementos tales como promociones en días y horarios específicos, criterios para unificar precios en las cartas de los restaurantes o acciones en relación como promociones, con el objetivo de que los espacios tradicionales sean visitados con mayor frecuencia tanto por locales como por turistas, permitiendo a la clientela disfrutar de los sabores tradicionales y compartir el ambiente local.

Los dos capítulos finales de esta primera parte del libro nos llevan, por su parte, hacia el marco general de las bebidas alcohólicas. El primero de ellos, de Rodolfo Fernández y Diana Carrano, se preocupa por la creciente popularidad del mezcal y cómo esta está afectando al consumo de tequila, tanto a nivel mexicano como internacional. Los temas relacionados con la “autenticidad”, con la naturalidad del producto y con la elaboración por parte de pequeños productores y no por grandes empresas, acaban derivando en un capítulo que nos lleva, finalmente, a discutir sobre el conocimiento y la educación de las personas consumidoras acerca de los aguardientes de agave, y sobre si ese conocimiento representa una influencia en la preferencia por la bebida, más allá del gusto por el sabor característico del mezcal. Se discute, de este modo, una disyuntiva que deriva de la tensión entre tradición y tecnología, y que aporta un valor particular a la reflexión.

Cambiando marcadamente de contexto, el capítulo elaborado por Federico G. Zúñiga Bravo y Enrique Martínez Velásquez, nos lleva a analizar los contextos culturales del alcohol y la comensalidad que se desarrolla en las cantinas tradicionales del Centro Histórico de la Ciudad de México. Los autores analizan, a través de los conceptos de *cultura líquida* y de *patrimonio etílico*, además de la comensalidad que representan, el valor cultural, patrimonial y social de las cantinas tradicionales del Centro Histórico de la capital mexicana. Como ellos mismos señalan, estos espacios contribuyen, por un lado, a la conservación de la memoria social y cultural y, por el otro, a la configuración del paisaje urbano-cultural de la ciudad.

La segunda parte de este libro tiene por título: *La alimentación y las cocinas en sus contextos sociales*, y está compuesta por dos capítulos que nos llevan sobre fenómenos socioalimentarios populares, tales como la comida callejera o las ollas populares. En el primero de ellos, Juana M. Meléndez Torres y Adriana del C. Bautista Hernández nos hablan sobre los elementos que conforman una cocina de calle en el caso de la ciudad sonoreense de Hermosillo. En su texto, las autoras analizan las prácticas gastronómicas y culinarias que se llevan a cabo en los lugares de comida de calle en la capital de Sonora, identificando los distintos elementos que favorecen la conformación de una cocina callejera urbana que modifica, adecúa y reconfigura sus componentes según las necesidades y condiciones sociales que la rodean.

Por su parte, Ana M. Cruz Vidal indaga en su texto sobre algunos de los procesos que posibilitaron la organización de ollas comunitarias construidas en los puntos de concentración que emergieron durante el estallido social de 2021 en Cali (Colombia). La autora pone especial énfasis en la relación existente entre la

cocina y el cuidado, en un contexto de estallido social que permite pensar la cocina como un acto político que condensa y pone de manifiesto elementos colectivos e individuales de nuestra sociedad.

La tercera parte del libro trata sobre gastronomía y turismo, y en ella encontramos dos textos que nos permiten analizar este creciente fenómeno de masas en relación con los productos, especialidades y espacios gastronómicos en nuestras sociedades contemporáneas. El primero de los textos, a cargo de María del Pilar Leal Londoño, analiza el nexo entre gastronomía y turismo en un marco que, pensado desde el presente, se presenta con la obligación de ser necesariamente sostenible. Así, la autora aborda, desde una perspectiva teórico-práctica, la relación existente entre la gastronomía y turismo en un marco sostenible, para plantear perspectivas de futuro que permitan entender a la gastronomía como una oportunidad de diferenciación y aportación de valor para los destinos. Igualmente, y a partir del análisis de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, presenta elementos de discusión que responden a las metas de los ODS identificados como comunes para los dos sectores: el gastronómico, representado en los productos agroalimentarios, y el turístico.

El segundo de los capítulos de esta tercera parte es, nuevamente, un estudio práctico de caso, en esta ocasión, sobre el agroturismo de vainilla en tanto que estrategia para enriquecer la oferta turística de la localidad de Papantla (Veracruz). Su autora y autores: Karla J. Mendoza López, Jerónimo Ramos Sáenz-Pardo y Víctor R. Oliva Aguilar, reflexionan sobre el valor de la vainilla, su cultivo e importancia cultural como atractivo turístico, considerando los elementos del agroturismo como una eventual fuente adicional de ingresos complementaria a la producción, y tanto para los productores como para la comunidad misma.

Finalmente, el libro se cierra con una sección abierta, la cuarta y última, a la cual denominamos *Excursus. Perspectivas inconclusas*, y que nos lleva sobre un caso específico de propuesta de soluciones gastronómicas de manera práctica, desde el campo de las ciencias alimentarias. Soluciones para problemáticas que hoy en día se encuentran sobre la mesa, y para las cuales la sociedad necesita respuestas lo antes posible. El hecho de titular la sección como “perspectivas inconclusas” nos hace directamente conscientes de que nos hallamos ante una última parte absolutamente incompleta, abierta y en construcción. Y el hecho de titularla “excursus”, nos hace conscientes de que el tema, a pesar de su interés, ofrece puntos de vista claramente distintos a los del resto del libro.

De este modo, el último de los capítulos, que cierra este libro, corresponde a una respuesta científico-tecnológica procedente de la gastronomía y aplicada a necesidades relacionadas con la salud de la población. Las autoras y autor de esta aportación reflexionan sobre la alimentación de las personas con diabetes *mellitus* de tipo 2, haciéndose eco de que una de las principales causas que no permiten tener un control de la enfermedad en las personas que la padecen es la alimentación, con diferentes restricciones de platillos e ingredientes que, por otro lado, una persona sana puede consumir en su dieta habitual. El tamal es uno de estos alimentos, debido a la carga calórica que contiene (530 kcal) y al estar compuesto, entre otros ingredientes, por manteca de cerdo, azúcar o harinas. En su aportación, desarrollan una alternativa de tamal de fresa ordinario que, por su composición, puede incorporarse en la dieta de personas que viven con diabetes *mellitus* de tipo 2.

En esta última parte, el capítulo publicado no es más que un ejemplo, entre muchos otros, en relación con reflexiones sobre las respuestas que las gastronomías, las cocinas y sus entornos aún deben ofrecer en los años, en las décadas, que nos quedan antes de acabar el siglo. Se trata, evidentemente, de una aportación que no es representativa de la cantidad de temas acuciantes que la gastronomía debe de abordar hoy en día. Sin embargo, el texto incluido nos permite observar cómo las distintas disciplinas relacionadas con la gastronomía y con la alimentación permiten responder a necesidades sociales, resolver problemáticas. Nos habla de la apertura de mente necesaria para abordar los distintos retos que, progresivamente y sin pausa, van llegando a nuestras manos, así como de la necesidad de continuar avanzando, respondiendo a las demandas sociales y tecnológicas que llegan continuamente en relación con todos los campos de conocimiento (entre ellos, aquellos que se han reunido en este libro) que se generan alrededor de la gastronomía y de las cocinas.

### **Para no concluir...**

Desde las problemáticas expuestas, y a partir de los textos y de las reflexiones surgidas en relación con las temáticas que el libro (y el congreso internacional que le dio origen) expone, nos permitimos, desde estos renglones finales, esbozar algunas líneas prospectivas. Dichas líneas, lejos de ser conclusivas, funcionan simplemente en tanto que ventanas abiertas a un futuro aún incierto, como siempre es, pero esbozado ya desde el pasado y desde el presente.

Para no concluir, pues, exponemos aquí el siguiente decálogo, a manera de reflexión final sobre campos abiertos, siempre en discusión, cuyo recorrido, sin embargo, está en buena parte en nuestras manos.

*Decálogo: Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI*

1. La flexibilidad en relación con los hábitos alimentarios y su rápida evolución, será (seguirá siendo, de manera cada vez más acelerada) una condición indispensable en las dietas.

2. Es necesario reducir el consumo excesivo de productos de origen animal. En este sentido, la gastronomía, además de contribuir a disminuir los excedentes alimentarios, también puede ser una aliada efectiva.

3. La gastronomía es una herramienta accesible a cualquier persona para disminuir el impacto ambiental. Por ejemplo: uso del agua, desperdicios alimentarios, estética alimentaria. Se debe tener conciencia de los alimentos que se ingieren y de lo que ello representa a todos los niveles.

4. Fomentar el uso culinario de especies vegetales aptas para el consumo humano, sin alterar el ecosistema y siempre dentro de perspectivas culturales coherentes.

5. Reconocer en el turismo gastronómico una alternativa de desarrollo social, siempre y cuando se tenga en cuenta el valor de la gobernanza, y ello se haga dentro de marcos de gestión adecuados que marquen límites y que favorezcan su cumplimiento.

6. La inteligencia artificial y la alta tecnología se incorporarán a los quehaceres gastronómicos, creando nuevos puestos de trabajo, provocando la desaparición de otros e instaurando equipos de trabajo híbridos (ejemplo: robots en cocina o en sala).

7. La evolución de la gastronomía destaca en relación con dos vías principales de desarrollo, ambas en apariencia contrarias y, sin embargo, las dos como puntas de lanza de un mismo vector. Por un lado, la alta cocina y la innovación culinaria; y, por otro lado, la cocina tradicional, que toma una nueva fuerza que no tenía desde hacía décadas. Ambas implican un diálogo constante y, sobre todo, negociaciones importantes entre los distintos actores.

8. Es necesario atender a todos los agentes que intervienen en la cadena de valor gastronómica, para darnos cuenta de la importancia que cada uno de sus eslabones representa. Es indispensable que sean atendidos y reciban remuneraciones justas. Quedan todavía por resolver, de manera urgente, determinados problemas relacionados con el género, con la conciliación familiar y con la justicia social vinculados con aquellos actores que se desempeñan principalmente en la producción y en las cocinas.

9. Los distintos movimientos sociales están modelando, cada vez más, los contenidos que la gastronomía debe ofrecer. Por un lado, los movimientos ligados con la alimentación, como el vegetarianismo y, principalmente, el veganismo, están modelando nuevas cartas para satisfacer las cada vez mayores necesidades de los nuevos comensales. Por otro lado, los alimentos locales, cuya situación dentro de un marco de globalización obliga a repensar la oferta y a recentrar el marco gastronómico.

10. Es necesario pensar en el desarrollo de un concepto que abrace aún más la gastronomía social. Las personas especialistas en gastronomía podrían tomar un papel central en los cambios alimentarios y, desde ahí, influir socialmente en las nuevas perspectivas alimentarias.



# A MODO DE INTRODUCCIÓN: GASTRONOMÍAS Y COCINAS PARA EL RESTO DEL SIGLO XXI

Carmen B. López-Portillo Romano  
Rectora de la Universidad del Claustro de Sor Juana

La gastronomía refiere a una realidad compleja en la que se advierten distintas dimensiones. Por lo pronto, puedo distinguir tres: La naturaleza, la cultura y el poder. Aunque, en realidad, el poder es una de las expresiones de la cultura, la manera en que una comunidad entiende la convivencia y la asegura y garantiza, la forma en que define los criterios de inclusión y de justicia.

En el ámbito de la naturaleza encontramos la estructura del planeta, los elementos que lo constituyen, la estructura física, la geografía, el clima, el agua, la biodiversidad, las migraciones, la naturaleza del ser humano, la manera como estamos constituidos, la capacidad de adaptación, la salud y la enfermedad, entre otros.

En el ámbito cultural, encontramos la manera como nuestra conciencia y nuestra memoria inciden en la naturaleza y la modifican a través de valoraciones, la manera como nos vinculamos, como entendemos el universo y lo que nos pasa, lo que hacemos y nos importa, el sentido de pertenencia y la identidad, los sistemas de convivencia, las creencias, los ritos, las tradiciones, las fiestas, el patrimonio material e inmaterial, la música, la indumentaria, las expresiones artísticas.

En el ámbito del poder podemos identificar los criterios de inclusión y de exclusión, el reparto, la seguridad, el hambre, la justicia.

He de confesarles que no sé dónde ubicar la libertad, esa fisura que nos expulsó del ámbito de la necesidad, de lo determinado y causal, en el que las cosas son como son y no pueden ser de manera distinta. No sé si la libertad es algo propio de nuestra naturaleza, ni siquiera si podemos hablar de naturaleza humana, si se trató de un accidente derivado de las tantas combinaciones posibles de la naturaleza, de las tantas mutaciones y adaptaciones de los seres vivos, o del hecho fortuito de haber comido, por qué no, un hongo alucinógeno.

### **Aproximaciones al tema**

A lo largo de los años, millones de ellos, nos fuimos diferenciando genéticamente. La selección natural se dio; permanecieron los más aptos. No sólo el medio modificó a los seres vivos, sino que el proceso inverso también sucedió. La caza dotó de nuevo alimento y convirtió, como lo sugiere Serge Moscovici, al cazador en humano (no fue a la inversa, hay que destacarlo), las relaciones sociales variaron, hubo necesidad de una mayor cooperación, se empezó a organizar la división del trabajo, las relaciones entre hombres y mujeres se transformaron, se establecieron reglas de distribución del botín. Todo ello, más la aparición del uso del fuego y su utilización técnica hace aproximadamente dos millones de años, propició la hominización, ya que “el alimento cocido –como lo dice Paniker- permite que se aligere el trabajo del aparato digestivo; hace posible el sueño tranquilo al dar (el fuego) seguridad en la noche; contribuye a reducir la mandíbula y la dentición. liberando la caja craneana de parte de sus áreas mecánicas”.<sup>1</sup> El fuego, sin duda, contribuyó a que se comiera en común. Junto al fuego, reunidos los seres, nació la palabra; y el habla hizo al ser vivo, ser humano. “(...) el lenguaje -dice George Steiner- es el misterio que define al hombre... en éste (en el lenguaje) su identidad y su presencia histórica se hacen explícitas de manera única. Es el lenguaje el que arranca al hombre de los códigos de señales deterministas, de lo inarticulado, de los silencios que habitan la mayor parte del ser”.<sup>2</sup>

La preparación de los alimentos, la actividad culinaria, contribuyó a generar un tipo de razonamiento deductivo, de pensamiento secuencial, de facultad de proyección cada vez más compleja. Acaso, como lo sugiere Faustino Córdón, el primer tesoro de conocimiento transmitido por los pueblos primitivos nació cocinan-

---

<sup>1</sup> Salvador Paniker, *Aproximación al Origen* (2ª ed.). Kairós, Barcelona, 1982 p. 104.

<sup>2</sup> George Steiner, *Lenguaje y silencio*. Gedisa, Barcelona, 1990, p.18.

do, transmitiendo la experiencia adquirida junto a esas primeras fogatas que los iluminaron, que les dieron calor, el primer fogar, el primer hogar, el primer cobijo.<sup>3</sup>

Seguramente la técnica culinaria más antigua fue el asado. Cocinar los alimentos mediante el fuego y combinar productos, constituyó, una de las actividades humanas que más repercusiones ha tenido en la evolución de la especie humana y en el desarrollo del cerebro y la capacidad intelectual. “Cuando el homínido comienza a tener cultura, sus hemisferios cerebrales se desarrollan. A medida que las actividades culturales se van complicando, el sistema de comunicación evoluciona. Ese sistema de comunicación cumple una doble función: mantener la solidaridad y transmitir las actividades culturales de *Homo habilis* y de sus sucesores.”<sup>4</sup>

El camino hacia la conciencia individual se empezó a forjar gracias a la aparición de la memoria, de la palabra; con la creación del arco y de la flecha la caza en grupo y por tanto el orden colectivo, dejaron de ser indispensables para la sobrevivencia.<sup>5</sup> De acuerdo con Salvador Paniker a partir de esto se modificó drásticamente el contrato social. “Nacería la individualidad y con ella la genuina hominización, posiblemente nació entonces la institución de la familia. El hombre cobra una conciencia nueva de sí mismo.”<sup>6</sup>

### **Aproximaciones a la cultura**

El nacimiento de la cultura es la manera que el ser humano encontró para organizar su mundo, darle sentido, ordenar el caos, establecer jerarquías y puntos de referencia que le permitieran vivir y saber lo que es, encontrarse. Ese sentimiento de familiaridad le dio la posibilidad de constituir un espacio conocido en el que compartir la vida y sin el cual se sentiría extranjero del mundo, extraño de los otros y por tanto de sí mismo.

Una de las maneras de entender a las comunidades, de acceder a otras culturas, es a través de lo que Clotaire Rapaille ha llamado códigos culturales, es decir, la serie de significados inconscientes que los seres humanos aplican a la realidad, a lo dado, en virtud de la cultura en la que fueron criados. Estos códigos son la clave interpretativa de la realidad, lo que permite entender el sentido que ésta

---

<sup>3</sup> Faustino Córdón, *Cocinar hizo al hombre* (en Paniker, p 104).

<sup>4</sup> Paniker, *op cit.*, p. 107.

<sup>5</sup> Robert Ardrey, *La loi naturelle*. Stock, París, 1971.

<sup>6</sup> Paniker, *op cit.*, p. 108.

tiene para los miembros de dicha comunidad. Conocer los códigos implica acceder a la memoria de un pueblo, a la huella que una cultura ha dejado en sus integrantes, a la forma como éstos se vinculan. En el núcleo de esos códigos se encuentran justamente los sabores y los olores, las texturas y los colores, el hambre y la saciedad, la carencia o el exceso y el desperdicio.

De acuerdo con la definición de la UNESCO, la cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y colectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Es en este sentido que, cuando hablamos de cultura, estamos hablando fundamentalmente de la memoria de un país; de aquello que nos hace ser quienes somos. La identidad, finalmente, esta referida a las demás personas que integran una comunidad. Sin el otro no hay posibilidad de conocimiento, de significación; sin la vinculación con el prójimo no hay conocimiento posible.

Acaso una de las expresiones que nos permite salvarnos de ese sentimiento de soledad, de expulsión, de fisura y sinsentido, sea la comida: el pan, la sal, el vino compartido.

No sé si hay un gusto innato. Hemos reconocido cuatro: dulce, salado, amargo y ácido, que se perciben en relación con los demás

Mónica Katz afirma que “nuestra lengua ama lo que el organismo necesita” y cuenta que en 1907 Kikunae Ikeda, un químico japonés, descubrió un gusto especial, responsable de “lo delicioso”, y que llamó umami. En realidad, se trata de ácido glutámico, que al ser cocido o fermentado se convierte en L glutamato, un aminoácido que la lengua es capaz de percibir y que reconoce la presencia de proteína en un alimento. No fue sino hasta el año 2000 que la biología molecular demostró la intuición de Ikeda, cuando se codificó el primer receptor en las papilas gustativas de la lengua, también en las neuronas. Todo esto viene a cuento porque podemos pensar que sí hay un gusto innato, ese que remite a la leche materna que posee una buena cantidad de glutamato, diez veces más que la leche de vaca.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Mónica Katz, *Práctica individual, práctica social* en Patricia Aguirre, Mónica Bruera y Mónica Katz, *Comer*. Fundación Medifé Edita, Buenos Aires, 2018, pp. 103-104.

Pero no sabemos a ciencia cierta si hay un gusto innato. En todo caso, podemos reconocer que las comunidades valoran y disfrutan de productos variadísimos, y lo que para unos es un manjar de los dioses, como los escamoles mexicanos, la lamprea en su sangre española, los huevos de cien años chinos, los sesos de mono de Indonesia, las ratas fritas de Vietnam, los escorpiones de Tailandia o las tarántulas de Camboya, las sangre de cerdo o de reno servidos en Hungría o Suecia... lo que para unos, decía, es un platillo delicioso, para otros es algo incomible, asqueroso, absolutamente incomprensible. “Comer -escribió Patricia Aguirre- ubica a quien come en un tiempo, una geografía y en una historia con otros, compartiendo, transformando y transmitiendo –real o simbólicamente– aquello que llama comida y las razones para comerla”<sup>8</sup>

Es cierto que somos lo que comemos, pero, como dice Eduardo Matos, también comemos lo que somos. El gusto es una construcción social. Hablar de comida es hablar de ese complejo fenómeno biológico que refiere a los setenta nutrimentos<sup>9</sup> que metabolizamos para sobrevivir, pero implica también lo material y lo simbólico, el cuerpo y la mente, lo personal, lo social y lo político, la migración y el asentamiento. Transformar los alimentos, cocinarlos, es un artificio. No sólo por lo que de técnica se requiere, sino porque traduce en sabores, olores, colores algo de lo que uno es, eso en lo que uno ha devenido no sólo como individuo sino como comunidad.

Al cocinar estamos compartiendo no sólo la mesa, el tiempo y la geografía, sino las creencias, las emociones, las maneras de vincularnos, de ver el mundo, de entenderlo, nuestros sentimientos, nuestros gustos, acaso también nuestras esperanzas. Comer no solo implica satisfacer una necesidad, sino que cumple una función ritual, expresa lo que valoramos, lo que elegimos, en ocasión de qué y en compañía de quién, define lo cotidiano y lo festivo. La construcción del gusto es uno de los elementos que define la pertenencia y la identidad.

En el sistema de significación de nuestra cultura, comer es el acto inaugural del saber, el acto que abre la posibilidad misma de la eticidad, la que da origen a la distinción entre el bien y el mal. Después de probar el fruto del árbol de la ciencia, después de tomar conciencia de sí y del otro, el ser humano quedó expuesto a su desnudez, y a la certeza de su temporalidad. Fuimos arrojados a la libertad

---

<sup>8</sup> Patricia Aguirre, La construcción social del gusto en el comensal moderno, en *Comer*, p.14

<sup>9</sup> Hector Bourges Rodriguez, Placer y nutrición: cocina mexicana, en *Elogio de la Comida Mexicana*. México, Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana- CCGM & Artes de México, 2013, p. 69.

por el camino del saber, por el camino de la curiosidad que nos acercó al sabor de una manzana. Desde entonces, necesariamente, para ser lo que somos –seres libres- tenemos que elegir; tenemos que ocuparnos de nuestro ser; no sólo de nuestro cuerpo a través del alimento, sino de la totalidad de lo que somos. Desde que fuimos expulsados del reino de la necesidad, somos responsables de nuestro ser; desde entonces inauguramos el camino de la libertad, desde entonces cultivamos diferentes dimensiones de nuestra vida, de nuestro mundo, de nuestras relaciones, de nuestra realidad. Para cumplir la propia humanidad tenemos necesariamente que elegir, que elegirnos, tenemos que ejercer la libertad.

### **Aproximaciones al poder**

Somos lo que comemos, la manera en que lo hacemos dice de nosotros, nos define, nos da identidad, podemos conocer una comunidad por sus sabores; y los sabores, como la identidad, no es algo dado, es algo que se construye día a día. La manera de comer, de más en más la ciencia lo demuestra, da salud o enfermedad, define a una sociedad justa. Podemos distinguir las comunidades por la manera como distribuyen el alimento, por la manera como lo consumen. Por eso podemos afirmar que las condiciones del mundo en la actualidad son abiertamente preocupantes.

De acuerdo con datos de Oxfam, confederación internacional de 17 organizaciones que trabajan junto a entidades socias y comunidades locales en más de 90 países, el 1% más rico de la población posee más del doble de la riqueza que 6.900 millones de personas.

La pobreza suele acarrear el padecimiento de más enfermedades y una muerte más prematura. La esperanza de vida en las comunidades pobres es entre 10 y 20 años inferior que en las zonas prósperas. En los países en desarrollo, una niña o niño de una familia pobre tiene el doble de probabilidades de morir antes de los 5 años que una niña o niño con mejores condiciones socioeconómicas.

De acuerdo con las cifras publicadas por Coneval en abril de 2022, correspondientes al primer trimestre de este año, en México, prácticamente 4 de cada 10 personas se encuentran en pobreza laboral (38.8%), es decir, su ingreso no fue suficiente para alimentar a todos los miembros del hogar, tomando en cuenta el valor de la canasta alimentaria.

El 23.5% de la población vive en pobreza alimentaria (CONEVAL, 2022). De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018, existen 881.752

niños con desnutrición crónica en el país. La desnutrición de los niños en nuestro país afecta a 1 de cada 4 en la ciudad y a 2 de cada 5 en el campo. El hambre y la pobreza extrema, las epidemias y la falta de desarrollo son, para el conjunto de la humanidad, los enemigos más importantes a vencer. Son males absolutos que deben atenderse, no en el ámbito militar o policial, sino en los terrenos de la economía, el desarrollo social, la salud, la alimentación, la cultura y, sobre todo, la educación.

Y en el mundo se calcula que 6,3 millones de niños menores de 15 años murieron en 2017 por causas en su mayoría prevenibles, según las nuevas estimaciones de mortalidad publicadas por UNICEF, la Organización Mundial de la Salud (OMS), la División de Población de las Naciones Unidas y el Grupo del Banco Mundial. Esta cifra representa la muerte de un niño cada 5 segundos.

Es claro que el modelo alimentario actual es socialmente injusto, afecta el medioambiente, los ecosistemas y la biodiversidad, es tóxico e inseguro, es injusto y no cumple con el imperativo ético de consolidar la alimentación como el derecho humano fundamental.

Las comunidades se consolidan cuando los hombres y las mujeres que las conforman se identifican, cuando viven su vida y la interpretan a partir de los valores y significados aceptados como propios. La identidad sería entonces la aceptación de una forma de ser común que se cultiva cotidianamente.

A través de la historia de las cocinas, de las gastronomías, de las tradiciones, de sus usos y costumbres, podemos conocer la historia de los pueblos y su geografía, su clima, sus cultivos, la forma como hacen el comercio, sus creencias, sus tendencias, la manera en que se relacionan quienes forman parte de una comunidad, los sistemas de inclusión y de exclusión, de integración, de asimilación y aceptación, la forma como actualizan el conocimiento y lo hacen quehacer cotidiano y responsabilidad.

### **Aproximaciones a la realidad**

La humanidad enfrenta retos que ponen en riesgo la supervivencia de la especie: el aumento de la población, el calentamiento global y el cambio climático, la disminución de la biodiversidad, el agotamiento de los suelos, la escasez del agua, la contaminación ambiental, así como de mares y ríos, las migraciones, problemas de salud como la obesidad, enfermedades derivadas de alimentos procesados, y el hambre de una parte importante de la población.

Todos estos elementos inciden en la producción de alimentos y por lo tanto en el tema que aquí nos ocupa. A principios del siglo XX vivían en el planeta 1.620 millones de personas, en 1960 éramos 3.000 millones, para el año 2000, esta cantidad se había duplicado. Actualmente vivimos en la Tierra cerca de 7.500 millones de personas, y para el año 2050 seremos casi 10.000 millones. Esta sobrepoblación significa que la producción de alimentos deberá crecer un 70%, lo que implica promover cambios más allá de la explotación tradicional de la tierra y del mar. La alimentación se está convirtiendo de más en más en una cuestión de sobrevivencia y de justicia.

Es imperativo transformar la forma en la que producimos, distribuimos y consumimos los alimentos. El aumento de la producción tiene un impacto directo en el uso de terreno cultivable, el agua, y otros recursos naturales cada vez más escasos. El ser humano depende de la diversidad biológica para su alimentación, salud, bienestar, actividad productiva, recreo y enriquecimiento cultural.

De acuerdo con el biólogo colombiano Camilo Mora, son 8,7 millones de especies las que habitan el planeta.<sup>10</sup> "Nuestro desarrollo -afirma- depende casi exclusivamente de especies, la comida que nos comemos, el aire que respiramos, el agua que tomamos. Imagínense lo que es descubrir que todos estos servicios se obtienen del 10% de las especies que conocemos, y el 90% está por descubrir. La potencialidad de encontrar especies que pueden ayudar a los seres humanos es increíble".

En total, los científicos calculan que hay 7,77 millones de especies de animales, de las cuales 953.434 ya se han catalogado; 298.000 especies de plantas, de las que ya hay registradas 215.644, y 611.000 especies de hongos, de los cuales 43.271 están registrados. Además, habría 36.400 especies de protozoos (organismos unicelulares) de los cuales se han descrito 8.118. Y hay 27.500 especies de cromistas, una clasificación que incluye a especies de algas y mohos, de los cuales 13.033 se han descrito.<sup>11</sup>

Una gran variedad de plantas cultivadas y animales domésticos constituye la base de la biodiversidad agrícola. Sin embargo, sólo 14 especies de mamíferos y aves componen el 90% del suministro de alimentos de origen animal que consu-

---

<sup>10</sup> <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10560984#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20especies%20que,paso%20monumental%20en%20la%20ciencia.>

<sup>11</sup> [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/08/110824\\_especies\\_censo\\_am](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/08/110824_especies_censo_am)

men las personas. Y apenas cuatro especies -el trigo, el maíz, el arroz y las patatas- proporcionan la mitad de la energía que obtenemos de las plantas.

La sobrevivencia de la población depende de esta diversidad biológica, no sólo para alimentarse y subsistir, sino para la construcción de viviendas, y la dotación de bienes y servicios.<sup>12</sup> Sin embargo el aumento de las actividades humanas ha alterado los ecosistemas tanto terrestres como marinos, se han perdido enormes superficies de bosques, selvas y tierras de cultivo y se han destruido hábitats de muchas especies que están en riesgo de extinción. Según el Índice del Planeta Vivo, una aproximación al estado de la biodiversidad global, entre 1970 y 2012, la abundancia de poco más de 3.700 especies de vertebrados monitoreadas se redujo alrededor del 58% (WWF, 2016), y la cantidad de especies amenazadas va en aumento.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) define las especies amenazadas catalogadas su Lista Roja como en peligro crítico, en peligro o vulnerables.<sup>13</sup>

Así, el número de mamíferos amenazados aumentó un 22% entre 2007 y 2022. Durante el mismo periodo, el número de insectos amenazados aumentó un 276%, el de moluscos (una clasificación que incluye caracoles, babosas, mejillones, calamares y gusanos) un 145%, el de peces un 196% y el de reptiles, incluso, un 336%.

De acuerdo con la investigación promovida por KMZero: “En cuanto al medioambiente, el sistema alimentario genera el 50% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, usa el 33% de la energía global y ocupa el 40% de la superficie. En 2030 la temperatura podría ser 1,5° C más que en la era preindustrial, generando desastres naturales sin precedentes (según reciente informe del Panel Intergubernamental sobre el cambio climático, IPCC). También es una industria intensiva en la producción de plástico, del cual llegan residuos anuales al mar con el equivalente a 1200 veces el peso de la torre Eiffel (según datos de la Comisión Europea). Hambre, sobrepeso y desperdicio: El 10% de la humanidad duerme todos los días con hambre; en contraste, el 33% tiene sobrepeso y 1/3 de los alimentos se tiran, utilizando en

---

<sup>12</sup> <https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/informe18/tema/cap4.html>

<sup>13</sup> <https://es.statista.com/grafico/29422/numero-de-especies-animales-en-la-lista-roja-de-especies-amenazadas-de-la-uicn/>

vano recursos y aumentando el calentamiento global. Si el desperdicio fuera un país, sería el tercer emisor de CO<sub>2</sub> (Según la FAO).”<sup>14</sup>

Ante los retos que enfrentamos, es necesario transformar el sistema alimentario, y por tanto las cocinas y las gastronomías del mundo para que sean más saludables, seguras, sostenibles y justas. Es necesario reinventar la agricultura y la ganadería, de manera que no se afecte de manera grave al planeta, disminuir el impacto climático, reducir las emisiones y los desperdicios, el desarrollo de nuevos ingredientes más sostenibles, que los sistemas de producción sean más seguros, que se apliquen nuevas tecnologías para mejorar los sistemas de producción, de distribución y de consumo, que se cuide el agua, que no se contaminen los mares, que se replanteen las dietas de los grupos humanos para garantizar la calidad de vida de todas las personas.

Para lograr todo esto, los expertos señalan algunas líneas de acción: Transformar el modelo de agricultura intensiva a través del uso de la tecnología; ampliar los cultivos, incluyendo mayor variedad; promover el multicultivo, policultivo o cultivos intercalados; producir alimentos transgénicos; desarrollar alimentos a base de células y fermentación; propiciar la modificación genética para que ciertas materias primas puedan sobrevivir con menos agua, o que sean resistentes al cambio climático gracias a la ingeniería genética y la biotecnología; cambiar los hábitos de consumo de proteínas animales (es decir, reducir el consumo de carne); aumentar el consumo de insectos o de animales como el cocodrilo o el avestruz; modificar las técnicas pesqueras; propiciar las piscifactorías y la cría de moluscos; uso de algas para la producción de alimentos; sembrar el mar con hierro para trasladar oxígeno y generar nuevos nutrientes; iluminar el mar, ya que la base de la vida marina se da donde llega la luz; crear granjas urbanas; promover la agricultura urbana de interior; las granjas verticales, a fin de usar menos tierra, menos agua y reducir el uso de pesticidas; usar envases compostables; promover el consumo de variedades autóctonas, regionales, y apostar por los productos de proximidad, la agricultura regenerativa, la protección de los ecosistemas, el cuidado del agua y la lucha contra el desperdicio alimentario; usar energías renovables o pasar a una dieta saludable de origen vegetal.

En la base de esto está la necesidad de promover una educación nutricional y hábitos alimentarios saludables y sostenibles desde edades tempranas, el compromiso de los gobiernos y los sistemas legislativos para garantizar los recursos y las leyes que garanticen el cuidado del medioambiente y la seguridad y justicia ali-

---

<sup>14</sup> [https://www.kmzerohub.com/files/ugd/85fbc9\\_aba35b76bfb24f9e835beb74897cc406.pdf](https://www.kmzerohub.com/files/ugd/85fbc9_aba35b76bfb24f9e835beb74897cc406.pdf)

mentaria, el fortalecimiento de la investigación, la ciencia y las nuevas tecnologías, el uso de la inteligencia artificial, la integración de soluciones de la neurociencia en el diseño de alimentos y la alimentación personalizada en base a los datos genéticos y de salud de cada persona.

Una de las propuestas más importante y en la que coinciden muchos expertos, es la reducción substancial de la proteína animal del consumo global. El sistema digestivo de los rumiantes produce metano, que genera efecto invernadero. Una tercera parte de este daño es generado por los bovinos. La producción de metano de una vaca equivale a la contaminación que un coche produce al recorrer 20.000 km. La ganadería contribuye al 41% de toda la deforestación de las zonas tropicales del planeta. Así, si se reduce el consumo de carne, se libera tierra para alimentar a más seres humanos o para reforestar. Gracias a las nuevas tecnologías es posible producir carne cultivada, que reduce el impacto en el medio ambiente, el cuidado de los animales y la reducción de enfermedades zoonóticas. Además, es posible determinar la composición nutricional del producto.

Otra de las propuestas que vale la pena considerar es la combatir el desperdicio alimentario. De acuerdo con la FAO, aproximadamente un tercio de los alimentos producidos para consumo humano en el mundo, es decir 1.300 millones de toneladas, se tira o echa a perder antes de haber sido consumidos. En Estados Unidos, casi el 90% de los consumidores tiran comida que todavía es comestible. En el Reino Unido, la cifra es del 60%. Por su parte, la fecha de caducidad de los alimentos disuade a los consumidores de adquirir un producto. Esto tiene un impacto económico directo sobre los vendedores, que acaban tirando el 16% de su stock antes de que haya caducado. Con el objetivo de reducir la cantidad de alimentos comestibles que acaba en la basura, Solveiga Pakštaitė ha creado una etiqueta de caducidad de alta precisión<sup>15</sup>. Hay otras sugerencias, como la creación de bancos de alimentos para gestionar y distribuir de manera más eficiente. Si se evitara el desperdicio de alimentos, se evitaría el hambre en el mundo.

Otra de las líneas que se sugiere que debe atenderse es la reducción de basura que la industria alimentaria genera a través de los empaques. En este sentido ya se están proponiendo soluciones interesantes, como la película comestible hecha a base de almidones, azúcar, gelatina y algas, y que brinda protección externa a alimentos como lácteos, carnes y frutas. De acuerdo con la propuesta de Fooduristic 22, que ha invitado a 50 personas líderes en el tema, se concluye que la

---

<sup>15</sup> <https://www.technologyreview.es/listas/35-innovadores-con-menos-de-35/2017/inventores/Solveiga-Pak%C5%A1trait%C4%97>

alimentación del futuro será principalmente trazable, transparente, segura, saludable, limpia, regenerativa, sabrosa, fresca, nutritiva, personalizada, neutra en carbono y actuará como medicina preventiva.

La solución a muchos de estos problemas se encontrará gracias al avance de la ciencia, las nuevas tecnologías, la robótica, y las posibilidades que la Inteligencia Artificial puede brindar, tomando en consideración el manejo de bases de datos, algoritmos y la comprensión multidisciplinaria de la alimentación.

Son muchos los retos a los que nos enfrentamos. Es imposible pensar en las gastronomías y las cocinas del mundo en este futuro que se nos acerca, si no es desde la vinculación con la naturaleza, las culturas y los poderes. Un elemento de la mayor importancia es la educación y el fortalecimiento de una cultura que promueva una toma de consciencia sobre el impacto de la alimentación en las comunidades, los productos que consumimos, la forma como se producen, distribuyen y comercializan, así como la manera como se informa a los consumidores sobre el valor nutricional, el origen de los productos, el impacto en el medioambiente.

Es imperativo entender que la alimentación es un derecho humano fundamental. Para que este derecho se cumpla, es indispensable que de manera colaborativa trabajen los agricultores, la industria alimentaria, los científicos e investigadores, el sistema educativo, los poderes políticos y la ciudadanía. Es claro que no podemos continuar por el mismo camino. La supervivencia de la humanidad está en riesgo.

Para terminar, me gustaría citar a Borja Lafuente, quien afirma que “Debemos volver a aprender a comer conscientemente, porque cada vez que comemos y bebemos, elegimos el mundo en el que queremos vivir”.

*I. Gastronomías, culturas, tradiciones,  
patrimonios y territorios*



# PROCESOS DE ENDOPATRIMONIALIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA POPULAR EN CONTEXTOS RURALES. LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMOTE EN SAN LORENZO MALACOTA (MORELOS, ESTADO DE MÉXICO)

Daniel De Jesús Contreras  
Universidad Autónoma del Estado de México

## Introducción

La relación entre patrimonio y gastronomía es cada vez más frecuente, al punto que puede considerarse un objeto de estudio claramente en consolidación. La literatura académica da cuenta de la creciente importancia que está adquiriendo el estudio del patrimonio alimentario y los procesos de patrimonialización, como respuesta a la globalización económica, la modernidad alimentaria y las discusiones sobre la sostenibilidad de los sistemas alimentarios. Por otra parte, es interesante observar cómo, cada año, nuevas expresiones culturales vinculadas directa o indirectamente con la alimentación, engrosan el listado de bienes inscritos dentro de la categoría de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO.

El progresivo interés de la gastronomía y la alimentación como bienes patrimoniales se relaciona con la búsqueda de referentes culturales para reafirmar las identidades y preservar la cultura (Medina, 2017; Zárate, 2022), pero, igualmente, obedece a un racionalismo económico que los presenta como recursos para generar desarrollo en diferentes escalas y niveles (Suremain, 2017). Al respecto, se han documentado casos que retratan los procesos de patrimonialización de

alimentos arraigados a un territorio y a un ecosistema particular (Moncusí, 2014); así como el papel del patrimonio alimentario en tanto que instrumento de desarrollo territorial y de sostenibilidad de las comunidades locales (Zárate, 2022).

Otras perspectivas más críticas han señalado los efectos adversos de la patrimonialización como forma de mercantilización de la cultura y el territorio (De Jesús y Medina, 2022), de desposesión y apropiación de las identidades locales (Aguilera, 2019) y de simulación de la autenticidad y gentrificación de los espacios rurales (Arco, 2022). De manera particular, en el caso de México hemos visto cómo, a raíz de la declaratoria de su cocina como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, han surgido numerosos estudios abocados al análisis de los impactos y alcances de esta declaratoria en las comunidades o en la generación de nuevos nichos de mercado.

Por ejemplo, Campos (2018) analizó la patrimonialización de las cocinas de Michoacán como forma de control cultural de la alimentación indígena; Zúñiga (2020) estudió las políticas públicas y los programas institucionales dirigidos, por el Estado, a la promoción y gestión de la cocina mexicana como atractivo turístico; Salas, Medina y Vázquez (2020), analizaron, igualmente, el papel de las cocineras tradicionales en la preservación de la cocina tradicional de Coahuila, en el marco de la declaratoria patrimonial de la cocina mexicana; finalmente, Jaramillo (2022), analizó los conflictos y las relaciones asimétricas de poder en torno a la patrimonialización de las cocinas de Oaxaca y su puesta en valor dentro del mercado del turismo gastronómico.

Sin embargo, como lo señala Aguilera (2019), la mayoría de las investigaciones se han enfocado en la dicotomía arriba/abajo, señalando los impactos de las patrimonializaciones institucionales (UNESCO, gobiernos locales o nacionales), mientras que, si bien se han estudiado las maneras en las que desde lo local se asumen y se responden a los procesos de patrimonialización (Campos, 2018), se ha prestado poca atención a las maneras en las que las comunidades locales construyen sus propios procesos de reivindicación de la cultura alimentaria popular a través de configuraciones patrimoniales.

En el presente trabajo se muestra el caso de una comunidad rural del Estado de México, entre cuyas actividades productivas destaca la elaboración y venta de camote. Este caso nos servirá para mostrar la forma en la que el patrimonio gastronómico popular emerge de una construcción endógena encarnada en la figura de las personas que realizan la actividad. Asimismo, este ejemplo empírico será la

base para discutir cómo la patrimonialización de la gastronomía popular en espacios rurales se encuentra fuertemente ligada a la diversificación de las actividades productivas locales, a la construcción de relaciones transnacionales con migrantes mexicanos y a la configuración de simbolismos locales mediados por la religiosidad popular.

## **Gastronomía popular y patrimonialización alimentaria**

Con la aparición del *boom gastronómico*, los alimentos tradicionales y locales han ganado cierta notoriedad, especialmente cuando se les atribuyen diferencias sensoriales y culturales muy apreciadas entre algunos consumidores (Cáceres, 2023). Siguiendo la propuesta de Rossi, Valduga y Bahl (2016), la gastronomía popular, o lo que ellos denominan *baja gastronomía*, podría comprenderse como un tipo de gastronomía que contrasta con la “alta cocina” en el sentido de la sofisticación, el lujo y las técnicas avanzadas empleadas en la elaboración y en la presentación de los platos. La calidad y el sabor también son aspectos importantes en la gastronomía popular –aunque ciertamente igual de subjetivos–, por lo que no se trata de una gastronomía de baja calidad o de sabores poco aptos para la satisfacción hedónica y fisiológica de la alimentación (Rossi et al., 2016).

Generalmente este tipo de gastronomía se relaciona con grupos subalternos, como sociedades rurales, campesinas, migrantes o sectores marginados, de donde derivaría su carácter “popular”, e implica formas de organización social particulares (Cf. Rausky, Pi y Aliano, 2023). La reivindicación de la gastronomía popular ocurre en un momento crucial en el que las cocinas tradicionales adquieren notoriedad debido a su capacidad para representar la identidad de un territorio, ante los riesgos de uniformización promovidos desde la industria alimentaria, y porque se considera que es una gastronomía más saludable, sabrosa y sostenible (Cáceres, 2023).

El análisis de los procesos de patrimonialización alimentaria a nivel institucional es revelador, en el sentido de que la mayoría de los casos que se han declarado patrimonio de la humanidad, pueden ubicarse en la categoría de tradicionales o populares. El lavash armenio (pan) o el cultivo del olivo en Turquía son solo algunos ejemplos en los que se resalta su carácter tradicional y su vinculación con sectores populares como atributos que definen la importancia de su valoración patrimonial y su salvaguarda. De hecho, Espeitx (2004) subraya la trascendencia de la tradicionalidad como insumo básico para la patrimonialización de las culturas alimentarias.

Sin embargo, las formas institucionales y jerárquicas de activación patrimonial tienden a ocultar la diversidad y a neutralizar los campos simbólicos en los que se reproducen las expresiones culturales, reduciéndolas a mercancías o fetiches de consumo (Gnecco, 2021). Aunque esta suele ser la forma más común, la patrimonialización también emerge desde las sociedades, que determinan qué puede ser considerado patrimonio y cómo se regula su acceso. Al respecto, Hernández (2018) propone tres modelos de activación patrimonial: exógena, negociada y endógena.

El primero estaría referido a un escenario en el que la patrimonialización es impulsada por actores externos a la comunidad, tradición alimentaria o territorio, como las administraciones gubernamentales, empresarios u organismos supranacionales; por lo tanto, tiene un carácter abiertamente vertical y su objetivo se orienta hacia la instrumentalización económica del patrimonio como recurso de promoción turística o de afianzamiento de las industrias culturales. El segundo se desarrolla especialmente en el ámbito del turismo, e implica que las poblaciones locales adapten ciertos elementos de su cultura alimentaria a las necesidades y expectativas de los visitantes, mientras que estos se muestran flexibles y predispuestos a vivir nuevas experiencias culinarias que no representen un riesgo para su salud o sus patrones culturales. Este modelo enfatiza el equilibrio entre la construcción de la autenticidad de los productos turístico-gastronómicos, pero sin suprimir la importancia de la identidad (Hernández, 2018: 159-163).

El tercer modelo de interés para este trabajo, refiere un escenario en el que la patrimonialización es construida y promovida por las comunidades que dan origen y sentido a las tradiciones culturales vinculadas con la alimentación y la gastronomía. Así, en la endopatrimonialización:

[...] se revaloriza un conjunto de representaciones, creencias, conocimientos y prácticas vinculados al fenómeno cultural que llamamos alimentación, tales como la producción, las relaciones con el medioambiente, la conservación, elaboración e intercambio de alimentos, así como las formas de enculturación de los procedimientos culinarios, las pautas de consumo doméstico, las modalidades de sociabilidad, las acciones rituales y el simbolismo que gira en torno a los alimentos (Hernández, 2018: 165).

Este modelo de activación patrimonial se considera idóneo como marco de análisis por dos razones: i) por su transversalidad y carácter integrador; y ii) por su relación contemporánea con los procesos de valorización económica y cultural de las tradiciones alimentarias. En el primer caso, se confronta el enfoque simplis-

ta del primer modelo, que se reduce a los alimentos. En su lugar, se propone un encuadre totalizador que abarque otras expresiones culturales vinculadas, dentro de las cuales se incluyan las sociedades depositarias del patrimonio, junto con sus conocimientos y relaciones sociales. En cuanto al segundo, y ya que la tradición no es inmutable, se plantea la idea de un patrimonio vivo, cambiante y en movimiento, que requiere resignificarse de acuerdo con tendencias y valores actuales, pero sin perder su esencia (Hernández, 2018).

**Cuadro 1. Modelos de activación patrimonial**

Modelo	Enfoque	Actores predominantes	Objetivos
Exo-patrimonialización	Vertical y hegemónico	Empresarios, actores políticos, organismos supranacionales, asociaciones civiles	Reinterpretación de la herencia cultural para su instrumentalización económica como recurso turístico
Patrimonialización negociada	Arreglos sociales y búsqueda de equilibrio	Turistas, visitantes, comunidad anfitriona, empresarios	Construir productos turísticos y culturales auténticos
Endo-patrimonialización	Horizontal y de empoderamiento comunitario	Comunidades locales, movimientos sociales, sectores populares, instituciones vinculantes	Revalorizar la cultura alimentaria en su conjunto, apoyándose de valores contemporáneos

*Fuente: elaboración propia con base en Hernández (2018: 159-165)*

El modelo de endopatrimonialización encuentra puntos convergentes con la gastronomía popular. Contradice la percepción generalizada acerca de la patrimonialización como un proceso o actividad estrictamente institucional y vertical; es decir, que se requiera de la sanción de las instituciones o agentes externos para otorgar validez a su sentido patrimonial, sin la participación de las comunidades o, cuando menos, con una participación pasiva. Además, al centrarse en las comunidades, plantea la patrimonialización como un instrumento de empoderamiento de la herencia cultural al reconocer su capacidad para gestar y conducir

la activación patrimonial, con lo que se evitaría convertirla en mercancías o “atractivos turísticos” desprovistos de cualquier sentido.

De esta forma, la construcción endógena del patrimonio se gesta en la interioridad de las comunidades y recurre a narrativas, discursos y prácticas vinculadas con un “mundo en el que se habla”; es decir, se asienta en la experiencia social, en las vivencias y en las expectativas locales, más que en los discursos globales sobre lo que es o debe ser el patrimonio cultural (mundo del que se habla). Así, la endopatrimonialización valora un modo de vida que hace posible la continuidad de las sociedades campesinas o artesanas en su contexto, y no únicamente un alimento o un conjunto de supuestas tradiciones alimentarias (De Jesús, Ramírez y Thomé, 2016: 339-340). Es necesario precisar que, en todo caso, se requiere de los factores ajenos para asegurar la continuidad del patrimonio, pero esta no es determinante para legitimar su naturaleza.

## Metodología

Para documentar y analizar los procesos de endopatrimonialización en torno a la elaboración y venta de camote en San Lorenzo Malacota (Estado de México), se recurrió al método etnográfico. La etnografía es un método cualitativo de investigación social consistente en la descripción densa y detallada de los aspectos socioculturales de una comunidad, surge a partir de la presencia del investigador en el campo y de la interacción con los sujetos de la investigación, e implica un proceso de reflexividad para establecer relaciones causales y encontrar pautas de comportamiento sobre el hecho social estudiado (Ameigeiras, 2006).

Como técnicas de investigación, se recurrió a la entrevista etnográfica y a la observación participante. En cuanto a la primera, Ameigeiras (2006) menciona que se trata de una técnica de investigación basada en una relación amistosa con el informante, no precisa de una estructura definida y recurre al diálogo permanente para conocer la trama sociocultural que se estudia. Respecto a la segunda, Guber (2001) sostiene que es una estrategia de recolección de datos basada en el involucramiento -pasivo o activo- del investigador, quien a partir de lo que observa y de la interacción, formula sus conclusiones.

En nuestro caso, la etnografía se realizó durante la sexta edición de la Feria del Camote, en agosto de 2023. Durante la feria se entrevistó a cinco personas dedicadas a la elaboración y venta de camote y que, en ese momento, participaban activamente en la celebración. Además, debido a la estacionalidad del evento, se

entrevistó, vía telefónica, a dos personas más de la comunidad que no tuvieron participación en la feria. La observación participante se concentró en: a) los espacios ocupados para la feria (iglesia y explanada); b) la celebración y los ritos religiosos (misa, bendición y procesión); c) los momentos de sociabilidad (convivencia); d) los elementos materiales (carros, adornos, insumos...) y e) las actitudes y comportamientos. La información se registró en un diario de campo y se conformó un acervo fotográfico del evento. De manera complementaria, se revisaron notas de periódico, material audiovisual y publicaciones en redes sociales.

La información recopilada se analizó cualitativamente mediante la técnica de análisis de contenido, la cual se basa en la descripción e interpretación textual de los datos, con el fin de establecer categorías, sus relaciones y realizar inferencias (Guix, 2008).

### **La elaboración y venta de camotes en Malacota**

San Lorenzo Malacota es una comunidad rural que pertenece al municipio de Morelos, en el Estado de México. Cuenta con una población aproximada de 5.000 habitantes y está considerada como una zona de atención prioritaria por sus altos índices de rezago social (Ayuntamiento Constitucional de Morelos, 2022). Las principales actividades económicas se relacionan con el sector primario: agricultura (principalmente, cultivo de maíz), ganadería (cría de ganado ovino y aves de traspatio), explotación de recursos forestales maderables y no maderables (hongos, musgo, arbustos) y truticultura (cría de truchas con fines comerciales) (Ayuntamiento Constitucional de Morelos, 2022). Sin embargo, las actividades agrícolas son insuficientes para atenuar las necesidades de la población, por lo que en la última década se ha intensificado el comercio y la migración hacia los Estados Unidos.

En la comunidad existe, no obstante, una actividad que ha sido el sostén económico de muchas familias de origen campesino: la elaboración y venta de camotes y plátanos, que destaca como una tradición fuertemente arraigada en la estructura cultural de la comunidad, y que ha posibilitado la dinamización comercial y económica local, al tiempo que provee de fuentes de autoempleo a la población. No se conocen con certeza los orígenes de la tradición, pero de acuerdo con algunos habitantes, desde los años cincuenta ya se identificaban familias que desarrollaban la actividad, misma que se intensificó durante la década de los años sesenta y setenta. Se cree que algunos hombres que laboraban como comerciantes y alba-

ñiles en la Ciudad de México, aprendieron el oficio y posteriormente lo enseñaron en la comunidad.

En un principio, se vendían únicamente camotes, pero después se fue ampliando la oferta con la introducción de plátano macho. La materia prima se adquiere en las centrales de abasto de Toluca y de la Ciudad de México, ya que en estos lugares se puede conseguir a precios más asequibles, lo cual permite contar con un margen de ganancias más amplio. El proceso de producción inicia con el limpiado del camote, retirando las impurezas que se generan como parte del cultivo del tubérculo y de su transporte y almacenamiento; mientras que al plátano se le retira la piel o se introduce al carrito con la misma cáscara, lo cual le confiere su sabor distintivo.

El carrito camotero consta de un tambo de lámina galvanizada a la que se integra un tubo del mismo material, por donde sale el vapor. Mediante la técnica del remache, los camoteros realizan las modificaciones necesarias para agregar dos cajones, uno donde irá el producto y el otro donde se colocará el agua para el proceso de evaporación, pues cabe resaltar que se trata de un postre cocido al vapor con leña que se obtiene en los bosques y parajes de la comunidad. Este método le otorga su característico sabor ahumado y su consistencia de suavidad. El tamaño de los carros camoteros varía en función de las necesidades de cada vendedor. Los hay con capacidad para cuarenta camotes, para sesenta o para veinte. Son construidos por los mismos vendedores y su costo oscila entre los tres mil y los seis mil pesos mexicanos.

El tiempo de cocción promedio es de una hora y treinta minutos. No existe una receta como tal, puesto que es un producto muy básico, todo depende del tiempo y la forma de cocción que imprime cada camotero, aunque se pudo constatar que algunos agregan azúcar durante la cocción y otros agregan miel de abeja o piloncillo. Una vez que la cocción ha finalizado, el camote o el plátano se sirve en platos desechables, se agrega leche condensada, canela en polvo y opcionalmente grajeas de chocolate o caramelo. El precio de un camote o un plátano, o una combinación de ambas, ronda entre los veinticinco y los treinta pesos mexicanos. Sin embargo, este precio puede variar dependiendo de la zona geográfica. Por ejemplo, en la frontera norte, en ciudades como Tijuana, puede llegar a costar unos 50 pesos, mientras que en el sur, en sitios turísticos como Acapulco, se ha llegado a vender en 70 pesos.

Los camoteros no cuentan con un punto de venta específico, ya que deben desplazarse por las calles de diferentes ciudades, buscando la clientela que pueda

consumir su producto, pues se trata de un postre que se come fundamentalmente en las noches. Ellos se desplazan a ciudades cercanas como Toluca, Ciudad de México, Guadalajara, Pachuca, Tlaxcala, Guanajuato o incluso lugares más alejados como Monterrey y Tampico. Es una estrategia comercial nómada que tiene una duración variable (uno, dos o tres meses) en los cuales logran reunir una cantidad de dinero suficiente para volver a su comunidad, descansar un período y regresar.

Los camoteros refieren que entre el 20% y el 30% de la población, se dedica a este noble oficio, el cual es reconocido en diversos puntos de la república mexicana como propio de San Lorenzo Malacota. Lo anterior se debe a que la venta de su producto se realiza en el espacio público y es de carácter informal, por lo que la configuración del paisaje sonoro, alimentario y urbano depende de las articulaciones con los consumidores finales a través de relaciones de confianza y reciprocidad. No tienen un segmento de consumidores definido, pues lo mismo compran jóvenes, adultos, niños o adultos mayores, dependiendo del gusto construido socialmente.

Entre los camoteros existe una percepción generalizada sobre la disminución de consumidores, lo cual se ve reflejado en las bajas ventas y, por lo tanto, en los pocos ingresos que obtienen de esta actividad. Son conscientes de que los gustos son cambiantes y de que compiten frente a productos más industrializados o atractivos para el gusto del mexicano promedio; sin embargo, arguyen que un aspecto que los distingue de una oferta alimentaria industrializada u homogénea es el carácter artesanal con el que elaboran los camotes y los plátanos, así como la tradición e historia que los respalda como el “pueblo de los camoteros”. De esta manera, se apela a la reputación territorial mediante la asociación del producto y el *saber hacer* con el territorio, como una garantía de confianza y calidad.

Sin embargo, es preciso señalar que, pese a los esfuerzos individuales y colectivos, este oficio se encuentra en riesgo inminente de desaparecer o desvanecerse en medio de la globalización económica y cultural. En parte, ello se debe a que la actividad no se ajusta a los cánones del sistema capitalista actual, que antepone la especialización y la rentabilidad por sobre la singularidad y la construcción de formas alternativas para realizar intercambios comerciales. En este sentido, las estrategias surgidas desde dentro para reivindicar el oficio del camotero y el valor de la cultura popular asociada a la gastronomía, parecen ser una alternativa más confiable.

## El oficio del camotero como patrimonio

Como se apuntaba al principio, el patrimonio alimentario resulta de una construcción social; son las personas y las sociedades quienes determinan qué será patrimonio y cómo se transmitirá (Medina, 2017). Ciertamente el foco de atención está puesto en los alimentos (en su sentido más amplio); sin embargo, pensarlo desde una perspectiva sociocultural reivindica el papel de los actores sociales, no como productores del patrimonio, sino, incluso, como una parte de ese corpus patrimonial.

En San Lorenzo Malacota lo que se ha patrimonializado no es el alimento per se (camote y plátano), sino el oficio del camotero. Vale la pena aclarar que estos productos agrícolas no se cultivan en la comunidad, por lo que no existe una vinculación directa con un agroecosistema en el que influyen condiciones ecológicas determinantes para pensar en una calidad territorial o para patrimonializar variedades agrícolas locales. Lo que sucede, por el contrario, es la construcción social del oficio del camotero como un aspecto cultural clave de la comunidad, funcionando como un elemento de identidad y de diferenciación frente a otras comunidades.

“En San Lorenzo, lo que nos distingue es el camote. En Acutzilapan se conocen por el plástico, aquí [lo es] por el camote [...] diría que el [oficio del] camotero nació en este pueblo [por lo tanto], ser camotero es una tradición, algo que no se puede explicar, solo los que nos dedicamos a esto sabemos lo que es, las personas del pueblo nos quieren y de otras partes nos reconocen porque dicen: ¡Ah, ustedes son de Malacota, del pueblo de los camoteros! Yo diría que es una cultura, si se puede decir así, porque es una tradición que viene ya de muchos años”. (Informante 3, entrevista personal, 13/08/23).

En la comunidad se reconoce que el oficio forma parte de las tradiciones y de la cultura local. Paulatinamente se ha construido un imaginario que posiciona el oficio como una expresión patrimonial del territorio, que condensa valores socialmente construidos, como la solidaridad y la reciprocidad. De esta manera, el oficio se transmite de una generación a otra e implica una fuerte participación de la familia.

“Nosotros ya somos la segunda generación que se dedica a esto [oficio del camotero], y ahorita le estoy enseñando cómo trabajar a mis chavos [hijos], para que tengan un sustento. Esto más que nada es una tradición que viene desde mi difunto tío, luego mi papá se lo tomó más en serio porque era lo único a lo que se dedicaba, junto con

el campo. Para mi si es muy importante continuar el oficio, aunque no dé para mucho, pero es lo que nos representa ¿Qué le hacemos? (Informante 2, entrevista personal, 13/08/23).

Si bien los camoteros de Malacota difícilmente se expresan con términos académicos o institucionales que aludan al “patrimonio” o a los procesos de “patrimonialización”; en sus narrativas se expresa una terminología que refiere a la “tradicción”, a la “herencia” o a la intención de “preservar la cultura”, puesto que lo consideran algo valioso. Al respecto, vale la pena recordar, como lo apunta Espeitx (2004), que el patrimonio alimentario se construye, precisamente, en referencia a una parte de la cultura alimentaria a la que se adjudica el sentido de tradición.

Sin embargo, es necesario precisar que la activación patrimonial surge del interior de la comunidad, como resultado de la reivindicación del oficio camotero ante la desvalorización de la que, hasta el día de hoy, sigue siendo objeto. En años anteriores “ser camotero” tenía una connotación peyorativa, porque la venta de este alimento se asocia con la calle, el ambulante y la informalidad; mientras que su elaboración, por la rusticidad o artesanidad con la que se llevan a cabo los procesos, se consideraba insalubre, además de que tenía un fuerte estigma por su asociación con clases sociales subalternas como los campesinos o las sociedades rurales. Por esta razón, para algunos jóvenes, continuar con la venta de camotes en las calles no representa una opción atractiva. En su lugar, prefieren trabajos más estables y mejor remunerados, o migrar hacia Estados Unidos para emplearse como albañiles, cocineros o jardineros.

No obstante, en la actualidad esta percepción está cambiando; “ser camotero” es fuente de orgullo, porque se reconoce como un oficio digno que ha permitido el desarrollo de las familias y de la comunidad, más allá de que actualmente los ingresos derivados de esta actividad no sean suficientes para cubrir las necesidades materiales. Para muchas personas de la comunidad, la venta de camotes y plátanos les permitió acceder a estudios universitarios y contar con un empleo formal, o bien establecer un negocio alterno o adquirir algún bien inmueble.

Es especialmente llamativo el caso de los migrantes retornados de Estados Unidos que, a su regreso a la comunidad, encuentran una opción de auto empleo en la venta de camotes. Raúl es un joven de 27 años que migró hacia California cuando tenía 19 años. Tuvo diferentes empleos como albañil, personal de limpieza y personal de cocina, entre otros. En su estancia en Estados Unidos se involucró con pandillas de mexicano-americanos con los que convivía frecuentemente

después de sus jornadas laborales. Ahí aprendió a pintar grafitis, actividad que hasta el día de hoy sigue realizando; además, adquirió gusto por la música hip-hop y por un estilo de vestir “cholo”. En palabras de Raúl:

“Allá tuve muchos jales [empleos], *¿you know?* El que más me gustó fue el de la cocina, es muy pesado, pero aprendí bastante. Lamentablemente, uno como joven toma malas decisiones y yo empecé a andar con gente que no andaba bien. La cosa es que me retacharon. Cuando regresé dije: ¿y ahora qué? Busqué algo que tuviera que ver con cocinar. Para esto yo ya sabía lo del camote por un primo y porque cuando estaba morro [niño] veía a algunos vecinos vender. Entonces con los pocos verdes [dólares] que me quedaban mandé a hacer un carrito y a comprar mercancía. Y órale, a chingarle. Luego le agarré la onda y me gustó, porque eso de andar de un lado para otro me trae recuerdos de cuando fui mojado, andar peregrinando para la papa [comida]. Luego les platicué a unos *hommies* [amigos] y ellos empezaron a mandar dinero para invertir en uno o dos carritos. Y así, cuando regresen, ya tienen algo.” (Informante 4, entrevista personal, 13/08/24).

La narración de nuestro informante muestra dos aspectos interesantes. Por un lado, se confirma que, ante la necesidad, se recurre a la tradición para solventar las carencias materiales y la falta de un empleo; es decir, la cultura, a través del oficio camotero, se activa y se reivindica. Por otro lado, se observa cómo se van construyendo relaciones transnacionales de intercambios, en este caso, de dinero que sirve como una inversión a corto y medio plazo. La forma en cómo fluyen estas relaciones, se ejemplifica con el relato del informante:

“En una ocasión con mi *crew* pintamos un grafiti, queríamos poner algo de acá. La bandera, el águila y la virgen. A mí que se me ocurre meterle un señor vendiendo camotes en su carro, porque me recordaba mi pueblo. Quien iba a decir que a eso me dedicaría. Ahorita sé de algunos paisanos que venden camotes allá, en califas [California]. No sé cómo le hagan con los carros, si se los llevan o los hacen allá. Dicen que les va muy bien. Es que estando allá uno busca las cosas que le gustan, las extraña y por eso pienso que han de vender muy bien. Imagínate que eres de Malacota y te encuentras un carrito de estos. ¡Uffff! la pura crema.” (Informante 4, entrevista personal, 13/08/24).

En 2021, llamó la atención el caso de un mexicano originario de Puebla que, en medio de la pandemia de COVID-19, inició con la venta de camotes en Nueva York, cuyos principales compradores son los migrantes mexicanos (Flores, 2021). Tal como lo sostiene Littaye (2015) refiriéndose al pinole, la patrimonialización de ciertos alimentos está anclada en la búsqueda de identidad y al mantenimiento

de las relaciones de los migrantes mexicanos con sus lugares de origen. De este modo, la “realización patrimonial” de los alimentos locales construye un puente transnacional por donde circulan actores, sus discursos y sus intereses (Littaye, 2015). En el caso de Malacota, aún es muy pronto para establecer un vínculo transnacional de construcción del oficio camotero como patrimonio local. No obstante, se puede apreciar que el posicionamiento del oficio trasciende fronteras y que se apela a la nostalgia para reivindicarlo en la memoria colectiva de los migrantes mexicanos y de Malacota.

Por otra parte, desempeñarse en el oficio del camotero implica desplegar estrategias de supervivencia y pluriactividad que no se ajustan al modelo económico actual, donde prevalecen las mediciones en términos de ingresos y rentabilidad. Por el contrario, se apela a los intercambios comerciales o a las formas de suministro que responden a modelos culturales donde se resalta la reciprocidad y modos de vida alineados a las tradiciones y la cultura (Collin y Cano, 2016). Por lo tanto, la patrimonialización no parte de los modelos clásicos (institucionales y verticales) de valoración de la cultura, sino que recurre a las formas locales de comprensión y apreciación de la vida comunitaria.

### **Expresiones culturales en torno a la patrimonialización del oficio camotero**

La patrimonialización local del oficio camotero se ejemplifica con la realización de la feria del camote. Este evento se desarrolla anualmente en el marco de la fiesta patronal en honor de San Lorenzo mártir, cada 13 de agosto, desde hace aproximadamente 10 años. A San Lorenzo se recurre en las dificultades económicas y en la pobreza, por lo que en la comunidad se cree firmemente que se trata del santo patrono de los camoteros. En la festividad se agradece el hecho de contar con un empleo y un negocio que, si bien no constituye la principal fuente de ingresos, representa una alternativa de complementariedad.

El origen de esta peculiar feria se relaciona con la reivindicación del oficio camotero, debido a la desvalorización que atravesaba y a los estigmas sociales que prevalecían alrededor de su trabajo. Por lo tanto, es un evento que surge abiertamente desde la comunidad para visibilizar su cultura y parte de su identidad; aunque con el tiempo, diferentes administraciones municipales han colaborado en la difusión y la facilitación de permisos e infraestructura para su realización. No obstante, la organización y el desarrollo recae en el gremio de los camoteros.

Aunque aparentemente la feria tiene un sentido más bien comercial, está impregnado de simbolismos y significados que reafirman el sentido de pertenencia y construyen un imaginario colectivo que vincula el oficio con el territorio. La feria consta de tres momentos centrales, pero quizá el más importante ocurre dentro de la iglesia del pueblo. Desde muy temprano, los camoteros preparan los carritos que habrán de llevar para su bendición a la iglesia, y agregan adornos sencillos como globos, flores, ceras e imágenes religiosas. A una hora determinada, se reúnen en el atrio de la iglesia del pueblo para participar en la misa que previamente se ha programado especialmente para ellos, con la intención de agradecer los favores recibidos y pedir beneficios a lo largo de un año.

En este acto, la expresión más importante es la bendición de los carritos donde se realiza la cocción. Los camoteros se ubican, junto con sus familias y amigos, en dos filas frente a la iglesia. Cuando ha finalizado la celebración religiosa dentro de la iglesia, el sacerdote se dirige hacia el exterior donde están ubicados los camoteros junto con sus carritos. Uno a uno los bendice, deseando prosperidad en sus labores diarias e implorando protección cuando salen de sus hogares y del pueblo para trasladarse a otros lugares a vender. La idea de *consagrar* el oficio del camotero surge desde la comunidad, donde consideran indispensable contar con la bendición del santo patrono para tener beneficios a lo largo del año y para que les provea de trabajo y buenas rentas. Así, la religiosidad popular forma parte de la construcción social del oficio camotero como patrimonio y, de alguna manera, legitima su papel en la estructura cultural de la comunidad. Tal como lo mencionaba un informante:

“No a cualquiera se le da la bendición de San Lorenzo, solo a lo más importante, en este caso, a nosotros los camoteros, porque representamos al pueblo. La verdad se siente uno especial por contar con la bendición” (Informante 7, entrevista telefónica, 15/01/24).

Posteriormente se realiza una procesión de todos los camoteros, quienes toman su carrito y en fila se dirigen a una capilla ubicada a una distancia aproximada de 500 metros de la iglesia, donde retornan. Entre estruendosos cohetes y chiflidos de los carritos, la procesión avanza hasta retornar a la iglesia. La procesión, además de vistosa y singular, tiene un cometido principal: mostrar la importancia de la actividad y el papel del camotero en la continuidad cultural de la comunidad.

Justo después ocurre el tercer momento culmen de la feria, la sociabilidad entre todos los camoteros, la comunidad y los visitantes. Las personas que se dedican a este oficio han preparado camotes y plátanos para darlos de manera gratuita a

todos los asistentes. Se trata de un acto de generosidad en agradecimiento por los favores recibidos y porque consideran que, al compartir su producto, tendrán más y mejores beneficios a lo largo del año. Cada camotero, con su propio estilo, prepara los camotes y plátanos y los entrega para la convivencia. La feria se convierte en un espacio para la sociabilidad de los camoteros y de sus familias, al tiempo que refuerza la identidad cultural y el arraigo al territorio. La pertenencia a la comunidad se define, en este sentido, por el orgullo de “ser camotero” o por “pertenecer a la tierra de los camoteros”.

La importancia de este oficio se puede apreciar, incluso, en la imagen urbana del poblado. En el centro, a un costado de la iglesia, se ha erigido una escultura en forma de carro camotero, con una leyenda que invita a la cooperación comunitaria. Aunque pueda parecer trivial, esta escultura refuerza la idea de la identidad local en torno al oficio camotero y a la figura del carrito como símbolo local que expresa el arraigo y la afinidad de esta comunidad hacia el trabajo de estas personas.

## Conclusiones

Los procesos de endopatrimonialización de la gastronomía popular demuestran que la activación y valoración del patrimonio alimentario debe trascender los enfoques clásicos cimentados en criterios institucionales y administrativos que determinan, en gran medida, qué puede ser considerado patrimonio. La perspectiva que se ha intentado mostrar en este trabajo es que, además de ser un instrumento de reproducción y continuidad de la diversidad cultural, la patrimonialización puede representar una alternativa de empoderamiento comunitario y de apropiación económica. En el caso estudiado, hemos visto que la comunidad no cuenta con un título que ampare el sentido patrimonial del oficio camotero, por lo que se recurre a otras formas de sanción que recaen, especialmente, en el reconocimiento comunitario y para lo cual se valen de ciertas formas aceptadas, en mayor o menor medida, por todos.

La religiosidad popular es un instrumento que “valida” el sentido patrimonial. La participación de la comunidad en la consagración del oficio (celebración religiosa, bendición y procesión) nos enseña que se debe prestar atención a estos dispositivos culturales de los cuales se apoyan para reclamar su lugar dentro de lo que podríamos llamar una reivindicación patrimonial. En cierto sentido, las actividades que ocurren en el marco de lo religioso-festivo, cumplen la función de ceremonia protocolaria donde se oficializa alguna declaratoria a nivel institucio-

nal, solo que, en este caso, los actores y agentes patrimoniales no son políticos, empresarios, académicos o “grupos de expertos”, si no la misma comunidad que se reúne para validar, oficializar y mostrar su patrimonio.

Por otra parte, este proceso tiene muy diferentes carices dependiendo de los contextos territoriales, socioeconómicos o culturales en los que se instrumenta. En los espacios rurales, la patrimonialización de los alimentos populares o tradicionales estará ligada a las dinámicas económicas y culturales que han determinado su estructura productiva y cultural.

En Malacota hemos visto que la activación patrimonial del oficio camotero se encuentra articulada con la búsqueda de alternativas socioeconómicas, pero no desde la perspectiva de la rentabilidad y la eficiencia, sino a partir del reconocimiento de la cultura y las relaciones sociales que hacen posible la pervivencia de la actividad, como lo son el trabajo familiar, el intercambio entre los camoteros o los vínculos con los migrantes. Frente a los discursos académicos e institucionales en los que se plantea la patrimonialización alimentaria como un ejemplo de la nueva ruralidad (Amaya y Aguilar, 2012), aquí se muestra que la ruralidad sigue anclada en modos de vida tradicionales, a los cuales difícilmente acceden dispositivos novedosos de desarrollo.

Finalmente, la participación de los migrantes en el oficio, dentro y fuera de la comunidad, hace pensar en un incipiente vínculo transnacional. En Malacota, “ser camotero” se ha posicionado paulatinamente como una alternativa de empleo en el momento del retorno y, en este contexto, la feria ha contribuido a reafirmar el sentido de pertenencia y ha confirmado su importancia dentro de la estructura cultural comunitaria. En los Estados Unidos, si bien se requiere mayor evidencia empírica, se puede visualizar que el oficio representa una actividad económica alternativa dirigida al mercado de la nostalgia, pero con importantes repercusiones en la comunidad. Lo anterior es una muestra de cómo la patrimonialización empieza a trascender fronteras y se alimenta de los vínculos transnacionales.

Precisamente, futuros trabajos podrían realizar una etnografía multisituada para analizar cómo se construyen los procesos de patrimonialización local a partir de los vínculos transnacionales.

## Bibliografía

Aguilera, I.M. (2019). Patrimonialización de la alimentación, producción de un pueblo: La antigüedad como patrimonio mapuche. *Sophia Austral*, (23), 107-128.

Amaya, S. y Aguilar, E. (2012). Patrimonializando saberes locales, resignificando tradición e innovación. El caso del jamón ibérico. *ETNICEX*, (4), 63-75.

Ameigeiras, R. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social. En I. Vasilachis (coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 107-152). Barcelona: Editorial Gedisa.

Ayuntamiento Constitucional de Morelos (2022). Plan de Desarrollo Municipal 2022-2024. Estado de México: Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de México.

Cáceres, J. (2023). La gastronomía “popular” en la era del gusto “global”. *Archives on Food, Culture and Nutrition*, 1, 25-42.

Collin, L. y Cano, J. A. (2016). La pluriactividad: evidencia de estrategia local frente a la exclusión. *Scripta Ethnologica*, 37: 25-52.

Del Arco, V. (2023). Procesos de patrimonialización alimentaria: Indicaciones Geográficas, autenticidad, turismo y gentrificación en entornos rurales. El caso etnográfico del jamón curado con DOP en Aragón y Castilla y León. *Cuadernu*, (11), 89-120.

De Jesús, D. y Medina, F.X. (2022). Reflexiones etnográficas sobre la descontextualización del patrimonio alimentario en el marco de las rutas gastronómicas en Querétaro (México). *Disparidades. Revista de Antropología*, 77(1), 1-18.

De Jesús, D., Ramírez, I. y Thomé, H. (2016). Entre el desarrollo económico y la apropiación cultural. Apuntes para el debate sobre la valorización de alimentos emblemáticos. *Estudios Sociales*, 25(47), 327-347.

Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS*, 2(2), 193-213.

Gnecco, C. (2021). Patrimonialización como despojo: tiempos otros y tiempos de otros. *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 51(2): 319-324. Disponible en: <http://journals.openedition.org/mcv/15558?lang=es>

Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Guix, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de Calidad Asistencial*, 23(1), 26-30.

Hernández, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *CUHSO*, 28(1), 154-176.

Jaramillo, D. E. (2022). Claves para la sostenibilidad del patrimonio alimentario en el turismo gastronómico: las cocineras tradicionales y las cocinas oaxaqueñas. En D. Conde, L. Mariano y F. X. Medina (eds.), *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas* (pp. 61-87). Icaria Editorial: España.

Littaye, A. (2015). The role of the Ark of Taste in promoting pinole, a Mexican heritage food. *Journal of Rural Studies*, 42, 144-153.

Medina, F. X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología*, 51(2), 106-113.

Moncusí, A. (2014). La patrimonialización de la cultura alimentaria: apuntes para su desarrollo en el caso de la miel de Ayora. En R. López (coord.), *Educación y entorno ambiental de la Universitat de València. Conferencias impartidas en el "Programa Universitat i Territori"* (pp. 117-127). España: Universidad de Valencia.

Rausky, M.E., Pi, P. y Aliano, N. (2023). Las cocinas comunitarias durante la pandemia: diversidad y desigualdad frente a la alimentación popular. *Estudios Sociales*, 33(61), 1-28.

Rossi, M., Valduga, V. y Bahl, M. (2016). *Baixa Gastronomia: caracterização e aproximações teórico-conceituais*. *Turismo em Análise*, 27(1), 207-228.

Salas, J., Medina, F.X. y Vázquez, J.A. (2020). Cocina regional y cocineras tradicionales en el estado de Coahuila (México): Patrimonio, discursos sociales,

identidades y desarrollo socioeconómico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3(3), 1-14.

Suremain (de), C. E. (2017). Cuando la alimentación se hace patrimonio. *Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local. TRACE*, 72, 165-181.

Zarate, E. (2022). Patrimonio biocultural alimentario y sus contribuciones a la sostenibilidad y resiliencia territorial. *Antropología Cuadernos de Investigación*, 26, 75-83.

Zúñiga, F.G. (2020). Patrimonialización, políticas públicas y turismo: las cocinas tradicionales en México, gestión y puesta en valor. *Quaderns*, 36(2), 177-196.



# TRADICIÓN, ESPACIOS Y SABORES DE LAS BOTANAS TUXTLECAS

Carolina Gómez Hinojosa  
José Rodolfo Mundo Gómez  
Gabriel Velázquez Castillejos  
Isabel Pérez Pérez  
Universidad Autónoma de Chiapas

## Introducción

La presente investigación tiene como objetivo analizar las botanas como parte de la cultura de la región de Tuxtla Gutiérrez (Chiapas, México), específicamente en los restaurantes familiares de la ciudad. Mediante un enfoque cualitativo, descriptivo y fenomenológico, se ha realizado una caracterización de los aspectos principales del tipo de botanas locales y se han llevado a cabo entrevistas a propietarios y clientes de estos establecimientos.

En los resultados obtenidos, se determinan que existen diversos restaurantes familiares en Tuxtla Gutiérrez que ofrecen una variedad amplia de botanas, cada uno con sus particularidades. A través de las entrevistas realizadas, se ha logrado obtener información sobre algunos de estos restaurantes y sus características principales.

En cuanto a los clientes que frecuentan estos restaurantes, se observa que el grupo más representativo está compuesto por personas de entre 18 a 25 años, principalmente estudiantes, tanto locales como foráneos. Estos clientes suelen asistir acompañados de amigos, familiares o parejas, y generalmente visitan los

restaurantes después de las 5 de la tarde, una vez finalizadas sus actividades del día.

En cuanto a los factores más relevantes para los clientes a la hora de elegir un restaurante de botanas, se destaca la importancia de la botana en sí misma, seguida de la música y las bebidas ofrecidas. Otros aspectos, como el precio y la ubicación, también son considerados importantes, aunque en menor medida. Por último, la atención recibió un porcentaje relativamente bajo de menciones.

De este modo, los restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez atraen a sus clientes por su ambiente familiar, la calidad de la comida, unos precios accesibles, tradición y autenticidad, así como el servicio personalizado que reciben. Las botanas, la música y las bebidas son elementos fundamentales que influyen en la elección de estos establecimientos por parte de los clientes. La ubicación, el precio y la atención, aunque son considerados importantes, no son determinantes en comparación. Esta investigación busca ofrecer un panorama global de la cultura de botanas en la región de Tuxtla Gutiérrez y proporcionar información relevante para futuras investigaciones o acciones en el ámbito de la gastronomía y el turismo en la ciudad.

### **La botana. Identidad y patrimonio cultural**

Se ha definido a la cultura como un amplio espectro de elementos que moldean la vida de una sociedad. Se incluyen en ella los valores que orientan nuestro quehacer en acciones y proyectos, y de alguna manera se nutre de los conocimientos que adquirimos a lo largo de nuestra existencia, del arte que emociona e inspira, así como de la moral que nos señala lo que está bien y lo que está mal, pero que nos permite ejercer las facultades y atribuciones que nos otorgan derechos y responsabilidades, las creencias que nos ayudan a comprender el mundo, las prácticas que nos definimos como grupo, las costumbres que nos dan identidad y las tradiciones que mantenemos vivas a lo largo del tiempo. Todos estos elementos son transmitidos de generación en generación, a través de la palabra, la acción y los símbolos, para así establecer una base sólida y funcional que nos permita convivir y desarrollarnos como seres humanos en sociedad (Mejía López, Mejía Castillo y Bravo Rodríguez, 2014).

De acuerdo con Lévi-Strauss, mencionado por Corte (2012), la cultura se define como un conjunto de símbolos que abarcan el lenguaje, el arte, la ciencia y la religión, y que tienen como objetivo brindar explicaciones sobre la realidad

física y social. Sin embargo, es importante destacar que la gastronomía también juega un papel fundamental en la comunicación de la cultura a través de la tradición y las costumbres. De este modo, la gastronomía se convierte en un elemento indispensable que establece el marco referencial inicial para la identidad cultural.

De la evolución histórica de la relación del hombre con los alimentos (Reyes Uribe, Guerra Ávalos, y Quintero, 2017), han surgido conceptos o abstracciones relacionadas con las acciones humanas cotidianas en lo contemporáneo, pero con transformación en los hábitos alimentarios (Bahls, Whendausen Krause, y da Silva Añaña, 2019), que constituyen la cultura, la cual se refiere a la totalidad de los principios, ideas, expresiones artísticas y éticas, normas legales, convicciones religiosas, modos de comportamiento y tradiciones que definen y son compartidos por una comunidad. Estos elementos culturales son enseñados, adquiridos y transmitidos entre los individuos de una sociedad, siendo simbolizados como herramientas esenciales para su funcionamiento (Mejía López, Bravo Rodríguez, y Mejía Castillo, 2014).

Dentro de la variedad de alimentos en las diferentes regiones de México (y Chiapas, e particular), se ubica a la botana, cuyas concepciones se pueden considerar como alimentos ligeros, fáciles de manejar y están listas para consumir en cualquier momento. Son accesibles y tienen la capacidad de satisfacer el apetito por un breve periodo, por lo que son adquiridas por personas de todas las edades, géneros e incluso estatus social en todo el mundo (Camacho et al., citado por Güemes Vera, 2018).

Se observa también la botana como el complemento perfecto para abrir el apetito, disfrutar de momentos de convivencia y dar inicio a una verdadera fiesta gastronómica. Es como la versión mexicana de la tapa española o el entremés francés, donde cada bocado se convierte en una deliciosa explosión de sabores. Es el aperitivo ideal para iniciar una comida o simplemente disfrutar de una tarde relajada entre amigos (Torres Siller, 2017).

Se conciben a las botanas como alimentos ideales para cualquier momento del día, que satisfacen temporalmente el hambre, destacando por su alto contenido calórico y graso; suelen carecer de proteínas, vitaminas y otros nutrientes esenciales, aunque que es común buscar formas de mejorar su valor nutricional (Navarro Cortés et. al., 2014). También se pueden entender cómo como un producto que se elabora utilizando ingredientes como harinas, cereales, leguminosas, tubérculos, féculas, granos, frutos o semillas, entre otros, que pueden ser sometidos a diferentes procesos como fritura, horneado, explosión, cubierta, extrusión o tos-

tado, y que pueden incluir o no sal, así como otros ingredientes opcionales y aditivos alimentarios (Martínez Muñoz, 2013)

Las botanas se caracterizan por ser comidas pequeñas y ligeras que deben reunir diversas condiciones: fácil manipulación, listas para su consumo, accesibles, de tamaño reducido, presentadas en porciones individuales y, sobre todo, para satisfacer el apetito (Pérez et al., citado por Escobedo García, 2013). Se consideran como una deliciosa y práctica opción de comida que se presenta en porciones individuales, tanto sólidas como líquidas, perfectas para satisfacer el hambre de manera rápida y económica. Además de ser ligeras y fáciles de manipular, están diseñadas específicamente para proporcionar un momento de satisfacción cuando el apetito se hace presente (Pérez-Navarrete et al., 2006). Esto suena a tradición, espacios y sabores relacionados con la identidad, que genera una emoción memorable de la visita al destino y la convivencia con la población.

Finalmente, las botanas son aquellos productos de pasta de harinas, de cereales, leguminosas, tubérculos o féculas; así como de granos, frutas, frutos, semillas o leguminosas con o sin cáscara o cutícula, tubérculos; productos nixtamalizados y piel de cerdo, que pueden estar fritos, horneados, explotados, cubiertos, extruidos o tostados; adicionados o no con sal y otros ingredientes opcionales y aditivos para alimentos (Comité Consultivo Nacional de Normalización de Regulación y Fomento Sanitario, 2003).

### **La botana en Tuxtla Gutiérrez (Chiapas)**

Dentro del bagaje cultural mexicano, como en Chiapas, está arraigada una mezcla valiosa y diversa de tradiciones que han evolucionado, tanto en el pasado como en el presente. Estas tradiciones abarcan manifestaciones, expresiones, formas, contenidos y funciones que se nutren de diversas fuentes culturales, lo que contribuye a su riqueza y variedad; desde su origen en los pueblos originarios, con sus raíces ancestrales y su visión única y profunda del mundo; de las tradiciones europeas, que llegaron principalmente de España durante la colonización, con su influencia en la vida, el arte, la música y la gastronomía; como la tradiciones de los pueblos afrodescendientes y asiáticos, que nos acercaron costumbres y creencias complementarias, que al final constituyen una cultura mexicana y chiapaneca multidiversa

La cultura de una región o comunidad nos permite apreciar su historia y las experiencias de su población. Se integra por todo un universo de conocimientos,

valores, creencias y expresiones artísticas que se transmiten de generación en generación, de manera que los platos típicos, las costumbres alimentarias y la forma en que se cultivan y preparan los alimentos, reflejan la relación de una comunidad con su territorio y su medio ambiente (Macías Lara, 2020).

Cuando existe la oportunidad de que los turistas se acerquen a las comunidades, se genera una valiosa oportunidad de reconocer y experimentar la cultura y gastronomía local; de manera que aprenden de las tradiciones y costumbres, así como de la degustación de los sabores auténticos de la región. De esta manera, los visitantes pueden llevar consigo estas experiencias a sus hogares y compartir la riqueza cultural que han descubierto con su propia comunidad. El vínculo entre la cultura, la gastronomía y el turismo va más allá de la simple promoción y venta de productos locales. Promover la cultura y la gastronomía de una región a través del turismo puede ayudar a conservar y revitalizar tradiciones en peligro de desaparecer. Además, fomenta el desarrollo económico y social de la comunidad local, generando empleo y apoyando a los productores y comerciantes locales (Macías Lara, 2020).

Por su importancia poblacional, su trascendencia histórica, ubicación geográfica, influencia política, social y económica, la convergencia e inmigración de población de diversas regiones del estado de Chiapas, se consideró relevante la realización de la presente investigación en Tuxtla Gutiérrez, la capital chiapaneca, a fin de contribuir a la conservación y preservación del conocimiento local, tanto en el conjunto de saberes como en las prácticas generadas y transmitidas en el tiempo y en la memoria de las personas en la vida cotidiana y en algunos casos de manera escrita, que hacen de la alimentación un arte, una tradición y un fortalecimiento de nuestra cultura (Luna-Morales, 2002; Ruan-Soto, 2005, citados por Sánchez Salinas, 2009).

Chiapas se ubica en el sureste de la República Mexicana, con una extensión territorial de 74.415 km<sup>2</sup>, que representa el 3,8% de la superficie total de México, y 5.524.500 habitantes en 124 municipios. Colinda al norte con Tabasco, al este con Guatemala, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con Veracruz y Tabasco.

En su distribución socioeconómica, se pueden observar 15 regiones, dentro de las cuales se ubica la Región I Metropolitana, la cual se integra de 4 municipios, incluyendo la capital del estado de Chiapas: Tuxtla Gutiérrez, cuya población es de 604.147 habitantes, de los cuales el 53% son mujeres y el 47% hombres. Se ubica a 522 m. sobre el nivel de mar, en una extensión de 334.61 km<sup>2</sup>, que equi-

vale al 0,45% del territorio estatal (Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas, CEIEG, 2022).

Tuxtla Gutiérrez fue fundada por los indios zoques con el nombre de Coyatoc "lugar, casa o tierra de conejos". El nombre actual deriva del náhuatl. Al nombre de Tuxtla se añadió el apellido Gutiérrez, en honor a don Joaquín Miguel Gutiérrez, ilustre federalista" (CEIEG, 2022).

La gastronomía Chiapaneca tiene una oferta de variedad de botanas. Las emblemáticas de la capital son la carne tártara, la carraca, ensalada de pulpa o camarón seco y la costillita frita, por mencionar algunas. La comida chiapaneca se integra de una diversa y amplia oferta de platillos en función de la situación geográfica en la que se genera, con clima, suelos, recursos hidrológicos y ecológicos en la que se ubica y que se caracteriza por su fauna, flora, diferentes ingredientes o productos que sólo se dan en esta región, así como de la expresión de la riqueza que proviene de los pueblos y culturas indígena, española o mestiza, entre otras, que habitaron y que en su proceso de evolución e interacción, se encuentran en el estado (León Fuertes 2020; Martínez Marcial, 2018; Esponda Pérez, 2017; Castañón Hernández, 2005).

Por ello, la oferta y consumo de los alimentos, no solamente debe considerar la satisfacción de las necesidades fundamentales para la vida, sino todos aquellos aspectos que corresponden a la manifestación social y cultural de un determinado grupo (Sánchez Salinas, 2009), que en este caso corresponde a la población y visitantes en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

## **Metodología**

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, fenomenológico, descriptivo y de aplicación directa (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014), ya que lo que busca es lograr profundizar en las experiencias y percepciones de los clientes con respecto a las botanas ofrecidas en los restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez. El enfoque cualitativo permite explorar y comprender las experiencias y perspectivas de los clientes en relación con las botanas ofrecidas en los restaurantes familiares. Esto se alinea con el objetivo de diseñar un paquete de diferentes tipos de botanas, ya que se necesita una comprensión detallada de las preferencias y gustos de los clientes.

También permite capturar la esencia de las experiencias de los clientes con las botanas ofrecidas en los restaurantes familiares, ya que el enfoque fenomenológico se orienta a la comprensión de la subjetividad de las experiencias que tienen las personas y de cómo dan su propia interpretación y sentido a lo que están viviendo. Esto es importante para entender cómo los clientes perciben las diferentes botanas en los restaurantes familiares, lo que puede ayudar a diseñar un paquete de botanas que satisfaga sus expectativas y necesidades.

Adicionalmente, el obtener una descripción detallada y precisa de las botanas ofrecidas en los restaurantes familiares, se logra con un enfoque descriptivo que permite recopilar datos más precisos sobre la diversidad de botanas que se ofrecen. Con esta información, se puede ofrecer un paquete de botanas variado y atractivo. Cabe señalar que la descripción detallada puede ser de gran utilidad para formar un criterio en el momento y establecer los precios en relación a las diferentes ofertas de los restaurantes.

Al establecer algunos cambios específicos y medibles de los restaurantes mediante la investigación aplicada, se podrá explorar la propuesta y recomendaciones prácticas para determinar los precios y eliminar promociones que ya se encuentran caducadas, tanto de la fachada de los negocios como en las cartas. En este tipo de enfoque, se busca comprender y describir la experiencia y el significado que tienen las botanas ofrecidas en los restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez desde la perspectiva de los clientes y propietarios de los negocios, por lo que fue necesario la aplicación de entrevistas a profundidad, la observación, análisis de documentos como las cartas de los restaurantes y promociones, así como de encuestas para conocer el comportamiento social de unos y otros (Monje Álvarez, 2011); y también, debido a que se busca sugerir acciones concretas para mejorar la promoción de las botanas y la comunicación de precios en los restaurantes, con el objetivo de incrementar el flujo de clientes y optimizar la rentabilidad de los negocios.

El muestreo no probabilístico espacial (Porras Velásquez, 2017), se orientó a la localización de por lo menos 8 restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez que se encuentran en la caracterización de ser de acuerdo al INEGI (2019), definidos como pequeñas empresas de servicios con trabajadores que van de 11 a 50 personas, que se estiman pueden tener ingresos anuales promedios de 4,6 millones de pesos y cuyos horarios de atención parten de las 8 horas hasta las 23:30 horas, e incluso hasta las 1:30 h. Además, se consideraron ubicaciones en diferentes lugares de la ciudad, que tienen como aspecto interesante su presencia y localización mediante el uso de redes sociales por internet.

En la investigación realizada, se encontró que estos establecimientos ofrecen una amplia selección de botanas regionales típicas de la ciudad. Estas botanas se distinguen por sus sabores auténticos y características muy particulares, que reflejan la riqueza cultural de la zona. Algunas de las botanas chiapanecas, que se ofrecen de manera recurrente en este tipo de establecimientos son: carne molida estilo "carne tártara"; ensalada de camarón fresco; tradicional ensalada de camarón seco; aguachile con camarón y pulpo; cóctel de camarón; tostadas chiapanecas con camarón fresco o con ensalada pico de gallo; macabil; empanadas; pequeñas porciones de caldo de camarón, o de shuti (sopa de caracol); la ensalada velo de novia; tinga de pollo y tinga de res; frijoles refritos; costillitas fritas; ensalada de salchicha; butifarra; patitas de cerdo envinagradas; cochito horneado al estilo Chiapa de Corzo (municipio cercano a la capital); birria; carraca (ensalada con base en jitomate, cebolla, cilantro y cabeza de cerdo frita); queso botanero; diversos snacks crujientes, como es el plátano frito, totopos, entre otros.

Además de lo anterior, se logró ubicar en el acompañamiento de la botana regional típica de Tuxtla Gutiérrez el "pozol blanco y de cacao" y el "tascalate", bebidas a base de maíz que se sirven frías, con una mezcla de cacao, maíz y maíz tostado, con achiote, respectivamente. Esta combinación aporta un sabor delicioso y refrescante, perfecto para disfrutar en los días calurosos de la ciudad.

También muy popular en Tuxtla Gutiérrez es el "chipilín", una hierba comestible que se utiliza para preparar diversos platillos, incluyendo tamales y empanadas. Los restaurantes familiares de la zona ofrecen estas delicias culinarias como botanas, permitiendo a los comensales disfrutar de su sabor único y tradicional en pequeñas porciones.

En cuanto a la muestra de los clientes, se logró un total de 94 encuestas distribuidas de manera proporcional en los diferentes restaurantes y en los diferentes horarios, que nos permitieron captar la caracterización de los visitantes, turistas o población local, quienes proporcionaron datos y sus comentarios para que fueron considerados en sus experiencias, preferencias, gustos y necesidades, con el propósito de que todo ello contribuya en mejorar la oferta de los servicios correspondientes.

## **Resultados**

Como parte de la caracterización y respuesta de los clientes, se pueden determinar los siguientes resultados:

– La Casa Azul es un restaurante familiar ubicado en la zona poniente norte de Tuxtla Gutiérrez. Genera un consumo equivalente a un rango de precio por persona de \$200 a \$500. Los comensales tienen la opción de sentarse tanto dentro como fuera del establecimiento. Aunque el servicio del personal es mejorable, el lugar se destaca por su magnífica gastronomía y precios interesantes. Su encantador ambiente deja una impresión inmejorable en los invitados, lo que ha llevado a una calificación de 4,1 en Google.

– Los Arcos Cantina Chiapaneca es otro restaurante familiar en la zona norte oriente de Tuxtla Gutiérrez. Aquí, el rango de precio por persona va desde los \$200 a los \$650. Se distingue por su cocina mexicana. Se califica como un restaurante con un buen servicio y precios que son asequibles. Sin embargo, los usuarios de Google no han dado una calificación muy alta.

– La Palapa de mi Mamá, también en la zona centro de la ciudad, y ofrece un rango de precios desde los \$200 hasta \$500 por persona. Aquí, los visitantes pueden disfrutar de música en vivo por las noches. Según muchos usuarios, el servicio es excelente y el ambiente es tranquilo. La comida mexicana es su especialidad, con flautas y tacos bien elaborados. El restaurante ha recibido una calificación de 4,3 en Google, debido a su excelente servicio, precios interesantes y ambiente festivo.

– El restaurante conocido como Tarimitas Palapa se ubica en la zona oriente de la ciudad, ofrece un ambiente familiar y espectáculos en la tarde-noche. Es conocido por sus generosas botanas y cerdo bien elaborado. Destaca por la diversidad en cervezas y su buen servicio. Tiene precios razonables que oscilan en un consumo de \$200 a \$600, en un ambiente que se puede disfrutar sin problemas. Ha recibido una calificación de 4.3 en Google.

– El restaurante Alí Babarn se ubica en la zona norte poniente, y combina la comida oriental y chiapaneca. Destaca por su buen trabajo, singular sopa y cerdo casero. Ofrece un insuperable licor y cervezas. Tiene un magnífico servicio y un agradable ambiente que deja una impresión positiva en los críticos.

– El restaurante conocido por La Mocte Cantina Regional, situado en la zona poniente norte de la ciudad, destaca por su cocina mexicana y sus atractivos tacos, singular cerdo y famoso aguachile. Ofrece variedad en las cervezas, con destacadas preparaciones de margaritas y micheladas. Tiene un personal bien prepa-

rado, buen servicio y precios asequibles. Cuenta con un ambiente agradable que se propicia por su excelente decoración.

– El restaurante Malhaya, ubicado en la zona norte poniente, por su ubicación permite, después de degustar alimentos, visitar el Parque de la Marimba. Ofrece diversidad en sus platillos, distinguiéndose por sus singulares costillas y preparación del cerdo, así como por su pastel de frutas y buena preparación de micheladas. Tiene un personal servicial y precios interesantes. Ha recibido 4.5 estrellas en Google.

– Finalmente, el restaurante La Tía Mechita Pro se ubica en el lado poniente sur de la ciudad. Ofrece platos de la cocina mexicana, destacando su cerdo casero y su pastel de frutas. Ofrece diversos tipos de cerveza y se reconoce por su extraordinaria limonada. Tiene un personal con buen servicio y precios accesibles. Su ambiente le ha permitido obtener una puntuación de 4.3 en Google.

En cuanto a las características del tipo de clientes que de manera frecuente visita este tipo de restaurantes, se observa lo siguiente:

– Se puede observar que el 72% está dentro de un rango de edad entre los 18-25 años, el 15% tiene de 31 a 35 años. El restante 13% es de 26 a 30 años. Prácticamente la mitad (51%) es de sexo femenino.

– Dato interesante resulta que el 52% de los clientes sean estudiantes, y el 48% se dedica a trabajar exclusivamente. La mayoría de los estudiantes son foráneos, por lo que tienen curiosidad de conocer qué es lo que Tuxtla les puede ofrecer.

– En cuanto a la elección de mayor frecuencia de las y los clientes, se ubica en primera instancia La palapa de mi mamá, con el 25%, seguido de la Casa azul, con un 20%. Seguidamente, casi en la misma frecuencia, se ubica a la Tía Mechita Pro, con un 18.5%. Posteriormente se menciona La Mocte, con un 11.5%, y con menor frecuencia, con un 9.5%, se ubicaron los restaurantes Malhaya, Tarmitas, la Tía Lety, Los Arcos, Ali Babar y El Mixiote.

– A Este tipo de restaurantes familiares asisten clientes acompañados de sus amistades, con sus familias o bien con sus parejas. En menor medida se ubican compañeros(as) de trabajo.

– La mayoría de la clientela asiste después de las 5 de la tarde, después de realizar las actividades laborales o académicas del día.

– Los resultados de la encuesta revelan que la botana es el factor más destacado por las personas encuestadas a la hora de elegir un restaurante, con un porcentaje del 76.6%. Esto indica que las botanas ofrecidas en estos lugares son un factor clave en su éxito y atraen a los clientes.

– La música también es valorada por los encuestados, con un 43.5%. Esto sugiere que la selección musical y el ambiente son importantes para los visitantes.

– Las bebidas tienen una importancia significativa, con un 39.1% de las respuestas. Esto indica que la variedad y calidad de las bebidas ofrecidas también son un factor importante para atraer a los clientes.

– El precio y la ubicación son mencionados por el 38% y el 30.4% de los encuestados respectivamente. Esto sugiere que, si bien son considerados factores importantes, no son decisivos a la hora de elegir un restaurante de estas características.

– Por último, la atención recibió un porcentaje relativamente bajo, con un 29.3%. Esto sugiere que, si bien es valorada, no es un factor determinante para los encuestados a la hora de elegir un restaurante de botanas.

## Conclusiones

Las características y variables importantes que hacen que los clientes visiten y degusten alimentos en los restaurantes familiares, son:

– Ambiente familiar: Los clientes son atraídos por la sensación de comodidad y familiaridad que encuentran en estos restaurantes familiares. La atmósfera hace que los clientes se sientan cómodos y los motiva a regresar.

– Calidad de la comida: La calidad de los alimentos es un factor clave en la elección de un restaurante. Los clientes valoran la frescura de los ingredientes, la atención a los detalles y la preparación casera de los platos en los restaurantes familiares.

– Precios asequibles: Los precios razonables también juegan un papel importante. Los clientes buscan restaurantes familiares que ofrezcan comidas sabrosas a precios accesibles, lo cual les permite disfrutar de una comida sin gastar demasiado.

– Tradición y autenticidad: Los restaurantes familiares suelen transmitir una sensación de tradición y autenticidad que atrae a los clientes. El uso de recetas familiares transmitidas de generación en generación y la incorporación de ingredientes locales o artesanales añaden valor a la experiencia culinaria.

– Servicio personalizado: La atención personalizada y el trato amable por parte de los dueños y empleados de los restaurantes familiares, hacen que los clientes se sientan valorados y atendidos. Esta relación cercana con los propietarios crea un vínculo emocional que fomenta la lealtad del cliente.

Los clientes visitan y degustan alimentos en los restaurantes familiares de Tuxtla Gutiérrez, debido a su ambiente, a la calidad de la comida, los precios asequibles, la tradición y autenticidad que ofrecen y el servicio personalizado que reciben. No obstante, se puede percibir que las botanas, la música y las bebidas son los principales motivos por los cuales las personas eligen visitar este tipo de establecimientos, y que estos factores son los más influyentes para atraer y satisfacer a los clientes, mientras que la ubicación, el precio y la atención tienen menor importancia, en comparación.

## Referencias

Bahls, Á., Whendausen Krause, R., y da Silva Añaña, B. (2019). Comprensión de los conceptos culinaria y gastronomía. Estudios y perspectivas en turismo, 312-330.

Castañón Hernández, V. (2005). Análisis del uso de ingredientes prehispánicos en la gastronomía típica de los mercados del centro del estado de Chiapas. Cholula, Puebla: Universidad de las Américas, Puebla.

Comité Consultivo Nacional de Normalización de Regulación y Fomento Sanitario . (18 de agosto de 2003). Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de NORMA Oficial Mexicana NOM-187-SSA1/S-CFI-2002, Productos y servicios. Masa, tortillas, tostadas y harinas preparadas para su elaboración y establecimientos donde se procesan. Especificaciones sanitarias. Información comercial. Métodos de prueba: [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=691995yfecha=18/08/2003#gsc.tab=0](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=691995yfecha=18/08/2003#gsc.tab=0)

Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas [CEIEG]. (01 de junio de 2022). Ceieg. Obtenido de Ceieg: <https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/sintesis-estadistica-y-geografica-de-chiapas/?maccion=9571>

Corte IDH Blog. (31 de diciembre de 2012). Corte IDH. Obtenido de Corte IDH: <https://corteidhblog.blogspot.com/2012/03/corte-idh-desestimo-y-archivo-solicitud.html?m=1>

Escobedo García, J. I. (2013). Desarrollo de una botana complementada con amaranto para aumentar su calidad nutrimental. Cuatitlán Izcalli, Estado de México: Universidad Autónoma de México (UNAM).

Esonda Pérez, J. A. (2017). Pérdida de las raíces gastronómicas en el municipio de Tapachula. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH).

Güemes Vera, N. (2018). Evaluación biológica de una botana horneada de *Oxalis tuberosa* en un modelo animal. Tulacingo de Bravo, Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ª ed.) Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2019). Censos económicos 2019. Micro, pequeña y mediana empresa. Estratificación de establecimientos. Ciudad de México. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825198657.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf)

León Fuertes, F. D. (2020). La cocina tradicional de Copoya, Chiapas: identidad y transición alimentaria. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH).

Macías Lara, C. A. (5 de noviembre de 2020). El trascendente de la Universidad Mondragón México. Obtenido de La importancia de la Investigación para la Gastronomía: <https://mondragonmexico.edu.mx/la-importancia-de-la-investigacion-para-la-gastronomia-ii/>

Martínez Marcial, J. D. (2018). La gastronomía de la región del Soconusco del estado de Chiapas. Ixmati, Revista de Gastronomía, Turismo y Hotelería, 14-18.

Martínez Muñoz, A. G. (2013). Elaboración de una botana a base de malanga (*Colocasia esculenta*) utilizando microondas para su procesamiento . Xalapa, Veracruz: Universidad Veracruzana. Instituto de Ciencias Básicas.

Mejía López, L. S., Mejía Castillo, S. E., y Bravo Rodríguez, M. (2014). Tendencias gastronómicas: La encrucijada entre lo tradicional y lo innovador. *Culinaria*. Revista virtual especializada en Gastronomía, 27-40.

Monje Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Neiva, Huila, Colombia: Universidad Surcolombiana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>.

Navarro Cortés, R. O., Castro Rosas, J., Rodríguez Miranda, J., Medrano Rol-dán, H., Delgado Licon, E., Acevedo Sandoval, O. A., . . . Gómez Aldapa, C. A. (2014). Los alimentos en México y su relación con la salud. En M. Aguilera Ortiz, R. Reynoso Camacho, C. A. Gómez Aldapa, R. M. Uresti Marín, y J. A. Ramírez de León, Alimentos botana, aceptabilidad y nutrición humana (págs. 177-189). Juárez, Durango: Universidad Juárez del estado de Durango.

Pérez-Navarrete, C., Cruz-Estrada, R. H., Chel-Guerrero, L., y Betancur-Ancona, D. (2006). Caracterización física de extrudidos preparados con mezclas de harina de maíz QPM (*Zea mays* L.) y frijol lima (*Phaseolus lunatus* L.). *Revista de Ingeniería Química*, 145-155.

Porras Velásquez, A. (2017). Tipos de muestreo. CENTRO GEO, Centro Público de Investigación del CONACYT.

Reyes Uribe, A. C., Guerra Ávalos, E. A., y Quintero, V. J. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. Scielo.

Sánchez Salinas, S. (2009). Conocimiento Tradicional del Aprovechamiento y Consumo de Insectos en la Cabera Municipal de Simojovel de Allende, Chiapas, México. San Cristóbal de las Casas: El Colegio de la Frontera Sur.

Torres Siller, M. I. (7 de febrero de 2017). Food and Travel . Obtenido de Botanas Típicas Mexicanas : <https://foodandtravel.mx/botanas-tipicas-mexicanas/>

Vackimes Serret, K. (2012). Tradiciones culturales, entorno geográfico y turismo sustentable. En M. Castillo Nechar, y H. Favila Cisneros, Gastronomía y Turismo. Diseño de Indicadores, política y cultura (p. 213). Toluca, Estado de México, México: Univerisdad Autónoma del Estado de México (UAEM). Acceso: 12 de 10 de 2023, [http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/gastronomia\\_y\\_turismo.pdf](http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/gastronomia_y_turismo.pdf)



# TOLONDRONES PA' LOS PREGUNTONES.

## EL TEQUILA Y EL MEZCAL EN LA DISPUTA POR EL SABOR

Rodolfo Fernández  
Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

Diana Carrano  
Investigadora independiente

Este trabajo surgió de la observación de la creciente popularidad de la bebida conocida como mezcal, sobre todo al descubrir que algunos amantes del tequila lo están abandonando por su destilado hermano. Paralelamente a este descubrimiento, nos enteramos de que en eventos de degustación a ciegas de destilados de agave llevadas a cabo fuera de México<sup>1</sup>, existía una incipiente preferencia por los mezcales por encima de los tequilas. Entre otros argumentos para justificar su buen sabor, se encontraba que eran resultado de procesos tradicionales y de esperar a que las plantas de agave cumplieran con su ciclo de maduración.

Con estos antecedentes, de inmediato nos preguntamos si ese crecimiento en el gusto por el destilado de agave se originaba a partir de que el consumidor comenzó a apreciar el sabor de este aguardiente y de considerarlo más auténtico que el tequila en su elaboración, que involucra a familias y comunidades, desdeñando a las grandes empresas que actualmente comercializan el tequila. Es decir, por considerarlo más cercano a *lo mexicano*.

---

<sup>1</sup> Conversación con Ana María Valenzuela Zapata sobre el evento llevado a cabo en Kentucky en 2023.

De paso, queríamos saber qué tanto se conocen los antecedentes de los procesos que dan como resultado al aguardiente de agave mezcal, artesanal y ancestral, así clasificados por la norma que los rige<sup>2</sup>. Igualmente, pretendimos constatar si se reconocen otros aspectos, como las variedades de plantas y grados de alcohol requeridos en comparación con el tequila. En resumen, saber sobre la educación acerca de los aguardientes de agave y si ese conocimiento representa una influencia en la preferencia por la bebida, más allá del gusto por el sabor característico del mezcal. Estas preguntas las quisimos extender a distribuidores de la bebida (restauranteros) y a productores de uno y otro aguardiente sobre las estrategias de comercialización, además de conocer su percepción sobre el propio destilado en términos de elaboración y distribución.

Por otro lado, nuestras dudas se tornaron relevantes a partir de algunos cuestionamientos que surgieron de la lectura de la actual norma del mezcal. Dicha norma (NOM-070-SCPI-2016) establece como requisito la elaboración de algunos tipos de aguardiente mediante los antiguos métodos de elaboración del vino mezcal. La incógnita se incrementó cuando observamos el desarrollo histórico de los destilados de agave, que fueron abrazando los avances tecnológicos a través de los siglos, por supuesto con argumentos sustentados en la optimización de la producción, pero también con el compromiso de ofrecer al consumidor un producto más higiénico, además de combatir el impacto ambiental por el consumo de madera para calentar los hornos para el cocimiento y para la destilación del aguardiente.

Buscando disipar nuestros cuestionamientos, nos dimos a la tarea de buscar informantes que aclararan nuestras dudas y, así, contrastar su información con nuestro conocimiento histórico sobre la bebida. Lo que buscamos comprender era el paulatino aumento en la producción y consumo de mezcal, así como a esta nueva ola de consumidores que parece que encaminan su gusto por una bebida que sufrió transformaciones en pro de su mejoramiento y que, gradualmente, ha logrado una posición en el mercado nacional e internacional.

### **Proceso de modernización del tequila**

Es importante recordar que el antiguo nombre del tequila era vino-mezcal, Luego, vino-mezcal-tequila, para terminar como tequila, a partir de que se le dio

---

<sup>2</sup> Nos referimos a la más reciente, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de febrero de 2017.

el nombre de la población en donde se concentró su elaboración<sup>3</sup>. Es decir, que era un mezcal como el que actualmente se comercializa en determinados lugares de México, que incluía diversas especies de agaváceas y que se elaboraba con los mismos procesos que ahora están estipulados en la norma del mezcal.<sup>4</sup>

En el primer *Reglamento de la Ley de Alcoholes, Aguardientes, Tequilas, Mezcales y Sotoles*, publicada en el Diario Oficial de la Federación en el año de 1928, no se indicaban las clases de plantas de agave con las que se elaborarían cualquiera de las bebidas mencionadas. Es hasta la publicación de la *Norma Oficial de Calidad para el Tequila*, del año 1949, que se define a la bebida nombrada *tequila*. En la norma, se estipulaba que se utilizaría un solo género de agave para fabricar la bebida: “Se entiende por tequila, el aguardiente de mezcal obtenido del agave azul *Tequilana Weber amarilidáceas*, y de otras especies del mismo género, que se cultivan en el Estado de Jalisco en las tierras y condiciones climáticas que les son características”. Estas especies eran los mezcales Chino, Bermejo, Sigüín, Moraneño, Chato, Mano Larga, Zopilote y Pie de Mula (Lozano, 1995: 27). Fue hasta la siguiente modificación de la norma, la de 1964, que cancelaba la anterior, que las opciones de agave se redujeron solamente a una. Esto es, la de la familia Amarilidáceas del género agave, especie *Tequilana-Weber*, variedad azul. Esto significó la renuncia a otras opciones y con ello a la variedad de sabores que podrían ofrecer al consumidor.

Ahora bien, hablemos de cómo al tequila le tomó aproximadamente 100 años controlar cada paso del proceso de elaboración a partir de las innovaciones tecnológicas del siglo XIX. En este lapso, se pasó de cocer las cabezas de mezcal en los hoyos troncocónicos, al uso de hornos de vapor. De la trituration del mezcal cocido en tahonas, al uso de máquinas (molinos) que los desmenuzaban y los prensaban. De la fermentación del mosto utilizando algunos aditivos, como el bagazo del mezcal, al aislamiento de levaduras que dieron cierta constancia al sabor resultante del destilado. De la destilación en alambiques primitivos a aparatos más sofisticados como los de destilación continua. Con estos cambios se pretendía ofrecer un producto de mayor calidad y con un gusto más suave que se fuera adaptando al mercado consumidor, ni hablar de la automatización de la producción logrando mayores volúmenes del destilado.

---

<sup>3</sup> La evolución del nombre se puede observar desde 1890 en los registros de marcas: <https://sig.impi.gob.mx/> así como en las propias etiquetas de algunas botellas de la época.

<sup>4</sup> Publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 12 de junio de 1997, 5 de junio de 2012 y el 23 de febrero de 2017.

## La ciencia del aguardiente del mezcal

No son pocos los científicos decimonónicos que aportaron conocimiento para la elaboración de este aguardiente, muchos de ellos jaliscienses. En 1882, Lázaro Pérez dio el primer paso para aproximarse al conocimiento del vino-mezcal-tequila a través de la lente de la ciencia (Pérez, 1992). En la introducción a su estudio, Pérez resaltaba que, en aquel tiempo, el olor y sabor del mezcal tradicional no se diferenciaba de una y otra marca. Pero sí había divergencia entre los que se obtenían de lo que llamaba procesos primitivos y de los industriales, en donde el último era de gusto más suave. Curiosamente, afirmaba que para ese tiempo los tequileros rehusaban modernizarse, por no perder al consumidor acostumbrado al sabor ahumado del mezcal. Paradójicamente, con el mezcal actual, se busca regresar a ese sabor particular.

Pasando a los avances tecnológicos, tenemos a José Martínez de Castro, con un nuevo aparato de destilación continua, cuya patente fue aprobada en el año 1881 (Torre, 2021: 420). Sorprendentemente este sistema no fue adoptado tan fácilmente por los tequileros, sino hasta nuestros días. Lo novedoso es que el aparato ofrece control en el proceso de fraccionamiento de los alcoholes durante la destilación.

Otro aporte sustentado en las reacciones químicas fue el que ofrecieron Raúl Prieto y Carlos F. de Landeros, con su método para producir la sacarificación y la fermentación alcohólica. Prieto y Landeros registraron su método en la oficina de patentes mexicanas en 1887 (Torre, 2021: 420). Otros que se agregaron a la lista de propuestas de maquinaria para la cocción y molienda del mezcal fueron Miguel Moncalian, con su desmenuzador de piñas de maguey, y Francisco Corcuera y Luna, con un triturador para elaborar mezcal con registro de patente en 1887 (Torre, 2021: 422).

En ese rubro, para 1890, Gabriel Castaños y Guadalupe López de Lara promovían su horno-estufa y molino de mezcal (Torre, 2021: 424), que aparentemente no fue tan exitoso en su comercialización, pero que demuestra la necesidad de automatizar y limpiar cada paso de la producción del destilado. En el folleto de especificaciones de su funcionamiento, los inventores explicaban las mejores en comparación con los procesos tradicionales:

“Varios años hace que llamó nuestra atención lo muy defectuoso de los antiguos y rudos procedimientos, y que comenzamos a estudiar el asunto, para proseguirlo con mayor empeño al ver que se hacían ensayos dispendiosos a la vez que ineficaces, según

nuestra opinión, al querer aplicar al mezcal máquinas y aparatos propios de otras industrias; sin preocuparse de la materia prima, el agave-mezcal, por su especial naturaleza, requería de procedimientos y aparatos propios” (Castaños y López, 1891).

Otro aspecto que Castaños y López de Lara puntualizan en su publicación, es la necesidad de modernizar la producción del mezcal. Para el primer paso en la elaboración del vino-mezcal, el tatemado, los inventores afirmaban que esta era una parte fundamental, pues “era la preparación de la materia prima” (refiriéndose a la conversión en glucosa). Ellos percibían el método tradicional como “imperfecto y anticuado”. Lo anterior lo sustentaban en el tiempo que llevaba la cocción en su totalidad, de 52 a 62 horas, entre cargar y tapar el hoyo troncocónico, esto es: tatemar, enfriar y descargar. Consideraban que lo que se llevaba a cabo con este método era una combustión imperfecta, ya que no se aprovechaba al máximo el calor y que el combustible, la leña, se desperdiciaba en grandes cantidades.

Por otro lado, el contacto del mezcal con la piedra incandescente producía una pérdida importante de la materia prima, por la carbonización y caramelización de los jugos de la planta al contacto con la piedra o al escurrir en el fondo del pozo. Ni hablar de los gases nocivos que invadían el espacio del lugar de cocimiento. Un punto importante es que en los hornos de piso hay menos posibilidad de controlar la temperatura, evitando la quema y desperdicio de mezcales. Afirmaban que todo el proceso se llevaba a cabo al tanteo, por lo tanto, no había uniformidad en el cocimiento del producto.

En contraste, su horno-estufa facilitaba la carga y descarga de mezcal en una cámara metálica rectangular. Dicha cámara contaba con una ventanilla que permitía el enfriamiento con termómetros que indicaban los grados óptimos para la cocción. Los hogares eran independientes, lo que evitaba el contacto con la materia prima. Incluía algunas chimeneas por las que circulaba el humo al exterior de la cámara. Adicionalmente, su máquina contaba con un espacio que recibía las mieles de las cabezas de mezcal cocidas, mismas que iban directo a la fermentación. Todo el mecanismo permitía la regulación de la temperatura al abrir o cerrar la ventanilla dispuesta en la cámara.

Respecto a la molienda, los inventores decían que la tahona era rudimentaria, procedente de los “primitivos tiempos” y que hasta ese momento no había sufrido ninguna modificación. Su construcción requería de un poste de madera en el centro de un cilindro cuya pared se revestía de cantería. Al poste se ligaba el “espeque”, que se unía a una piedra que rodaba movida en un sentido y otro, por

fuerza animal -bueyes o mulas-. En el piso del cilindro se colocaba un empedrado de laja, lo que proporcionaba una superficie áspera que ayudaba a la trituration del mezcal cocido. El triturador era conocido como “molino de sangre”.

La molienda se lleva a cabo al hacer rodar la piedra sobre las cabezas de mezcal cocidas. Era necesario un hombre dentro del cilindro para, mediante un gancho, mover la masa de mezcal para lograr desgarrarlo uniformemente. El pormenor del método era la cantidad de jugo que se desperdiciaba en el fondo empedrado, pues estos se filtraban sin poder recuperarlos nuevamente, además de dificultar su limpieza.

Cabe decir que, según ellos, para esos años un par de productores de aguardiente ya utilizaban vapor para la cocción de las cabezas y desgarradoras para obtener los jugos que iban directos a la fermentación. En las desgarradoras se incorporaron lavadores de mezcal y prensas, como en el caso del aparato de Castro y López de Lara. Esta invención ofrecía un máximo aprovechamiento de la materia prima y menor tiempo invertido en esta etapa del proceso, lo que a su vez significaba un producto más higiénico y con mejor control de la fermentación, que muchas veces iniciaba durante la molienda en la tahona.

Lo descrito en los argumentos de venta de los inventores en contra del método primitivo, es exactamente el que se sigue hoy día en la producción de mezcal ancestral que, por cierto, es parte de la norma vigente que veremos a continuación y que legitima la elaboración de la bebida. La gran diferencia que anticipamos con la norma vigente es que exige la doble destilación del mosto obtenido por los métodos antiguos, lo que de alguna manera garantiza cierta inocuidad, al deshacerse de las posibles impurezas que hasta ese momento contuviera la bebida.

## **Regulación de los procesos del mezcal**

En el último decenio del siglo pasado, los productores de mezcal, especialmente los de Oaxaca, buscaron el reconocimiento del destilado como una bebida tradicional y simbólica de lo mexicano, a similitud del tequila. De ahí que se promoviera la NOM-070, en donde se pretendía una regulación técnica para garantizar la calidad de la bebida y el buen uso de la denominación. Dicha norma se oficializó entre los años 1994-1995, y el principio era el siguiente: “La normativa sólo podría satisfacerse cuando en la elaboración del producto se utilicen materias primas e ingredientes de calidad sanitaria y se apliquen las buenas técnicas higiénicas de destilación que aseguren que es apto para el consumo humano”.

A diferencia del tequila, que sólo utilizaba el *Tequilana-Weber*, las especies de agave consideradas por esta norma fueron cinco: Agave *Angustifolia Haw* (maguey espadín), Agave *Esperrima jacobi*, Amarilidáceas (maguey de cerro, bruto o cenizo), Agave *Weberi cela*, Amarilidáceas (maguey de mezcal), Agave *Patarorun zucc*, Amarilidáceas (maguey de mezcal), Agave *Salmiana Otto Ex Salm SSP Crassispina* (maguey verde mezcalero).

La bebida se clasificó en varios tipos, según el proceso de elaboración. Además, se introdujo como obligatoria la doble destilación o más, según el grado de alcohol que se deseara ofrecer. Así, tenemos que para 2016, se añadió a la primera norma otras categorías: la de *mezcal*, *mezcal artesanal* y *mezcal ancestral*, que van de 36° y 55° de alcohol. En cada una de esas categorías se especificaba cómo se llevarían a cabo las cuatro etapas de su proceso: de cocción, de molienda, de fermentación y de destilación.

En la categoría *mezcal*, la bebida se puede elaborar tanto con los procesos tradicionales como con los modernos. Para el *mezcal artesanal*, se recurre a los procesos tradicionales, pero también pueden incluirse desgarradoras de mezcal y destiladores de cobre y acero inoxidable. En el caso del *mezcal ancestral*, los cuatro pasos deben pasar sólo por el método antiguo, incluida la destilación en olla de barro.

Llama la atención ver que en la norma se manifiesta un retorno a los antiguos procedimientos para la obtención del vino mezcal-tequila, y cómo se dejaron atrás los principios científicos que buscaron mejorar al producto con métodos más higiénicos que dieran como resultado un sabor más suave de los destilados de agave. Por otro lado, existe la controversia de la longevidad del mezcal en Oaxaca. De ahí que académicos como Domingo García Garza afirme que es “La invención del mezcal tradicional” o, como lo ve José de Jesús Hernández: “En Oaxaca el más moderno de los mezcales es el tradicional”, basándose en la misma postura de Domingo (García, 2022: 17-19 y 24-30).

Visto lo anterior, y con el antecedente que surgió de la experiencia de Ana Valenzuela sobre la preferencia por el mezcal sobre el tequila por parte de los profesionales de los sabores, a lo que agregamos que personas que solían ser bebedoras de tequila, hoy aprecian más el sabor del mezcal, nos preguntamos qué está pasando con el gusto por el consumo del mezcal. Para intentar responder a algunas de nuestras preguntas realizamos varias entrevistas y pláticas con gente relacionada con el mundo del tequila y el mezcal.

## Nuestros informantes

El primer entrevistado fue un restaurantero con una larga trayectoria en una de las fondas más emblemáticas de la capital del Estado de Jalisco. El restaurante enfoca su menú en platillos de procedencia regional y en bebidas alcohólicas diversas, pero centrado mayormente en el tequila, ofreciendo una gran cantidad de marcas producidas dentro del área de la denominación de origen, además de otros destilados de agave como el mezcal.

Fueron tres las preguntas que fijamos para nuestra conversación con nuestro informante. La primera fue sobre el conocimiento del mezcal, en lo personal y del consumidor; la segunda, sobre la aceptación de la bebida entre sus comensales, y la tercera sobre la estrategia de difusión.

Es así como el capitán de meseros Alejandro Alfaro, nos mostró que su carta cuenta con varios mezcales, que promueven en un carrito que llevan hasta las mesas con el fin de que el comensal las conozca. Como se sabe, en las etiquetas se halla la información sobre el tipo de agave utilizado, el procedimiento de elaboración y, en ocasiones, el maestro mezcalero que lo produjo, además de los datos obligados en la norma sobre el destilado.

Cabe decir que, en este restaurante, los involucrados en el servicio, meseros y cantineros, reciben alguna capacitación por parte de las marcas de tequilas y mezcales para difundir las características de cada producto.

A nuestra segunda pregunta, respondió que el mezcal puro no es tan solicitado como en el caso del tequila, más bien es un ingrediente para cocteles, aunque el mezcal “derecho” cada vez tiene más adeptos. Esto nos hizo pensar que es como si fuera una bebida nueva en el mercado que requiere de una explicación de sus características que se reflejan en el sabor. Alfaro nos contó que, curiosamente, uno de los mezcales con mayor demanda en este restaurante es *400 Conejos*, una marca producida por la casa *José Cuervo*, que como se sabe es jalisciense. Nuestro informante confiesa su gusto por el mezcal con sabores más sutiles, aunque trata de complacer a su clientela ofreciendo su conocimiento sobre la bebida. Otro comentario fue que, gracias a los mixólogos norteamericanos que han visitado nuestro país con el fin de recibir educación sobre la industria de aguardientes de agave, se ha difundido la cultura del mezcal tanto en sus países como en el nuestro, y aclara que para muchos de ellos el destilado es conveniente para las mezclas cocteleras.

Ahora pasemos a un productor de mezcal. Se trata de Guillermo Escárcega, radicado en Guadalajara y cuya marca, *Aguas Mansas*, se produce en Santiago Matatlán, Oaxaca. En nuestra conversación le mencionamos que el tequila, al modernizarse, se alejó del sabor que ahora es característico en el mezcal, lo que le sorprendió. A la pregunta sobre la diferencia entre el tequila y el mezcal, no dudó en atribuirlo principalmente a la variedad de agaves utilizados para su elaboración. Mientras que los mezcaleros tienen varias opciones de plantas, el tequila sólo se quedó con una, lo que puede considerarse como una desventaja frente al mezcal.

Escárcega considera que un importante medio de promoción de su marca se halla en la misma etiqueta de su botella, en donde se muestra la trazabilidad de su producto, así como el método de elaboración, en su caso el del mezcal artesanal-tradicional. En cuanto a su gusto por los destilados de agave, el mezcalero aprecia tanto el tequila como el mezcal, pero se ha decantado por el último a partir de su conocimiento adquirido en su trayectoria como promotor de la buena cocina.

Algo que considera valioso respecto al mezcal, es que está más ligado a la tradición de un lugar en comparación con el tequila. Asegura que esa tradición procede, en el caso de su maestro mezcalero Juan Hernández Santiago, de tres generaciones o más. Escárcega estuvo de acuerdo, sin embargo, en que se le debe a los mixólogos extranjeros la apreciación y difusión de la bebida por todo el mundo.

Otro productor de mezcal es el oaxaqueño Cutberto Santiago, quien coincide en que la diferencia entre los sabores de las bebidas de agave radica en la planta utilizada. Según él, el agave espadín tiene características que lo distinguen del *Tequilana-Weber*. En especial porque su maduración se lleva más tiempo, y, por lo tanto, el corte del quiote también es tardío. Agrega que en el espadín, los mejores hijuelos no son los de la segunda generación, sino los de la tercera, lo que parece una novedad para los conocedores de los ciclos reproductivos de la planta.

Dejando atrás a los mezcaleros, tenemos la percepción de un tequilero que nos ayudó a contrastar la información que recibimos sobre el mezcal. Se trata de Marco Antonio Cedano, reputado ingeniero químico con una larga trayectoria en la industria tequilera. Gracias a su experiencia en el mundo de los destilados, Cedano ha ofrecido asesoría para la creación de varias marcas de tequila, entre ellas *Don Julio*. Cedano también cuenta con su propio tequila, *Tromba*, distribuido en México y en el extranjero, en donde ha logrado posicionarse en el gusto de consumidores.

Para la creación de la marca *Don Julio*, Cedano aplicó un proceso minucioso en cada una de sus fases, logrando obtener una bebida con sabor más suave. Respecto a los procesos de elaboración del mezcal, Cedano piensa que, en su forma tradicional y ancestral, no es posible controlar cada una de las fases de producción, de ahí que defiende la modernización de las fábricas de tequila y su apego al conocimiento científico sobre la bebida. Para él, sólo mediante implementos tecnológicos y la aplicación de los principios científicos se llegará, por ejemplo, a la temperatura ideal, así como a controlar las bacterias y hongos implicados en la fermentación que, para él, dan como resultado los sabores del tequila, lo que se traduce en un producto con menos afectación a la salud, al controlar y eliminar los elementos más tóxicos del alcohol.

Cedano también ha brindado asesoría a productores de mezcal en Oaxaca para la instalación de “palenques”. En esta faceta, ha tratado de optimizar la producción, siempre acatando los lineamientos de la norma para el mezcal según su clasificación, *artesanal* y *ancestral*. Finalmente, este ingeniero químico considera que aún existen algunos mitos en la producción de destilados de agave. Es su percepción que se ha recurrido al folclore como una forma de otorgar más valor a ciertas bebidas.

Un tequilero incipiente es Jesús Hill, con su marca *Sotana*, con la que entró al mundo del tequila, interesado solo en crear una etiqueta con tinta luminosa que mostrara el arte oculto de artistas jaliscienses. Esto le llevó a formular una estrategia de producción del destilado en donde hizo visibles a todos los implicados en la creación de éste, lo que fue una parte esencial de su filosofía de ventas.

Lo interesante de su caso es que se involucró, junto con su asesor, en la creación del tequila *Sotana*. Uno de sus objetivos principales era ofrecer un producto menos tóxico, echando mano de la tecnología del tequila. Lo que obtuvieron fue la disminución del metanol sin recurrir a filtros que eliminaran los sabores naturales.

Respecto a la opinión de Hill sobre los mezcales, no se dice adepto a ellos, salvo a aquellos que considera con procesos más limpios, como *Chacolo*, un mezcal jalisciense de gusto suave, que no denota el sabor ahumado a pesar de su proceso tradicional. Igual que Marco Antonio Cedano, considera que los procesos marcan una gran diferencia entre mezcal y tequila, más allá de las especies de agave. Finalmente, también considera que se ha creado un halo de folclor y mito en torno al mezcal.

## Últimas reflexiones

Sin duda, crece el número de consumidores de mezcal. Algunos de ellos valoran sus técnicas de elaboración, otros aprecian su característico sabor, o tal vez por ambas razones al mismo tiempo. Lo que resulta paradójico es lo que describe Lázaro Pérez para el siglo XIX: los productores de tequila no echaban mano de los métodos modernos, porque se perdía el sabor particular de la bebida. Hoy, se busca colocarlo en el gusto de los consumidores utilizando las técnicas que paulatinamente se fueron abandonando en aras de mejorar el producto.

Después de realizar un recorrido histórico por los cambios que han sufrido ambos destilados de agave y de las entrevistas sobre las posturas de una y otra bebida, consideramos que aún no podemos contestar las preguntas planteadas. Mientras que los mezcaleros atribuyen su sabor al tipo de agave y a los antiguos métodos, los tequileros consideran el proceso como medio para controlar sabores e higiene. Creemos que habrá que dejar correr el tiempo para atestiguar la posición que ocuparán tanto el tequila como el mezcal en la preferencia de los consumidores de destilados de agave.

Lo cierto es que los antecedentes históricos indican que tuvieron que pasar más de cien años para que el tequila adoptara circunstancias particulares, como el uso de una sola clase de mezcal y el hecho de alejarse de los procedimientos tradicionales, abrazando paulatinamente los avances tecnológicos. Esto lo llevó a distanciarse de los sabores originales, sobre todo si pensamos en el abocado de la bebida (saborización) que la misma norma que los rige les permite.

En cuanto al mezcal, consideramos que es un producto relativamente nuevo en el mercado, que intenta crecer el número de consumidores, por lo que es probable que sus estrategias incluyan agilizar los procesos de producción, además de un ajuste en su sabor que lo haga accesible al gusto de todos los paladares, sobre todo pensando que el tequila le lleva por lo menos un siglo de delantera en el perfeccionamiento del aguardiente.

Creemos, asimismo, que es importante desmitificar algunos aspectos sobre los destilados de agave. Por un lado, dejar de percibir como sacrílego el uso de tecnología, en el caso del tequila, y por el otro, atribuirle cualidades a una bebida que es un producto de la modernización de la tradición.

Más allá de buscar una rivalidad entre las dos bebidas, consideramos que se abre una nueva opción para los consumidores de destilados de agave. Sin embargo, es

indudable que es necesario el conocimiento sobre lo que estamos bebiendo. Pensamos que falta educar al consumidor sobre los procesos de elaboración de ambos productos, es decir: que el consumidor sepa qué ofrece un destilado industrial y qué uno tradicional y ancestral, y entender por qué sabe a lo que sabe.

## **Bibliografía**

Castaños, Gabriel y Guadalupe López Lara, (1891), *Industria Mezcalera. Horno-Estufa y Molino para mezcal*, Guadalajara-Jalisco: Imprenta del “Diario de Jalisco”.

García Garza, Domingo, (2002) *La revolución mezcalera. Los destilados de agave y la invención del mezcal tradicional*, Michoacán: El Colegio de Michoacán.

Lozano Armendares, Teresa, 1995, *El Chinguirito vindicado. El contrabando de Aguardiente de caña y la política colonial*, México: Universidad Autónoma de México.

Pérez, Lázaro, (1992), “Estudio sobre el maguey llamado mezcal en el estado de Jalisco” en *Cuadernos de Estudios Jaliscienses*, Guadalajara: El Colegio de Jalisco.

Torre de la Torre, Federico, *Entre la quimera y la realidad. Industrialización y utopía social e Jalisco (siglo XIX)*, (2021), Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

# LOS TEMPLOS DEL BUEN BEBER Y EL BUEN COMER. CULTURA LÍQUIDA, PATRIMONIO ETÍLICO Y COMENSALIDAD EN CANTINAS TRADICIONALES DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

Federico G. Zúñiga Bravo

Dirección de Etnología y Antropología Social, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

Enrique Martínez Velásquez

Coordinación Nacional de Difusión, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

*“Un barrio se vuelve memorable gracias a sus bares legendarios.  
Sin ellos, las ciudades y sus habitantes serían únicamente almas muertas  
sedientas de un trago”  
J.M. Servín*

## Introducción

Trazar la historia de las cantinas tradicionales de la Ciudad de México tiene que ver con las transformaciones en cuanto a gustos, hábitos de consumo y tendencias culinarias, factores económicos y políticos, entre otros aspectos, que ocurren con mayor celeridad en la fase del capitalismo actual, además de considerar los contextos o acontecimientos (ceremoniales-rituales, festivos-lúdicos, cívicos y sociales, etc.) en los que las bebidas etílicas son producidas, circulan se consumen y comparten, a la par de cumplir con determinadas funciones biológicas, culturales y simbólicas. Ello implica reconocer que su ingesta, al ser significada como un acto social (Cervantes, 2018), remite a espacios propios para su consumo, donde se establecen reglas y patrones específicos en cuanto a mediadores de la interacción social.

Es decir, el consumo de bebidas espirituosas se vincula en términos sensoriales y emocionales, a determinadas situaciones y lugares que contienen una gran carga afectiva e identitaria, con reminiscencias de un pasado glorioso, como ocurre en este caso con las cantinas tradicionales de la capital del país. Dichas cantinas se encuentran asociadas al momento histórico y sociocultural, en el que se suscitan significativas transformaciones del espacio urbano de esta metrópoli, de manera particular en el centro histórico, porque permanecen también como referentes de la memoria colectiva, el recuerdo, lo anecdótico y la oralidad, aspectos que dan sentido a la trayectoria histórica y nostálgica de esta urbe:

Las cantinas del Centro Histórico, vivas y desaparecidas, quedan cerca de aulas universitarias del pasado, de librerías de viejo y nuevo, de variados y numerosos museos, imprentas, amén de los edificios públicos y comercios convencionales, en fin, hay toda una historia por narrar en ellas entre la bohemia y el patrimonio cultural del Centro Histórico de la Ciudad de México (Ruíz, 2013: 153-154).

Por ello, escribir una historia de las bebidas -antiguas y nuevas, populares y refinadas- (Braudel, 1994) implica por igual hablar de los lugares y espacios predilectos para consumirlas. Intentar recuperar y reivindicar la historia de las antiguas cantinas capitalinas tiene que ver, precisamente, con esos cambios, algunos de ellos abruptos, en los que su reconversión o desaparición se relaciona con una serie de fenómenos propios de las metrópolis del siglo XXI.

Ante el constante riesgo por la desaparición de estos espacios patrimoniales, y de una dinámica social que las identifica de manera particular con la cultura popular de la Ciudad de México y su centro histórico, es menester señalar que dicha problemática se relaciona, en este caso, con la falta de apoyos a políticas culturales que fomenten la visita a bares, cantinas y pulquerías como parte de una oferta cultural en la que se divulgue la importancia del patrimonio etílico (los espacios de producción, preparación, circulación y consumo) como un bien cultural que es importante preservar y difundir. Las cantinas son un patrimonio cultural (tangible e intangible) que no debe perderse, además de ser un patrimonio estrechamente vinculado con la alimentación, lo cual se relaciona con la amplia y diversa oferta de platillos que se preparan y ofrecen todos los días como parte del menú y la botana, y que sobresale como uno de los principales atractivos para asistir a estos sitios de gran valor histórico y sociocultural.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es analizar, a través de los conceptos de cultura líquida (Bauman, 2003; Quiroga, 2015) y patrimonio etílico, el valor patrimonial y social de las cantinas tradicionales del Centro Histórico de la Ciu-

dad de México, como espacios que contribuyen, por un lado, a la conservación de la memoria y, por el otro, a la configuración del paisaje urbano-cultural de la ciudad. La ingesta de bebidas alcohólicas y alimentos, estos últimos servidos bajo la categoría de “botanas,” podemos decir que “condimenta y da sabor” a la interacción de los diversos actores sociales en términos de comensalidad, considerada esta última como un elemento esencial en la conformación de estos sitios patrimoniales. Por tanto, se privilegia el papel de la observación participante y la etnografía como principales herramientas de registro, que en el caso presente, se ha llevado a cabo de manera intensiva en el interior de la cantina La Faena, como estudio de caso.

### **Marco teórico-metodológico**

Esta investigación da cuenta, desde la etnografía, sobre la importancia de las relaciones sociales y entramados culturales que se tejen en espacios de esparcimiento y disfrute, como sucede en este caso con las cantinas, a partir del consumo de bebidas alcohólicas y alimentos. La ruta teórico-metodológica utilizada se basó en una primera fase en la revisión bibliográfica-documental, para privilegiar en una segunda etapa la observación participante y el registro etnográfico, visual y testimonial. El énfasis en las narrativas expresadas por la diversidad de actores sociales que en ellas confluyen (quienes ahí laboran, comensales, comerciantes y músicos ambulantes, entre otros personajes habituales) se enmarca en los dos conceptos antes mencionados para comprender y explicar el papel de las cantinas a partir de la comensalidad (consumo de bebidas, comida y sobremesa), como parte esencial de estas interacciones.

Para ello, se parte del concepto de cultura líquida como expresión de una sociedad que ha redefinido muchas de sus prácticas y representaciones a partir del lugar asignado al consumo de alcohol y los espacios para su consumo desde la perspectiva de la alimentación a lo largo del siglo XX, y que hoy en día permanecen vigentes (Quiroga, 2015), ya que el enfoque de la historia social y cultural del consumo ha contribuido en el estudio de diversos temas, como “los patrones de alimentación y rituales del mundo prehispánico, la construcción de la identidad, las tensiones políticas del siglo XX o la historia de la publicidad” (Quiroga, 2015: 17). De ahí la pertinencia en utilizar esta propuesta para analizar las cantinas tradicionales, en cuanto a su significación como espacios histórico-patrimoniales.

En ese sentido, el concepto de cultura líquida se complementa con la teoría de la liquidez de Zygmunt Bauman (2003), para quien el análisis de la modernidad,

el miedo, el amor y el consumo, por mencionar algunos de los temas en los que centró su atención en el marco de las sociedades contemporáneas, lo líquido es una metáfora de la flexibilidad y liberalización de los mercados, de lo efímero en la producción y consumo de mercancías.

Una modernidad que se diluye, al igual que las relaciones sociales, al privilegiar la individualidad por encima del sentido de comunidad. Y con ello la desaparición de lugares contenedores de la memoria histórica y colectiva por efecto, en el caso de las cantinas tradicionales, de la especulación inmobiliaria, la gentrificación y privatización del espacio público, además de profundizar la exclusión y desigualdad social de diversos sectores de la población, tal y como ocurre en la Ciudad de México, al igual que en otras ciudades y regiones del país, al ser vistas como espacios en constante transformación, donde los conflictos y disputas por el paisaje y el espacio urbano son explicados a partir de fenómenos como la gentrificación o la turistificación. Ambos conceptos son concebidos como procesos de transformación urbana y socioespacial que influyen en las diversas formas de vivir y habitar la ciudad, entendida esta última como la interrelación de los seres humanos y su entorno (Aguayo, 2017) al tratarse de “un conjunto de prácticas y representaciones que permiten al sujeto colocarse dentro de un orden espacio-temporal, al mismo tiempo reconociéndolo y estableciéndolo” (Giglia, 2012: 13).

A su vez, el concepto de patrimonio étlico representa una categoría analítica para describir las cantinas tradicionales como espacios arquitectónicos-históricos<sup>1</sup> en los que la cultura del consumo de bebidas alcohólicas y alimentos bajo la denominación de “botana del día” son los principales elementos cohesionadores de la comensalidad, la recreación y el ocio, además de constituirse en acervos de la memoria de la ciudad. Espacios que, a partir de su activación patrimonial, son consumidos y significados por igual bajo las modalidades del turismo gastronómico-cultural, desde hace 25 años aproximadamente.

Aunque el objetivo de este trabajo no es debatir la pertinencia de dichos conceptos, conviene destacar su inclusión para conformar un corpus teórico-metodológico en torno al estudio de este tipo de espacios, al igual que los bares, pulquerías, puestos de comida ambulante, fondas, cocinas económicas o restauran-

---

<sup>1</sup> Sitios de disfrute que aparecen con la intervención norteamericana, al estilo arquitectónico del viejo oeste con decoraciones victorianas, dando atmósferas muy ricas al mezclar los estilos eclécticos, art decó, art nouveau, neocoloniales, vernáculos o modernos que se fueron fusionando (Zermeño, 2019).

tes, entre otros, ya que contribuyen a ampliar las categorías analíticas en el ámbito de la antropología-etnografía, sociología e historia de la alimentación. Hay que tomar en cuenta que, hasta hace poco, había cierto desinterés en el ámbito académico para que estos lugares vinculados a la preparación y consumo de bebidas alcohólicas y variados platillos populares fuesen considerados como temas de estudio.

De manera que, como parte de la experiencia etnográfica, entre los espacios registrados<sup>2</sup> en este trabajo, se destaca la visita a la cantina La Faena, ubicada en la calle de Venustiano Carranza, entre las calles de Isabel La Católica y Bolívar.

### **Las cantinas: templos de la salud, el buen beber y el buen comer**

Si bien en el contexto latinoamericano, las bebidas etílicas han sido estudiadas principalmente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México a partir del rol que el alcohol juega en la sociedad, es necesario mencionar que constituyen por igual un elemento de partida para entender fenómenos de mayor magnitud, tales como cuestiones de identidad, clase, género, etnicidad, socialización, relaciones de poder, consumo y alimentación, por mencionar algunos. A ello hay que añadir el papel que cumplen como medio para explicar muchas de las tensiones y particularidades de la vida social (Quiroga, 2015), sin omitir las funciones que desempeñan igualmente los espacios sociales en las que son ingeridas. Espacios cuya carga afectiva, sensorial y emocional se asocian a una serie de valores (estéticos, históricos, científicos, funcionales, económicos) que les sitúa como referentes de una memoria que se resiste a fenecer, y que también delinea el rostro de las ciudades en cuanto a sus orígenes, desarrollo, expansión y transformaciones.

Al igual que las pulquerías, las cantinas, son consideradas como “templos de la salud y el buen beber y comer” (Argueta, 2017; Rodríguez, 2017). En el caso de las segundas, a partir de su presencia en México a mediados del siglo XIX<sup>3</sup>, con

---

<sup>2</sup> Otros lugares registrados fueron: 1. Cantina La Dominica –ubicada entre las calles de Belisario Domínguez y República de Cuba; 2. La Nueva Don León, situada en la calle de José María Pino Suárez; y 3. La Peninsular, que se localiza entre las calles de Corregidora y Talavera -en las cercanías del barrio y mercado de la Merced; y cantina La Potosina. Esta última localizada entre las calles de Jesús María y Moneda, en las inmediaciones del corredor comercial El Carmen-Correo Mayor.

<sup>3</sup> De acuerdo con Lugo (2017), con el fin de levantar un registro y regular el funcionamiento de las cantinas decimonónicas, una de las primeras licencias otorgadas por el presidente de México -Sebastián Lerdo de Tejada- en la Ciudad de México para el expendio de bebidas alcohólicas se le

lo cual han contribuido a la fisonomía de la Ciudad de México, al convertirse en espacios de reunión para diversos sectores de la población e influir en la vida urbana. Por consiguiente, representan material y simbólicamente lugares de memoria, identidad, convivencia y socialización, además de constituirse como espacios idóneos y exclusivos para la construcción y reafirmación de masculinidades (si se toma en cuenta que el acceso de las mujeres a las cantinas fue posible hasta 1982).

Distribuidas geográficamente en diversos barrios y colonias de la capital, muchas de ellas, emblemáticas y destacadas, han desaparecido por efecto de los cambios y retos a los que se enfrentan las grandes urbes. Sin embargo, el caso del Centro Histórico destaca por concentrar un buen número de estas, muchas de las cuales siguen resistiendo y reinventándose, con el fin de subsistir.

Es por ello que en los conflictos por la apropiación y reconversión de los espacios centrales (cascos y centros históricos), la creciente disputa por la cultura y el patrimonio urbano<sup>4</sup>, entre diversos actores privados, sociales y políticos, se gesta en un marco donde el ordenamiento territorial y el desarrollo urbano forma parte de la mercantilización (*hipsterización* de la economía, como la refiere Kendzior (2014) o blanqueamiento por despojo, para aludir con otros términos al proceso de gentrificación), al amparo de los discursos sobre la competitividad, sustentabilidad y gobernabilidad (Delgadillo, 2016). Se convierten, así, en lugares de interés, con el propósito de impulsar procesos de acumulación de capital a partir de la especulación inmobiliaria y las políticas públicas (urbanísticas y de ordenamiento territorial) que se promueven al cobijo de estas retóricas y se enuncian reiteradamente, pero sin efecto positivo alguno. Este hecho propicia el desplazamiento de las fronteras (de clase) urbanas (Moctezuma, 2021).

---

concedió a la cantina El Nivel (desaparecida en el año 2010), ubicada en la esquina norponiente de Palacio Nacional –en la planta baja de la segunda sede que ocupó la Real y Pontificia Universidad de México (cuyo inmueble pertenece actualmente a la Universidad Nacional Autónoma de México). De ahí que se le considere, en términos oficiales e históricos, como la primera cantina del país que operó con la licencia número 1.

<sup>4</sup> Tan sólo en el Centro Histórico de la Ciudad de México, se encuentran registrados 1.436 edificios históricos, ubicados en 668 manzanas y una superficie de 9,7 km<sup>2</sup>, lo que da cuenta del valor e importancia patrimonial en términos arqueológicos, artísticos, arquitectónicos, históricos y monumentales que llevaron a su inclusión en las Listas del Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO en 1987.

Hubo un tiempo en que la Ciudad de México fue “la ciudad de las cantinas”. De acuerdo con algunos censos de los primeros años del siglo XX, en lo que ahora llamamos “Centro Histórico” –que durante centurias fue la totalidad de la ciudad- y en sus alrededores (“la herradura de los tugurios”, así se motejó al cinturón cantinero que circundó la capirucha), había cerca de mil bebedurías y abrevaderos bajo el título de cantinas, bares o “salones” (Lugo, 2023: 20).

De tal modo que:

“[...] quien deseaba amenizar la tertulia al calor de la bebida espirituosa de su preferencia, tenía a su disposición un abundante surtido de tabernas, fondas, cervecerías, tiendas de abarrotes (que servían trago en uno de los extremos del mostrador, y que empezaron a ser llamadas vinaterías), tendajones y, desde luego, pulquerías” (Chávezmaya, 2013: 17).

Aunque el concepto tradicional de cantina ha cambiado por cuestiones de publicidad y competitividad frente a nuevos espacios de consumo de bebidas alcohólicas, y con ello la afluencia de otro tipo de clientes, hay que agregar la reconversión de muchos de estos sitios como neo-cantinas, neo-pulquerías, “antros”, “chelerías” y mezcalerías a partir de la presencia de diferentes comensales (jóvenes y turistas). Esto ha llevado a implementar diversas estrategias para sobrevivir a los efectos de la “antrificación” (Rodríguez, 2017), apropiación-privatización del espacio público y la especulación inmobiliaria en el Centro Histórico de la Ciudad de México:

Nuestra convicción ética y étlica es *defender las cantinas bien nacidas que aún conservan su carácter de templos del buen beber y del buen comer*, dos actos donde permanece nuestro espíritu histórico en lo que sentimos y pensamos, debe ser considerado patrimonio de la humanidad, un derecho humano vinculado a la convivencia en espacios donde se reivindica el *derecho al ocio creativo y recreativo*. Se hace constar que en la última década se ha acentuado, con mayor intensidad, el proceso de extinción de las cantinas de buena cuna, tanto por su desaparición total como la *antrificación*, proceso de crecimiento de otros giros conocidos como antros; por ejemplo, aquellos donde se vende cerveza sin botana o con botana deleznable (consistente en chatarra y/o guisos de pésima calidad), ruido musical a todo volumen en horarios prolongados, en el contexto de proliferación de negocios clasificados como “after”, donde la juventud se aglomera en ambientes donde prolifera la ausencia de sentido y goce espiritual que caracteriza los templos del buen beber y el buen comer (Rodríguez, 2017: 33).

## La comensalidad como expresión del buen beber y el buen comer en las cantinas

Desde el enfoque de los estudios antropológicos de la alimentación, la comensalidad ha sido estudiada a partir de las diversas maneras de compartir la comida, y en este caso las bebidas, por ser vista como un hecho social tanto en ambientes públicos, como privados (Aguirre, 2006; Maury, 2010). Es un factor crucial para fortalecer las interacciones sociales y la comunicación, pues al consumir alimentos y bebidas de manera grupal, la comensalidad es un elemento esencial que influye para estrechar los lazos de solidaridad del ser humano (Grignon, 2001).

A lo anterior, habría que resaltar la capacidad para educar el paladar como manifestación del gusto, es decir, más allá de ser una práctica casi exclusiva de la especie humana, el gusto de compartir la selección de ciertos sabores, texturas, olores, platillos y destilados, aunado a la elección de los contextos en los que se consumen, es parte de una experiencia estético-culinaria a través de lo que Korsmeyer (2002) denomina como el “arte de la comida”. De manera que “comer y beber con otros”, juntos y alrededor de una misma mesa como manifestación de comensalidad, ayuda a comprender las relaciones sociales mediadas por el disfrute e intercambio de alimentos y bebidas. Así, intervienen por igual gestualidades, valores, emociones y afectos a través de los sentidos para experimentar con aromas, texturas, sabores, sonidos, imágenes y lugares (contextos, circunstancias, situaciones) en los que se consumen. De este modo, y en conjunto, influyen por igual en el comportamiento social y corporal y, cabe agregar, en la apropiación del lugar.

Por tanto, la cantina, definida como ese espacio consagrado al consumo de bebidas espirituosas, además de posibilitar la interacción y socialización con otras personas a partir de comportamientos socioculturales que no serían aceptados en otros contextos (Stross, 1991, citado en Cervantes, 2018: 23), implica también una catarsis de los sentidos; una experiencia estética-colectiva en el arte de degustar y compartir la comida y la bebida.

Es aquí donde el papel de la cantina, significada como espacio histórico, estético y simbólico, ayuda a definir por igual los códigos de comportamiento alimentario donde “[...] el grupo social comparte y transmite sus valores y sentidos sociales, es decir su identidad cultural” (García, 2014: 219); en este caso una “identidad cantinera” entre los asiduos parroquianos, porque se está “compartiendo de modo placentero no sólo los sabores y gustos de los alimentos, sino la compañía misma” (Aguilar, 2017: 93):

A poca distancia del muelle empezaba una larga fila de mesitas portátiles en torno de las cuales tres o cuatro amigos discutían apasionadamente en medio de grandes carcajadas o de libres exclamaciones, o de comentarios picantes y agresivos sobre la nota política del día, pues el bar era el lugar sagrado en el que estaba permitido comentar todo [...] La más regalada hora del día era la hora del bar. Todo era fraternidad, concordia, simpatía, sentimientos que brotaban afines por el sólo hecho de entrar al bar, de beber en el bar, de frecuentar el bar (Campos [1935], 2013: 46).

A su vez, no es casual que en los estudios sociales sea más frecuente el análisis de los procesos alimentarios en tiempos y espacios explícitamente especificados, y que la comensalidad sea vista como un lenguaje cultural respecto a los modos, tiempos, sabores y protocolos establecidos en el interior de los sistemas de alimentación que cada sociedad determina.

Por ejemplo, las comidas de cantina, “botana del día”, se organizan y sirven en tiempos por cada bebida pedida, en donde se comienza con platillos pequeños hasta llegar a los platos principales de los cuales, entre los más populares, están el caldo de camarón, caldo tlalpeño, tacos fritos rellenos de diferentes guisos, frijoles charros, mole verde, enchiladas, chamorros, sopes, paella, mojarra frita, chicharrón en salsa verde o roja, entre otros manjares populares. A su vez, cabe considerar también los ritmos o tiempos que pautan las horas destinadas a la preparación, y a la llegada de la clientela para empezar a brindar el servicio de alimentos en las mesas:

Desde el primer vaso de cerveza preguntaba solícito el mozo qué bocado gustaba el señor que le fuera servido, y hecha la elección por el bebedor, volvía el criado con un platillo de ternera al horno, o de pescado huachinango a la veracruzana, o de pavo también al horno, bocados que le eran obsequiados sin cobrarle nada por ellos, y a los que el bebedor correspondía con una propina esplendida (Campos, [1935] 2013: 47).

En este sentido, la comensalidad puede interpretarse como una gramática alimentaria basada en la cultura y bajo una dinámica social e histórica específica: ya sea comer en familia, en una ocasión festiva o ceremonial, por cuestión de trabajo o negocios o, en el caso de este análisis, explayar el arte del buen comer y el buen beber en las cantinas a través de la conversación y el departir con los amigos:

Todo en el bar era cortesía, caballerosidad, reciprocidad y camaradería [...] El bar, por esta circunstancia, era el lugar donde se iniciaban las amistades, se afianzaban las alianzas, se ventilaban los negocios, se resolvían fácilmente los problemas, se allana-

ban las dificultades para que todo terminara bien; y, por tanto, era una institución que, aunque trasplantada, había arraigado y era necesaria en la vida mexicana (Campos, [1935] 2013: 47).

## La experiencia etnográfica de observar y registrar cantinas: La Faena

Como se enunció en apartados anteriores, a partir del registro etnográfico-visual-testimonial, se destaca la importancia y valor patrimonial y social de las cantinas al centrar la atención en las dinámicas sociales que se producen en el interior de dichos inmuebles por medio de la comensalidad. Allí, la asistencia y convivencia entre clientes, más allá de ser una coincidencia aleatoria y ocasional, representa un punto de encuentro que alimenta su cotidianidad, de compartir sus formas de habitar y vivir la ciudad, de experimentar su entorno, de mantener y alimentar la memoria individual y colectiva.

Para el caso de esta investigación, se describe la visita a la cantina La Faena como parte de las particularidades que se identificaron en el trabajo de campo mediante la aplicación de entrevistas, descripción y observación participante: antigüedad, ubicación, variedad de botanas que sirven, número de personal que labora en ellas, diseño interior y arquitectónico, dimensiones del espacio que ocupan para el servicio y atención, personajes y tipo de comensales.

### *La Faena: la tauromaquia hecha museo-cantina*

Sobre la calle de Venustiano Carranza, número 49, y a unos cuantos pasos de otros dos establecimientos cuyo giro es también el expendio de bebidas alcohólicas y alimentos (Bar Mancera y El Gallo de Oro<sup>5</sup>), se encuentra la cantina La Faena. Fue fundada en 1954 como lugar donde se reunían los integrantes de la Asociación Mexicana de Novilleros<sup>6</sup>, y hoy en día se mantiene en el gusto y preferencia de nuevos consumidores-parroquianos gracias a su temática de cantina-museo taurino, como uno de sus principales atractivos<sup>7</sup>; todo ello, aunado a sus

---

<sup>5</sup> Cantinas que, junto a la extinta El Nivel, ostentan ser las primeras de la Ciudad de México gracias a sus orígenes decimonónicos, tras obtener las primeras licencias para operar.

<sup>6</sup> Si se considera que la tauromaquia llegó a ser vista como el espectáculo nacional preferido de los mexicanos, tal y como afirmaba Serguei Eisenstein en su filme “¡Qué Viva México!” (1933), lo que da cuenta de la importancia que tuvo en la construcción de la “Mexicanidad”.

<sup>7</sup> Cabe mencionar que estas cantinas –La Faena y Bar Mancera– se ubican en el antiguo Palacio del Marqués de Selva Nevada, el cual se transformó y adecuó arquitectónicamente para albergar el bar,

módicos precios en su menú de platillos y bebidas y la algarabía producida, sobre todo, los fines de semana cuando las mesas lucen abarrotadas por la gran afluencia de comensales, principalmente de jóvenes que trabajan en los negocios y comercios próximos al local, como los que estudian en escuelas de la zona, o bien porque acordaron reunirse ahí para “conbeber”. Lo mismo ocurre con los turistas extranjeros que pernoctan en los hoteles y hostales cercanos, a quienes se les recomienda visitarla como parte de sus itinerarios para conocer los sitios más icónicos y representativos del Centro Histórico. O bien porque optaron en integrarse en alguno de los múltiples tours o circuitos organizados para recorrer algunas de las cantinas más emblemáticas de este punto de la ciudad.

De manera que un viernes o sábado por la tarde, si la cantina no fue reservada para un evento privado (conciertos de música *rockabilly*, electrónica o surf, bazares de diseño gráfico-industrial y artesanal, o para celebrar un cumpleaños o algún otro festejo social<sup>8</sup>), el jolgorio y barullo producido por las conversaciones y risas de la clientela, del constante ir y venir de Don Camilo<sup>9</sup> y su equipo de meseras y meseros para atender con prontitud y actitud servicial las numerosas mesas, ocupa el gran salón. El constante ajeteo complementa el ambiente amenizado por los sonidos que se desprenden de una rocola digital, en la cual, por sólo diez pesos, es posible seleccionar y reproducir todos los géneros musicales de antaño y de moda para propiciar el baile y la candela: bolero, corridos norteños, rancheras, cumbia, salsa y merengue, rock y música regional mexicana (banda y corridos tumbados).

En cuanto a los alimentos y bebidas que se preparan y sirven, desde hace más de treinta años Doña Eudoxia Hernández, a pesar de no ostentar la etiqueta de chef o mayora, deleita el paladar de todo aquel que acude a La Faena a mitigar su sed y compartir plácidamente el trago y la conversación. Además de la sopa azteca

---

al ser adquirido en 1865 por el ingeniero Gabriel Mancera. Un lugar que ya era frecuentado por políticos e intelectuales de la época. En 1921 empezó a funcionar como hotel, hasta 1979, cuando cerró definitivamente sus puertas. Poco después sería adquirido por el Sindicato de Empleados del Departamento del Distrito Federal, de ahí que la entrada a éste se encuentre flanqueada en ambos lados por estos establecimientos.

<sup>8</sup> Todo ello como parte de las estrategias para solventar el mantenimiento y permanencia del lugar, adquisición de insumos para la preparación alimentos, cócteles y otras mixturas etílicas, y pagar los salarios de aproximadamente unas quince personas que en ella laboran (meseros y meseras, bartender, cocineras, cajera, personal de limpieza y vigilante).

<sup>9</sup> Nombre ficticio para quien amablemente nos permitió tomar fotografías y realizar las entrevistas con algunos de los comensales, y su equipo de colaboradores.

(sopa de tortilla) y el molcajete de carnes, entre otros variados platillos que prepara con gran destreza, destacan las ya famosas quesadillas de papa, cubiertas con una generosa capa de lechuga, espolvoreadas con queso de baja y dudosa calidad (“queso plástico”, le dicen algunos) y bañadas por una salsa verde bien sazonada con ajo y cebolla. Estas suelen ser el platillo fuerte para complementar los desbordantes platos de frituras de harina y cacahuates estilo español que se sirven de manera obligada en todas las mesas, a cualquier hora del día<sup>10</sup>.

Así, esta santísima trinidad conformada por quesadillas, frituras y cacahuates representan las principales botanas que se sirven diariamente, las cuales no se cobran en el consumo de las bebidas. De ahí que sean los platillos más degustados y solicitados para acompañar una fría “Tongolele”<sup>11</sup>, nombre que reciben las copas esféricas, conocidas popularmente también como “bolas” y con capacidad de 500 ml, en las que se sirven habitualmente cervezas clara, oscura o campechanas (mezcla de cervezas clara y oscura), cuya combinación de bebida y comida las vuelve distintivas de esta cantina.

Cabe señalar que la mayoría de las cantinas tradicionales en la Ciudad de México, como en otras ciudades del país, están planeadas y diseñadas arquitectónica y espacialmente de maneras similares: asentadas en inmuebles antiguos, algunas desde mediados del siglo XIX, presentan desde su entrada sus tradicionales “puertas cantineras de dos hojas”, una barra de madera y otros acabados, una vitrina al fondo en donde se muestran las botellas de licores, caja registradora que en muchos casos es antigua también (aunque ya no esté en funcionamiento), bancos para la barra, mesas dispuestas en el salón, y en algunos lugares cuentan también con rocola. Así, otro aspecto a destacar en el caso de La Faena es el diseño arquitectónico y la decoración del lugar, cuya descuidada y abandonada museografía dedicada a la tauromaquia, figura como uno de los principales atractivos de la cantina.

---

<sup>10</sup> A diferencia de otras cantinas, donde la dinámica entre bebida y comida de cantina, o botana, se encuentra pautada por los horarios y los días en los que cada establecimiento se especializa al momento de ofrecer el menú del día o plato principal. La clientela reconoce “días especiales” en los que bien se pueden servir chamorros, paella, menudo o caldo de camarón, entre otros platillos, entre los que se dan cita para tal degustación.

<sup>11</sup> “Tongolele”, también conocida como la “Diosa Pantera”, fue el nombre artístico de Yolanda Yvonne Montes Farrington, bailarina exótica, actriz y vedette que destacó en los principales salones y cabarets de la Ciudad de México a fines de 1940 y principios de 1950, por sus movimientos cadenciosos, lo que la llevó a participar en numerosos filmes de la época de oro del cine nacional.

Ejemplo de lo anterior son las pinturas de gran dimensión colocadas en la entrada del amplio pasillo que conduce al salón principal, así como las que se ubican en su interior. Óleos alusivos a los campos donde se crían toros de lidia, así como escenas de la fiesta brava, resguardan los muros en los que destaca por igual la yesería abigarrada incrustada en los techos, con voluminosos pechos de paloma. Mientras que las paredes que flanquean la prominente barra donde se preparan y sirven las bebidas se ubican sendos anuncios luminosos -aunque ya no funcionan- que promocionan la “Cerveza Negra Modelo de barril” y la “Cerveza Corona Extra de barril”. Todo ello, a la par de los carteles que anunciaban las corridas de toros en la Plaza México, principal recinto en la Ciudad de México para el ceremonial taurino, y las vitrinas sucias y opacas que resguardan maniqués ataviados con trajes de luces, capotes y banderillas, representando a toreros famosos de la época como Manolete, Silverio Pérez o Armillita.

Asimismo, merece atención observar con detenimiento los resplandecientes azulejos vidriados de color azul y blanco con motivos florales que adornan el ya mencionado pasillo por el que se ingresa al local, ya que en algunos es posible encontrar escritas frases populares, refranes, moralejas y reflexiones filosóficas y literarias relacionadas con la cultura etílica y el arte del beber. Aquí algunos ejemplos:

“Para el catarro, el jarro; y si no se quita, la botellita”

“Desprecio con aguardiente, desprecio que no se siente”

“Soy hijo de buenos padres y me crié entre los magueyes, yo tomo buen pulque y no agua como los bueyes”

La Faena bien puede semejar a un antiguo gabinete de curiosidades o bazar de antigüedades, gracias a todos los elementos decorativos y arquitectónicos que la presentan como un espacio detenido en el tiempo. Una suerte de estética kitsch que, más allá de su historia, la lleva a figurar como su principal recurso a ofertar en calidad de cantina tradicional, cuya atmósfera lúgubre, decadente y arrabalera es en lo primero que repara el espectador al ingresar al lugar. De ahí que sean los aspectos más apreciados y fotografiados por quienes la visitan:

[...] mientras el Bar Mancera conserva el espíritu de hombre elegante de los años veinte con monóculo y whisky en mano, La Faena, sin afán ni pretensión de modernizarse, da paso al descascaramiento de los pósters taurinos, las vitrinas de trajes de luces que decoran el lugar y permite que convivan tranquilamente teléfonos de ma-

dera empolvada de inicios del siglo XX con sillas y mesas de plástico, la caja registradora que triplica la edad de los asistentes más jóvenes, óleos de temas taurinos y un altar a la virgen de Guadalupe que está enmarcada por una serie de foquitos que se pudo haber escapado de algún árbol navideño para alumbrar la vitrina guadalupana (Villavicencio, 2012: 1).

Lo descrito en líneas anteriores permite entender por qué esta cantina se ha vuelto uno de los lugares referenciales en los tours y recorridos cantineros que se promocionan en redes sociales, guías de viaje para conocer la Ciudad de México, y también por parte de gestores y promotores culturales y, cabe añadir, a partir de la libre elección individual por parte de las nuevas generaciones de comensales que asisten con regular frecuencia, si se toma en cuenta la vasta oferta de establecimientos para la venta de bebidas embriagantes que en los últimos años ha proliferado en las inmediaciones del Centro Histórico<sup>12</sup>:

Frecuento La Faena por estar cerca de mi trabajo (oficinas centrales del Gobierno de la Ciudad de México), en compañía de amigas y amigos. Me gusta por la atmósfera que emana, producto de todos los que asisten, en especial los viernes y sábados cuando coinciden con las fechas en las que se paga la quincena, lo que motiva a que llegue mucha gente. Es un lugar donde te puedes relajar, disfrutar de una buena cerveza, bailar, platicar y divertirte, y de paso apreciar la historia plasmada en sus paredes. Venir aquí es como estar en una cápsula del tiempo (Carlos, 26 años. Artista gráfico y empleado de gobierno, julio de 2023).

Este fragmento testimonial, expresado por uno de estos asiduos comensales en pleno siglo XXI, no parece distar de la preferencia y elección de la juventud decimonónica y de inicios del siglo XX, cuando la cantina representó un escenario ideal en la búsqueda de experimentar a flor de piel la bohemia y modernidad emanada de la “*belle époque* a la mexicana” -influencia del estilo de vida “afrancesado”, principalmente parisino, que buscó replicar el presidente y dictador Porfirio Díaz en la Ciudad de México- a la par del interés por ejercitar la conversación y el debate en aras de “poner en práctica una actitud mental “cosmopolita y exorcizante”, además de celebrar, entre otras cosas el “rampante esteticismo” (Lugo, 2023: 20). A todo ello, se agrega la curiosidad y atracción que despertaban las

---

<sup>12</sup> Ejemplo de ello es la calle de Regina, que se propuso como un andador cultural con el fin de privilegiar el tránsito peatonal. Sin embargo, hoy en día es uno de los espacios del centro histórico que concentra numerosos giros destinados al expendio de alimentos y bebidas (café, restaurantes y, sobre todo, chelerías), cuyos principales consumidores son jóvenes que buscan opciones económicas para divertirse y beber, sin importar la calidad del servicio, las bebidas y los alimentos.

cantinas para los viajeros extranjeros que visitaban la “Ciudad de los Palacios”. Salvador Novo, el cronista por excelencia de la Ciudad de México, lo describe de la siguiente manera:

[...] Desde hace algún tiempo; quizá desde que los turistas introdujeron la costumbre de ir de *slumming*, o sea de parranda por los barrios bajos supuestamente peligrosos (como dicen que hacían en París para asustarse con los apaches), se han puesto de moda dos lugares ya internacionalmente rivales en fama: el *Ciro's*, un tequilero Tenanampa que es taberna con mariachis próximo al ex Garibaldi que hoy es el Follies y vecino de los cabarets Agua Azul y Guadalajara de Noche –y un Leda de por el rumbo de los Doctores a que concurren para vivir la sencilla ilusión de que en haciéndolo son muy refinados y decadentes, muestrarios surtidos de la literatura, la pintura y el diletantismo capitalinos. Beben cubas-libres, se desvelan, bailan, creen divertirse con los *pelados* que, en realidad, son quienes se divierten con verlos (Novo [1946] (2013): 79).

#### **“La última y nos vamos”: Conclusiones**

Aunque este trabajo focaliza su atención en las cantinas tradicionales del Centro Histórico de la Ciudad de México, es importante reconocer cómo las dinámicas de estos establecimientos y sus comidas y bebidas adquieren particularidades especiales en cada estado, colonia, zona y región, integrando los gustos y sabores locales a su menú de bebidas y botanas, lo que da cuenta de la diversidad culinaria, sociocultural urbano-popular, de la capital mexicana.

A partir de significar las cantinas como espacios históricos -pero también como espacios activos y colectivos para compartir la bebida, la comida, la charla y el disfrute- es menester señalar por igual su valor social y patrimonial como bienes culturales en vías de extinción. Las principales causas de esta última son el incremento de las rentas -debido a que muchos de los locales que ocupan no son propios-, cambios en los patrones de consumo, brecha generacional entre viejos y nuevos parroquianos, costos en los insumos y su posterior venta al público, atención al cliente, o preferencias por acudir a otro tipo de sitios para la recreación y el ocio relacionados con la cultura del consumo del alcohol, entre otros factores. Ello se articula con otros procesos y transformaciones urbanas, enunciados con anterioridad: antrificación, turistificación, gentrificación y especulación inmobiliaria; además de competir con otros establecimientos mercantiles que también expendan bebidas alcohólicas (restaurantes, mezcalerías, “chelerías”, neo-pulquerías, cocinas económicas, etc.).

Así, la valoración de las cantinas remite a nuevas formas de consumir el patrimonio étlico, en el marco de lo que hemos definido como cultura líquida, pero también a partir de insertarse en una economía de signos y espacios (Lash y Urry, 2002). Es decir, en un espacio global donde su puesta en valor como recursos para el turismo gastronómico y cultural las sitúan dentro de una economía patrimonial.

Lo anterior permite visibilizar por igual el tipo de políticas públicas (urbanas) que modifican no solo la imagen y el paisaje citadino, sino las maneras de relacionarse entre los habitantes que persisten en dichos lugares. Dichas relaciones se configuran en la convivencia y socialización de distintos espacios en diferentes momentos, siendo los instantes de ocio importantes para la interacción. De ahí que incidan por igual no sólo en las nuevas formas de consumir estos espacios étlico-patrimoniales, sino también en nuevas formas de uso y apropiación de la ciudad (Aguayo, 2017); en nuevos modos de habitarla, vivirla.

“No hay cantinas sin historias”, refiere el escritor Marco Aurelio Chávezmaya (2013). Así, nos dice que: “Convivir en una cantina es “conbeber”. Conbeber es beber y platicar civilizada y amistosamente mientras se engarzan los recuerdos y las anécdotas -y desfilan las botanas-” (Chávezmaya, 2013: 28). De manera que es en estos espacios donde es posible construir y reforzar los vínculos sociales como expresión de esa memoria viva, cuya permanencia y resistencia se da a través de quienes siguen acudiendo a ellas religiosamente, pero también para esos nuevos consumidores que las han elegido por los numerosos rasgos descritos en párrafos anteriores. Son lugares donde las viandas que se preparan cotidianamente para ser parte de la “botana del día”, son parte por igual del disfrute, la convivencia/con-bebencia, y fraternidad. Como manifestación de la comensalidad.

Es por ello por lo que, en términos de política pública (políticas culturales, sociales, económicas y urbanísticas), esto debería obligar a pensar en estrategias de protección y salvaguardia de estos espacios patrimoniales, como ha ocurrido de manera reciente con otras prácticas y bienes culturales-naturales y alimentarios representativos de la cultura popular y la identidad de la Ciudad de México, ya que:

La desaparición de una cantina significa la pérdida de un cúmulo de historias, un sitio de esparcimiento, además de lo que representa en términos de empleo para cocineras, meseros, cantineros, administradores, pero también para músicos, boleros, vendedores de billetes de lotería. Cerrar una cantina es más que bajar la cortina de un local... Se pierde un tesoro cultural (Ruíz, 2013: 158).

## Bibliografía

Aguayo, A. (2017). Nuevos escenarios urbanos. Políticas públicas y sentido de pertenencia en la ZMVM, México: UAM-I/Ediciones del Lirio.

Aguilar, P. (2017). “La comensalidad. Estructura de la vida material a propósito de las prácticas de alimentación y la cultura en comunidades del Istmo”. En *Cocina tradicional y popular del Istmo. Ensayos*. México: Secretaría de Cultura Federal-Programa de Desarrollo Cultural del Istmo, pp. 93-109.

Aguirre, P. (2006). “Qué puede decirnos una antropóloga sobre alimentación. Hablando sobre gustos, cuerpos, mercados y genes”. En *Memorias del 5º Congreso Internacional de Cardiología*, Instituto de Altos Estudios Sociales-Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires, Argentina.

Argueta, J. (2017). “Las cantinas. Templos de la salud”. *Crónicas y leyendas mexicanas* (13), pp. 50-56.

Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Braudel, F. (1994). *Bebidas y excitantes*. México: Alianza Editorial-CONACULTA.

Campos, R. [1935] (2013). *El bar, lugar de reunión de los mexicanos*. En Chávezmaya, A. (Comp.), *Contra las muchas penas. Bares y cantinas de la Ciudad de México*, México: Uva tinta Ediciones, pp. 45-49.

Cervantes, E. (2018). *Reproducción social y cultura en torno al consumo del alcohol. El caso de una cantina tradicional en la ciudad de Querétaro*. Tesis de Maestría en Estudios Antropológicos en Sociedades contemporáneas, México: Universidad Autónoma de Querétaro.

Chávezmaya, A. (2013). *Contra las muchas penas. Bares y cantinas de la Ciudad de México*, México: Uva tinta Ediciones.

Delgadillo, V. (2016). *Patrimonio urbano de la Ciudad de México. La herencia disputada*, México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

García, M. (2014). "Comensalidad". *Revista del Hospital de Niños* (55), pp. 219-220. Recuperado de <http://revistapediatria.com.ar/wp-content/uploads/2014/12/03-255-Comensalidad.pdf>

Giglia, A. (2012). *El habitar la cultura. Perspectivas teóricas y de investigación*, México: UAM-I/Anthropos.

Grignon, C. (2001). "Commensality and social morphology: an essay of typology". En Scholler, I. (Ed.), *Food, drink and identity-cooking, eating and drinking in Europe since the middle ages*, Oxford: Peter Schollier, pp.23-33.

Kendzior, S. (2014). *Gentrificación: los peligros de la economía urbana hípster*. Arch Daily. Recuperado de [https://www.archdaily.mx/mx/757323/gentrificacion-los-peligros-de-la-economia-hipster](https://www.archdaily.mx/mx/757323/gentrificacion-los-peligros-de-la-economia-urbana-hipster)

Korsmeyer, C. (2002). *El sentido del gusto. Comida, estética y filosofía*, Barcelona: Paidós.

Lash, S. y Urry, J. (1998). *Economía de signos y espacio*, Buenos Aires: Amorrortu.

Lugo, R. (2023). "Brevísimo repaso por la historia de las cantinas". *Km Cero. Revista cultural sobre el Centro Histórico de la Ciudad de México* (179), pp. 20-23.

Maury, E. (2010). *Ritos de comensalidad y espacialidad. Un análisis antroposemiótico de la alimentación*. *Gazeta de Antropología* 26 (2). Recuperado de <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=1805>

Moctezuma, V. (2021). *El desvanecimiento de lo popular. Gentrificación en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. México: El Colegio de México-CIESAS.

Novo, S. [1946] (2013). *Regalos, ocasiones de contento*. En Chavézmaya, A. (Comp.), *Contra las muchas penas. Bares y cantinas de la Ciudad de México*, México: Uva tinta Ediciones, pp. 77-79.

Quiroga, S. (2015). *Cultura líquida. Transformación en el consumo de bebidas alcohólicas en Bogotá, 1880-1930*. Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Rodríguez, D. (2017). “Espacios de gula y gozo”. *Crónicas y leyendas mexicanas* (13), pp. 31-42.

Ruíz, A. (2013). Vida, agonía y muerte de las cantinas del Centro Histórico de la Ciudad de México. En Chavézmaya, A. (Comp.), *Contra las muchas penas. Bares y cantinas de la Ciudad de México*, México: Uva tinta Ediciones, pp. 153-163.

Villavicencio, P. La Faena (16 abril de 2012). Time Out. Recuperado de <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/antros-bares/la-faena>

Zermeño, S. Las cantinas de México y su arquitectura (18 de junio de 2019). PRO Z. Recuperado de [https://proleon.com.mx/estilo\\_de\\_vida/las-cantinas-de-mexico-y-su-arquitectura/](https://proleon.com.mx/estilo_de_vida/las-cantinas-de-mexico-y-su-arquitectura/)



*II. La alimentación y las cocinas en sus  
contextos sociales*



# ELEMENTOS QUE CONFORMAN UNA COCINA DE CALLE: EL CASO DE HERMOSILLO (SONORA, MÉXICO)

Juana María Meléndez Torres  
Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD)

Adriana del Carmen Bautista Hernández  
Universidad de Colima

## Introducción

Dentro del acelerado cambio alimentario que se ha suscitado a partir de las últimas décadas del siglo xx, el comer fuera de casa se volvió una práctica común en la mayoría de las sociedades, pero con diferencias muy marcadas en cada una de ellas. Cabe mencionar que esta práctica no es propia de la sociedad moderna, sino que es un fenómeno tradicional con características específicas que varían de acuerdo con cada contexto (Mennell, Murcott & Otterlo, 1992). Lo que sí es un hecho es que esta práctica ha cambiado conforme se han modernizado las sociedades y que responde a cambios sociales y culturales de mayor alcance, como son la globalización alimentaria, la incursión de la mujer al mercado laboral, la urbanización acelerada, el cambio en los horarios laborales y de ocio, la industrialización o las tecnologías de comunicación, entre otras.

Para Beaugué (2012) este fenómeno globalizante ha contribuido a la llegada de nuevas manifestaciones culinarias con características propias en cuanto a la oferta alimentaria, las técnicas y métodos de preparación, dinámicas de servicio y normas de comensalidad. Dichas manifestaciones han implicado cambios en los comportamientos, actores, espacios, así como de las representaciones culturales

que se asignan en torno a los alimentos, el comer o la culinaria, influyendo incluso en las relaciones e interacciones que suceden entre los distintos actores.

El incremento del hecho de comer en la calle puede responder a estas nuevas maneras de estar en sociedad, a situaciones más flexibles e inmediatas para resolver la alimentación diaria, pero también a la socialización misma y al ocio. En este sentido, la práctica de comer en la calle hace referencia a una colectividad y cuenta con una regulación propia (Hardt, 2010). A la vez, imparte una función revitalizadora de ciertos espacios urbanos, reanimando la cultura urbana al tiempo que favorece la diversidad social y la interacción entre los distintos grupos sociales (Larcher & Camerer, 2015).

Históricamente se reconoce que en México hay una larga tradición de comida de calle. De acuerdo con Janet Long (2007), en la Ciudad de México la comida de la calle es una costumbre prehispánica, en la cual existían diversos vendedores de comida que se instalaban cerca del mercado y ofrecían una gran diversidad de comidas cocidas, así como salsas picantes; esta tradición continuó en el México colonial, y en la actualidad se ha incrementado su presencia tanto en la capital como en el resto del país.

Hay una gran diversidad de definiciones de comida de la calle (Tinker 1997; Fila & Smith, 2006; Long-Solís, 2007). De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la comida de la calle comprende los “alimentos y bebidas listos para el consumo, preparados y/o vendidos por vendedores ambulantes, especialmente en las calles y otros lugares similares” (FAO, 1990). A partir de esta definición, algunos autores hacen adecuaciones de acuerdo con el contexto de estudio. Para Long (2007), lo que caracteriza la comida de la calle es la informalidad de los que venden los alimentos en la vía pública, así como la forma y el tipo de lugares donde se expende. Esta definición se vuelve limitada en algunos contextos actuales, ya que se ha diversificado la oferta y el consumo de calle en las últimas décadas, por diversos motivos, pero muchos de ellos responden a una nueva lógica comercial y de turismo, en donde la calle se ha vuelto un espacio de recreación y de convivencia, además de consumo.

En diversos estudios hemos visto que la comida que se vende en la calle forma parte importante del sistema alimentario urbano, ya que lo que ahí se vende está listo para el consumo y contribuye a que las personas en movilidad satisfagan su hambre, como lo menciona Hayden (2021), quien propone que este tipo de comidas en la calle contribuye a la seguridad alimentaria de las poblaciones urba-

nas; así, también, como parte del desarrollo sustentable de las ciudades (Panicker y Priyab, 2020). Sin embargo, también es un espacio para el antojo, para la recreación en el espacio de calle, sobre todo en horarios vespertinos y nocturnos, como lo que encontramos en el norte de México (Bautista y Meléndez, 2020).

Como práctica actual, creciente y dinámica, la comida de calle se percibe como una expresión de identidad de gran “circulación”, un rasgo y práctica cultural que distingue a una sociedad de otra o a un grupo social de otro. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), 2.500 millones de personas comen comida callejera en todo el mundo, de forma cotidiana.

De manera tradicional, las preparaciones de la comida de la calle partían del ámbito privado, doméstico, que salía al espacio público para ser comercializada y cuyas representantes principalmente eran las mujeres (Tinker & Cohen, 1985; Meléndez y Cañez, 2009). Sin embargo, en las últimas décadas, la oferta culinaria de la calle se ha complejizado, ya no son sólo las preparaciones de tipo tradicional, sino que ha estado influenciada por fenómenos como el fast food, la gastronomización y la gourmetización. La popularidad de nuevos productos, técnicas y preparaciones; así como el acondicionamiento de nuevos espacios de preparación y consumo, modificaciones en la estructura culinaria de este tipo de comidas, responden a la transformación del comensal moderno.

Consideramos que este tipo de espacios alimentarios y culinarios en la calle han sufrido cambios, sobre todo en las últimas décadas, en donde se observa una gran variedad de preparaciones culinarias, de espacios para el consumo y la convivencia alrededor de la comida, de infraestructura callejera que impacta también en la parte culinaria. Este espacio permite que se preparen en el mismo lugar de calle nuevas creaciones, se innova en las técnicas y recetas, en el saber hacer propio de un espacio reducido, que se da de manera casi simultánea y en presencia del comensal, ya que hay una conexión muy cercana entre éste y la persona que prepara los alimentos, y es a través de esta interacción que el comensal es quien propone y sugiere nuevas preparaciones, mezclas, sabores, y el espacio de calle permite esa flexibilidad (Bautista y Meléndez, 2020).

Anteriormente, la comida que se ofrecía en ese espacio provenía en su mayoría del ámbito privado, y las preparaciones tradicionales más comunes eran las que por diversos motivos se expendían en la calle (Meléndez y Cañez, 2009). Partiendo de estas premisas, y desde el punto de vista cultural y gastronómico, proponemos que hay una culinaria y una sociabilidad específica en este espacio social de

consumo y de recreación, y que todo ello conforma una cocina de calle. Desde estas perspectivas, el objetivo de este trabajo es analizar las prácticas gastronómicas y culinarias que se llevan a cabo en los lugares de comida de calle en la ciudad de Hermosillo, identificando los distintos elementos que favorecen la conformación de una cocina de calle que modifica, adecúa y reconfigura sus componentes según las necesidades y condiciones que la rodean.

## Los espacios públicos en el contexto urbano

Sennet (2011) definió una ciudad como el asentamiento humano en donde los extraños tienen probabilidades de conocerse, pero solo como un suceso momentáneo sin pasado, sin preparación previa, sin futuro ni continuidad. Dentro de este sitio, la civilidad es una característica del entorno social que se aprende de forma individual, y que garantiza el poder disfrutar de mutua compañía sin que exista una interferencia de otros. El individuo participa sin mostrar su yo y sin involucrarse con el otro (Sassen, 2005). En su composición, la ciudad se caracteriza por la heterogeneidad en muchas de sus dimensiones: actividades, condición social, etnias, formas de pensamiento etc. Esta característica la convierte en un espacio propicio para fomentar la diversidad de la construcción social (Sassen, 2011).

Sin embargo, en el contexto urbano, la calle se percibe como un espacio de riesgo en donde no hay una sensación de protección o seguridad. A medida que las ciudades crecen, la vía pública se transforma en un territorio que no pertenece a nadie y en la mayoría de los casos se encuentra descuidado y sin mantenimiento, de tal forma que las medidas en pro de la recuperación de estos espacios “comunitarios”, de uso colectivo y multifuncionales han surgido de la sociedad en general o de la iniciativa privada. Este abandono del espacio público se recrudece con la tendencia de la ciudad global que, de acuerdo con Sassen (2005), da prioridad a la creación de espacios que cuenten con todos los servicios dentro un área determinada, de tal forma que estén aislados del entorno.

El desarrollo de las urbes se orienta hacia la privatización de los espacios públicos, fomentando aún más la animadversión hacia el otro. El individuo percibe la sensación de seguridad, privacidad, higiene en los espacios urbanos privados. Las ciudades entonces se transforman en bloques aislados y no articulados, que favorecen a la segmentación y dispersión de la población, además de agudizar problemas como la inseguridad y el crecimiento de la brecha entre los diferentes contextos sociales. La carencia de espacios públicos referenciales reduce la integración y

los encuentros cotidianos entre pobladores de grupos con distintas características, lo que al final priva de las oportunidades de entretener relaciones con otros, de socializar o fortalecer las formas de convivencia y finalmente impide la construcción de una identidad propia de las ciudades (Crossa, 2009).

En cuanto a la venta de comida de calle, las políticas de urbanización y construcción de ciudades siguen observando la venta de comida callejera como una práctica cotidiana de los individuos que se conflictúa con el embellecimiento (aunque para algunos otros es más bien un aburguesamiento) de los espacios públicos (Crossa, 2016). Esto va de la mano con la tendencia de crear lugares que tengan todos los servicios aislados del entorno, en donde, al no ser necesario salir, se pierde el contexto, así como el contacto casual no planeado con el otro, de tal forma que la falta de uso o de existencia de los espacios públicos está creando grandes brechas entre los contextos sociales.

Sin embargo, algunos países tanto del sur como del norte global están promoviendo que se les dé un espacio a los vendedores de este tipo de comida en las ciudades, como una estrategia para darle dinamismo a las ciudades, sobre todo después del COVID-19 y para promover el turismo gastronómico. Tal es el caso de Finlandia o de la India, países que están proponiendo una estrategia gubernamental para promover la venta de comida de la calle como parte de una nueva cultura urbana que puede darle dinamismo a las ciudades, a los residentes, pero también a los turistas (Boonjubun, 2022; Panickera y Priyab, 2020, Allison, Ray & Rohel, 2021).

## **La calle como espacio social alimentario**

Comer en la calle es un fenómeno que ha experimentado un gran crecimiento en nuestros países en las últimas décadas. Se puede considerar una expresión más de “comer fuera” (eating out), pero con claras diferencias y particularidades. Este fenómeno de la calle también se está haciendo presente en las principales ciudades de los países ricos, en las cuales se albergan grandes poblaciones de inmigrantes provenientes de países pobres y que representa un espacio de interacción y expresión cultural.

El comer en la calle es una práctica cultural que involucra una serie de procesos que culminan en lo que se come, con quién se come, en dónde se come, por qué se come. Esta práctica se da en un espacio de interacción social como lo es la calle, en la cual intervienen diferentes convenciones sociales y culturales que transfor-

man los sistemas normativos de la alimentación y que hacen posible el cocinar y comer juntos (Warde, 2016).

Comer en la calle se ha instalado en el espacio público como una práctica que se ajusta a procesos de cambio y de reinención constante, tanto en las prácticas como en los significados asociados. Esta práctica cultural ha encontrado diferentes formas de expresarse en el contexto de calle, que, además de abonar a la recuperación del espacio público, contribuye a la reconstrucción de la ciudad y al reencuentro de sus habitantes.

En este sentido, podemos retomar la propuesta que nos hace Augé sobre los lugares antropológicos como espacios que crean lo social orgánico en contraposición de los “no lugares”, que para este autor son producto de la sobremodernidad. De acuerdo con Augé, un lugar antropológico es concebido como un espacio social que explica la propia identidad del grupo. En este sentido, es el lugar lo que la funda, lo que los reúne y los une, de tal forma que el espacio expresa un lugar común. Los lugares antropológicos tienen por los menos tres rasgos comunes: son identificatorios, relacionables e históricos (Augé, 2000: 58)

Así, en este trabajo, la calle se considera como un “lugar antropológico alimentario”, en la cual se encuentran distintos espacios dedicados a la venta y al consumo de comida en diferentes espacios de la ciudad, los cuales son reconocidos por los habitantes de la ciudad y a su vez conllevan una identidad colectiva a través de la cual les gusta ser reconocidos. Muchos de estos lugares cuentan con una tradición en la ciudad, que va de generación en generación, y hay una historia que contar alrededor de la comida y de la colectividad que comparte el gusto por la comida de la calle.

Desde esta visión, es posible describir a los negocios de comida de la calle como lugares antropológicos alimentarios, ya que promueven la interculturalidad, tienen estructura, estimulan distintas formas de socialización, así como un lenguaje común que los individuos conocen y reconocen (Augé, 2000). Asimismo, la calle se entiende como un espacio social alimentario que favorece la mezcla social a través de la interacción cotidiana entre diferentes grupos sociales, estimulando una variedad y complejidad de expresiones sociales cotidianas (Borja y Muxí, 2003).

A diferencia de los espacios de restauración, los lugares de comida en la calle permiten distintas formas de interacción, socialización y comensalidad entre los actores involucrados. Como parte del espacio social, la calle es un lugar que hace

referencia a la colectividad, regulado por quienes lo producen, íntimamente ligado con lo típico pero en ciertos aspectos independiente de las medidas tradicionales (Campos y Brena, 2015). Dentro de este espacio, la comida de la calle se convierte en un bien simbólico cuya apropiación y resignificación dependerá de los valores y referencias culturales que cada individuo otorgue a cada una de estas expresiones.

### ¿Por qué una cocina de calle?

En torno a la comida se construyen espacios, momentos y expresiones de socialización y comensalidad, todo de acuerdo con normas establecidas, sistemas de valores, jerarquías y relaciones de poder (Fischler, 1995). En este contexto, partimos de que la cocina, como menciona Maciel (en prensa), responde a sistemas culturales alimentarios dentro de un ámbito territorial específico. Además de ser un espacio destinado a la preparación de alimentos, se identifica como la combinación de materias primas, significados, normas gastronómicas, saberes, técnicas y sabores que se expresan a través de platillos o preparaciones (Goody, 1995). Un sistema culinario compuesto por reglas que indican las formas adecuadas para combinar todas aquellas sustancias que son apropiadas para ingerirse.

En el ámbito público, este sistema contribuye a la formación de lazos afectivos, de interacción y comunicación entre alimentador y comensal (Pérez y Abarca, 2007). Como estructura, las cocinas responden a procesos sociales, políticos y económicos, que implican procesos creativos y de igual manera favorecen la reproducción sociocultural y la preservación de los sistemas alimentarios de una nación, región o grupo de personas (Mintz, 2003), además de ser un espacio de creatividad y de libertad, del cual se habla, se comunica, se reconoce como propio (Mintz, 2003). Cuando hablamos de una cocina tradicional, identitaria, de acuerdo con Maciel (en prensa), las personas que pertenecen a un grupo cultural definen cómo quieren ser reconocidos y, en este caso, a través de qué tipo de alimentos o comidas.

En el caso de la cocina de calle, es una cocina pública. De acuerdo con Pérez y Abarca (2007) son espacios sociales que enfatizan la importancia de los factores relacionales y el capital cultural, y se caracterizan por reproducir, retomar o reinventar preparaciones del ámbito doméstico y reproducirlas (o en algunos casos reinventarlas) en el ámbito comercial. En este tipo de cocina se da prioridad a los significados, el gusto local, la socialización; y, sobre todo, son adaptables, porque permiten la incorporación de diferentes discursos culinarios ya sea con prepara-

ciones tradicionales y /o elementos ligados a la gourmetización y la innovación culinaria.

Lo anterior permite plantear la idea de una cocina (*cuisine*) de calle desde tres referencias, que se enlistan a continuación:

1) Como una expresión de la práctica culinaria, que fluctúa entre lo público y lo privado, que tiene atributos propios en cuanto a técnicas, métodos de preparación, dinámicas de servicio y normas de comensalidad (Beaugué, 2012).

2) Como un lugar, dentro del espacio público, destinado a la práctica alimentaria, en el cual interactúan productos, métodos y técnicas para la transformación de alimentos que nutren corporalmente y sustentan emocionalmente.

3) Como un sistema culinario de menor tamaño, compartido, flexible y resiliente que favorece el desarrollo de familiaridad promoviendo la cercanía y contribuyendo a la formación de lazos afectivos y de confianza (Pérez y Abarca, 2007) y vínculos más cercanos entre quienes preparan y quienes comen.

Con base en estas ideas se realizó un trabajo etnográfico en la ciudad de Hermosillo (Sonora) con la finalidad de mostrar que además de que comer en la calle es una práctica común y cotidiana entre los habitantes de la ciudad, hay una conformación de una cocina de calle que se organiza en el espacio público y responde a una lógica diferente. Es una cocina que se basa en la cocina tradicional sonorense, pero que se vuelve más flexible al cambio, a la innovación y a la incorporación de nuevas maneras e ingredientes.

Tradicionalmente, el estado de Sonora se reconoce a sí mismo como una región ganadera. El ser sonorense es identificarse como comedor de carne, de la mejor carne del país. Pero también como comedor de trigo, no se reconocen como comedores de maíz (cereal que identifica a México), siendo su principal preparación las tortillas de harina, de diversos tipos y tamaños, acordes a la preparación que vayan a acompañar. Este binomio de carne de res y tortillas de harina es la base que conforma la cocina tradicional sonorense.

### **Comer en la calle en la ciudad de Hermosillo**

La ciudad de Hermosillo, capital del estado de Sonora, en el noroeste de México y frontera con el estado de Arizona, en los Estados Unidos, es una región que

muestra un marcado dinamismo cultural transfronterizo (James y cols., 2016). Asimismo, es uno de los estados de la república mexicana que presenta un acelerado proceso de urbanización, una economía basada en el sector secundario (manufactura) y terciario (servicios), pero con una actividad agrícola y ganadera importante. En las últimas décadas ha tenido una vertiginosa apertura comercial y migratoria que ha incidido en el sistema alimentario local y en cambios en el paisaje alimentario urbano (Camou, 1998; Meléndez y Cañez, 2008; Blanco, 2015).

El comer en la calle en Hermosillo se ha vuelto una práctica común, que se asocia con el tipo de comida que se ofrece, la disponibilidad, la accesibilidad y la rapidez en el servicio y el ambiente que hay en este tipo de lugares, y del evento que se trate. El antojo y la diversión se identifican como una de las motivaciones principales para comer fuera de casa (Bautista y Meléndez, 2020). El evento de comer en la calle se da principalmente en compañía de la familia y los amigos, aunque hay un sector que lo relaciona con la soledad.

La comida de la calle se reconoce como una comida tradicional y variada, compuesta por preparaciones que se relacionan íntimamente con lo sonorenses, además de una heterogeneidad que se percibe en la inclusión de comidas, ingredientes, lugares, formas de comer y estar en la calle, que se relacionan con lo moderno, el cambio y la globalización alimentaria.

La características y distribución espacial de la ciudad de Hermosillo, ciudad que se desarrolla horizontalmente y que está localizada en el desierto sonorenses, contribuyen a que los espacios dedicados al consumo de alimentos en la calle sean diversos e incluyan desde las típicas carretas y taquerías, hasta los food trucks (que en otras regiones del país no han logrado buena aceptación) y los espacios colectivos tradicionales como los mercados, además de aquéllos que incorporan actividades lúdicas, de convivencia y diversión como los gastroparks. Estos espacios dedicados a la comida de calle, más que ubicaciones materiales, se identifican como una referencia simbólica. Producto de la interacción diaria, estos negocios se afirman como sujetos con el derecho moral a ocupar un espacio determinado, siendo el colectivo quien los legitima y los reconoce como parte del espacio y la animación propia de ese punto de la ciudad (Bakic, 2014).

Aun cuando el comer fuera de casa no se considera económico, en esta capital, la comida de la calle se percibe como una opción disponible, accesible y cómoda cuando hay poco tiempo para comer debido a la rapidez en el servicio, a que sucede en ambientes informales, y a que soluciona la necesidad de comer sin te-

ner que atender los procesos previos como la compra y preparación. Por otro lado, el consumo de comida en la calle en Hermosillo no es homogéneo: la edad, por ejemplo, es un elemento que explica las diferencias en cuanto a las preferencias tanto de comida como de los sabores, los espacios, las instalaciones, los horarios y la sociabilidad. Pero también nos explica el cambio en relación con lo que se espera que se oferte en la comida de la calle, es decir, que las innovaciones tanto de comida como de las instalaciones y los lugares, están siendo influidas por los grupos más jóvenes.

### **La culinaria de la calle: Los espacios, la comensalidad y la convivialidad**

En esta culinaria de la calle, se aprecia que hay una especificidad en las preparaciones tradicionales que surgen del ámbito doméstico y privado. A la par, hay ciertas comidas y preparaciones que luego de haber sido creadas en el espacio público han podido ingresar al ámbito más privado, lo que refleja cómo la calle es un espacio que permite y promueve la creación y apropiación de preparaciones culinarias, sabores, ingredientes y formas de comer.

La especificidad de la culinaria de la calle de la capital sonoreense se expresa en las preparaciones tradicionales que surgen del ámbito doméstico y privado y que se ofrecen en el espacio público urbano de Hermosillo. Esta cocina se identifica como “bien sonoreense” y está conformada principalmente por los tacos de asada o los burros de carne con chile, pero también muestra una marcada heterogeneidad, expresada en la inclusión de comidas provenientes de otras latitudes que se combinan con comidas locales, como las Garnachas Veracruzanas estilo Sonora con zurrapa y papa cocida. A esta oferta se integran también las pizzas, hamburguesas, las alitas y el dogo (este último como una de las preparaciones insignia del sonoreense), comidas creadas en el espacio público que han podido ingresar al ámbito más privado y que evidencian la marcada influencia que tiene en la región la cultura de los Estados Unidos. Finalmente, se observan algunos ingredientes que han logrado incorporarse y adecuarse a esta oferta de comida, además de algunas propuestas con marcados componentes estéticos o de tipo gourmet, que se relacionan con lo moderno, el cambio y la globalización.

En esta ciudad, la comida de la calle se reconoce como una comida tradicional y variada, su diversidad radica en la estructura de los platillos y en la interacción de lo tradicional con la innovación. Lo tradicional queda en la base, y lo innovador es lo que se mueve, lo mutable. La carne se reconoce como el ingrediente básico que está presente en diversas preparaciones y que, dependiendo de la hora

del día, tiene distintas presentaciones: puede ser asada, en caldo, en guisado, en taco, en torta, entre otras diversas formas de prepararla y presentarla. En la estructura de las preparaciones, lo que cambia es lo que acompaña al platillo: las papas fritas, el pepino rebanado, el guacamole, la salsa a la mexicana de tomate, cebolla y chile, los frijoles caldosos, los frijoles de fiesta, el requesón (para la birria) o los chiles toreados en salsas negras. Entre las técnicas, predomina el fogón, el carbón, la brasa y la leña, que contrastan con la fritura de un taco de pescado o camarón rebozado acompañado de aderezos con chipotle, con miel y mostaza, algunas salsas negras y esa ensalada de repollo con zanahoria y mayonesa del otro lado de la frontera, así como con la cocción al vapor de un sabroso taco de cabeza o de barbacoa.

Entre las técnicas que prevalecen en la cocina de calle, predomina el fogón, el carbón, la brasa y la leña de donde surgen los sabores y olores relacionados con lo sonorenses. El humo y el tostado que recuerdan a la carne bien asada y dorada por fuera o al mezquite que se usa para hacer el fogón con el cual se asa la carne, se hacen las tortillas, se cuece el caldo o los frijoles; aquel sabor que recuerda el pasado rural, el sabor al campo, a la tierra, el ser ganadero, vaquero, campesino. Estos olores y sabores ahumados, contrastan con el rebozado de un taco de pescado o camarón, acompañado de aderezos, la fritura de los *boneless*, alitas o salchichas (*winnies*) envueltas en tocino con el tradicional chile verde dentro de un pan de miga muy cerrada con un ligero toque dulzón, y se complementa con queso para nachos, ruffles machacados o chili con carne. Sabores dulces, salados y picosos que se alejan del campo y nos recuerdan el gusto por la cultura alimentaria del vecino país del norte, del otro lado de la frontera. También encontramos la cocción al vapor en donde predominan los sabrosos tacos de cabeza, de barbacoa y de caguamanta, a los que se añaden actualmente los de la birria.

Esta cocina callejera posee una lingüística específica, una forma de comunicar las combinaciones de ingredientes y preparaciones que se caracteriza por la convivencia y, en ocasiones, coexistencia de preparaciones dentro de la oferta de calle. Se reafirma la naturaleza flexible de esta forma de comer y de cocinar y refleja cómo la calle es un espacio que permite y promueve la creación y apropiación de preparaciones culinarias, sabores, ingredientes y formas de comer. Es así como platillos como la lorenza, el volcán y los taquitos de tripa, se pueden encontrar junto con el dogo boneless (que combina winnie y boneless), la rockteña (hamburguesa de sirloin a las brasas en pan brioche, guacamole y chile verde) o el Shawarma (de res con tahine y tabulé envuelto en tortilla de harina). En este sentido, se refleja a la calle como un espacio culinario dentro del cual se distinguen preparaciones, reglas, técnicas y utensilios propios, que también se manifies-

tan en las formas de comunicar las particularidades de esta cocina, distinguida por las constantes dualidades de lo local y lo global y lo tradicional con lo moderno.

## Conclusiones

La calle en Hermosillo se ha vuelto un lugar desde el cual se experimenta la comida, la cocina, la convivencia; es propicio para la innovación culinaria y se permiten nuevos espacios acordes con el desarrollo urbano de las ciudades, con nuevas formas de convivialidad, de comensalidad, en la cual se producen ciertas prácticas que se identifican con una manera de comer, con una comida, una preparación, un lugar. Es, en definitiva, una forma de ser y estar en el mundo.

El comer en la calle forma parte del estilo de vida del ser sonoreense, de su cotidianidad, de sus preferencias. En este sentido podemos hablar de que la calle también es un espacio culinario, dentro del cual se distinguen preparaciones, reglas, técnicas y utensilios propios, que a su vez se manifiestan en las formas de comer, ubicación, horarios y sociabilidad, que se genera en este tipo de lugares.

Es posible afirmar que, desde lo culinario, en Hermosillo la cocina de calle manifiesta una identidad propia que se expresa mediante lugares, ingredientes, preparaciones, técnicas, actores, interacciones, rasgos y gustos característicos. Todos ellos constituyen una forma de expresión de identidad y del sistema cultural de la ciudad. Es una cocina que se relaciona con el territorio mediante intercambios sistémicos, transformaciones y adecuaciones que le permiten integrarse en el entorno y sus condiciones, dando como resultado una cuisine o sistema cultural alimentario en el que convergen y se expresan los aspectos simbólicos y materiales de un lugar.

## Referencias

Allison, N., Ray, K. & Rohel, J. (2021). Mobilizing the streets: the role of food vendors in urban life. *Food, Culture & Society*. 24:1, 2-15, DOI:10.1080/15528014.2020.1860454

Augé, M. (2000). Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Gedisa. Barcelona. Pp. 26-42.

Bakic, H. (2014). The taste of precarity: Language, legitimacy, and legality among Mexican Street food vendors. *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance*. Routledge. London. Pp. 101-115.

Bautista, A. y Meléndez, JM. (2020). Comer en la calle. Rasgos, espacios y prácticas en ciudad de Hermosillo, Sonora. *Estudios Sociales*. Vol. 30, No. 55. pp. 1-25.

Beaugué, B. (2012). Cocinas callejeras. *Papeles de Cocina*, 8, p. 14-16

Blanco, E. (2015). Conformación del paisaje alimentario urbano, campo gastronómico y culinario en la ciudad de Hermosillo Sonora (tesis de maestría). Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, AC. Hermosillo, Sonora, México.

Boonjubun, C. (2022). Struggles of street food vendors in Helsinki: a study of food truck and fixed stall vending using municipal land, *Local Environment*, 27:7, 801-823, DOI: 10.1080/13549839.2022.2077711

Borja, J. & Muxí, Z. (2003). El espacio público, ciudad y ciudadanía. Ed. Electa. Barcelona. 415 pp.

Camou, E. (1998). De rancheros, poquiteros, orejanos y criollos. El Colegio de México/CIAD. México. 314 pp.

Campos, G. & Brena, J. (2015). Repensando el espacio público social como un bien común urbano. *Argumentos*, 28(77). Pp. 22-32.

Cross, J. (2000). Street vendors and postmodernity: conflict and compromise in the global economy. *International Journal of sociology and social policy*. Vol 20. Pp. 29-51.

Crossa, V. (2009). Resisting the Entrepreneurial City: Street Vendors' Struggle in Mexico City's Historic Center. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33, pp. 43-63.

Crossa, V. 2016. "Reading for Difference: De-homogenizing Street Vending in Mexico City." *Urban Studies* 53: 287-301.

Fila, S. A., & Smith, C. (2006). Applying the theory of planned behavior to health eating behaviors in urban native American youth. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3(1), 11. doi:10.1186/1479-5868-3-11.

Food and Agriculture Organization [FAO]. (1989). *Street foods. A summary of FAO studies and other activities relating to street foods*. Rome, Italy: FAO.

Fischler, C. (1995). *El (H)Omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Editorial Anagrama. Barcelona. 422 pp.

Goody, J. (1995). *Cocina, cuisine y clase*. Editorial Gedisa. (1ra. Edición) Barcelona.

Hayden, T.B. (2021). Street food as infrastructure: consumer mobility, vendor removability and food security in Mexico City, *Food, Culture & Society*, 24:1, 98-111, DOI:10.1080/15528014.2020.1859920

James, L., Pavlakovich-Kochi, V., Wong-González, P., Lim, J., & Wright, B. (2016). "Sun Corridor" as a Transborder Mega-Region: Revivifying Economic Development in the Arizona-Sonora Region. *Studies in Regional Science*, 46(1), pp. 41-62.

Larcher, C. & Camerer, S. (2015). *Comida callejera*. Elisava/Temes de disseny. (31) pp. 70-83.

Long-Solis, J. (2007). A survey of Street foods in Mexico City. *Food and Foodways*, 15(3-4), pp. 213-236.

Maciel, M.E. (en prensa). *Orígenes, intercambios y herencias alimentarias en América Latina*. ENAH. Ciudad de México.

Meléndez, JM y Cañez. GM. (2009). La cocina tradicional regional como elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 17, pp. 263-300.

Mennell, S., Murcott, A. & Otterloo, A. (1992). *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. *Current Sociology*, Vol 40 (2).

Mintz, S. (2003). *Sabor a Comida, Sabor a Libertad*. Ediciones de la Reina Roja (1ra. Edición). México. 174 pp.

Panickera, R. y Priya, S. (2020). Paradigms of street food vending in sustainable development – a way forward in Indian context. *Cities & Health*. DOI:

10.1080/23748834.2020.1812333.

Pérez, R.L. & Abarca, M.E. (2007). Cocinas Públicas: Food and border consciousness in greater Mexico. *Food and Foodways*, 15(3), pp. 137-151.

Sassen, S (2005). *The Global City: Introducing a Concept*. *The Brown Journal of World Affairs*, 11(2), pp. 27-43.

Sennet, R. (2011). *El declive del hombre público*. Barcelona. Anagrama. 464 pp

Tinker, I. & Cohen, M. (1985). Street foods as a source of income for women. *Ekistics*. Vol. 52 (310). *Women and Space in Human Settlements*, pp. 83-89.

Tinker, I. (1997). *Street foods. Urban food and employment in developing countries*. Oxford University Press, Oxford. 256 pp.

Warde, A. (2016). *The practice of eating*. Polity Press. Cambridge. 220 pp.



# *MUCHOS COCINAN, PERO POCOS ALIMENTAN.*

## OLLAS COMUNITARIAS EN EL ESTALLIDO SOCIAL DE 2021 EN CALI (COLOMBIA)

Ana María Cruz Vidal

Universidad de San Buenaventura y Universidad del Valle (Colombia)

La cocina, además de ser una labor que busca satisfacer una necesidad fisiológica, es también un acto político que condensa múltiples y heterogéneos elementos de la sociedad. No obstante, esta ha sido comprendida en diversos estudios como una actividad reproductiva, doméstica y feminizada, ubicándola por fuera de lo que se considera como trabajo y restándole agencia a quienes históricamente han cocinado. Sin embargo, a través de diversas experiencias se ha evidenciado que la cocina es también un acto político, de movilización, resistencia y colectividad, en el que mayoritariamente mujeres construyen agendas y ponen en práctica conocimientos, significados y prácticas propias mediante el cocinar. Un ejemplo de ello son las ollas comunitarias, las cuales han emergido mayoritariamente en contextos de crisis y/o ausencia estatal.

Durante el 2021, Colombia vivió una de las manifestaciones sociales más fuerte, masiva y con mayores números de violaciones a derechos humanos y desmanes por parte la fuerza pública a lo largo del territorio nacional, la cual tuvo a la ciudad de Cali como su epicentro. Aquí se dio la formación de distintos puntos de concentración a lo largo de la ciudad y, en estos, la emergencia de ollas comunitarias. De lo cual, surge la pregunta: ¿es posible alimentar en contextos de violencia, crisis socioeconómica y distribución desigual de recursos?

Este texto presento algunos de los hallazgos de mi investigación doctoral en curso, los cuales pretenden indagar algunos de los procesos que posibilitaron la organización de ollas comunitarias construidas en los puntos de concentración que emergieron durante el estallido social del 2021 en Cali. El cual, tendrá especial énfasis en la relación existente entre la cocina y el cuidado, en un contexto donde este último parecía que no existía.

De esta manera, en el texto iniciaré brindando un contexto sobre los hechos ocurridos durante el estallido social del 2021 en la ciudad de Cali, así como sus principales causas y la emergencia de ollas comunitarias en uno de los puntos de concentración que se consolidaron. Posteriormente, brindaré una aproximación metodológica que responda a cómo se ha ido recopilando y analizando la información correspondiente. Y, a continuación, presentaré algunos de los diferentes procesos que posibilitaron la emergencia de ollas comunitarias durante el estallido social en la ciudad, enfatizando en las características propias de cada uno de estos, para, finalmente, abrir paso a las conclusiones y preguntas que han ido surgiendo durante esta investigación.

## **El estallido social del 2021**

Durante el año 2021, Colombia vivió una de las manifestaciones sociales más fuertes, masiva, y con mayores números de violaciones a derechos humanos y desmanes por parte la fuerza pública a lo largo del territorio nacional (Barrera y Ortega Palacio, 2022). A raíz del rechazo a una reforma económica y de salud propuesta por el gobierno de Iván Duque, descontentos originados por desigualdades socioeconómicas históricas en el país, el recrudecimiento de estas a causa de la pandemia y el incumplimiento a los Acuerdos de Paz, millones de colombianos salieron a las calles el 28 de abril del 2021, dando paso a lo que se convirtió en el estallido social más violento de la historia reciente de Colombia.

La ciudad de Cali fue el epicentro, en donde se dio la formación de distintos puntos de concentración a lo largo de la ciudad. Fueron espacios tomados por los manifestantes de manera permanente durante las manifestaciones. En estos surgieron múltiples expresiones de protesta y, simultáneamente, se enfrentó el padecimiento del mayor número de confrontaciones con el Escuadrón Móvil Antidisturbios (ESMAD), así como desapariciones, capturas extrajudiciales y el asesinato de jóvenes. De este modo, Cali quedó aislada por más de tres meses frente al resto del país, ocasionando desabastecimiento de alimentos, combustible, medicinas, cierres temporales del aeropuerto y restricción en el ingreso y salida de la

ciudad (Castillo Gómez, 2021), mientras la violencia se encontraba desproporcionalmente escalada (Salazar Trujillo, 2021).

Uno de esos puntos de concentración fue “Puerto Resistencia”, una intersección ubicada en el suroriente de Cali en el que se encuentran la comuna 11 y la 16. Allí, a pesar de las violencias vividas durante el estallido social, también surgieron una serie de iniciativas colectivas de carácter social, cultural y fundamentadas en el cuidado, las cuales buscaban proponer acciones de protesta y resistencia frente a la estructura violenta y desigual que se rechazaba en el paro nacional y, simultáneamente, pretendía resistir a la violencia que se había desatado en la ciudad. Un ejemplo de ello fueron las ollas comunitarias, las cuales fueron mayoritariamente construidas por mujeres, principalmente residentes de los barrios donde se construyeron puntos de resistencia, que emplearon a la cocina como el dispositivo de una acción colectiva organizada y emergente en el espacio público, quienes buscaban reivindicar luchas históricas, rechazar violencias y hacer un reclamo a lo que ellas llamaron “la digna rabia”.

De esta manera, los habitantes de estos barrios (como también otros situados dentro de redes sociales más allá de los límites barriales) lograron reunirse en torno a ollas comunitarias para desarrollar asambleas populares, espacios de diálogo, dar y recibir clases gratuitas, y tomar decisiones frente a la protesta, a través del cuidado, el reconocimiento del otro y la participación y representatividad política de mujeres (Ibarra Melo y Recalde García, 2021).

Todo ello abre la comprensión de la cocina como un lenguaje que rompe límites construidos, crea redes, fragua lugares de participación y representatividad en la toma de decisiones. Aquí las mujeres se organizan y lideran sus propios movimientos colectivos, (Ibarra Melo y Recalde García, 2021) a partir de “prácticas culinarias [que] se sitúan en el nivel más elemental de la vida cotidiana, en el nivel más necesario y menospreciado” (De Certeau, Giard, y Mayol, 1994, pág. 159). De aquí la importancia de indagar sobre las organizaciones y acciones colectivas desde una perspectiva de género, como es el caso de aquellas que han surgido entre mujeres alrededor de las experiencias de cuidado y el acto de cocinar. Para ello, se requiere emplear un enfoque interseccional que sirva como marco analítico de las relaciones presentes en las experiencias a explorarse, considerando su heterogeneidad, complejidad y contexto y, en este sentido, estudiar los procesos que posibilitaron la construcción de las ollas comunitarias que emergieron durante el estallido social vivido en el 2021 en Cali.

## Metodología

La información presentada en este trabajo es parte de los hallazgos encontrados en la investigación doctoral que actualmente me encuentro realizando, con el título: “Montar la olla: experiencias de cuidado en las ollas comunitarias que emergieron durante el Paro nacional del 2021 en Cali”, la cual, tiene un enfoque cualitativo y emplea a la sociología de la experiencia<sup>1</sup> de François Dubet como marco conceptual-metodológico.

Para la recolección de información de este proyecto, se han realizado entrevistas a profundidad a 7 mujeres que participaron de las ollas comunitarias que emergieron en Puerto Resistencia durante el estallido social, así como entrevistas semi-estructuradas a 15 jóvenes manifestantes del punto de concentración que consumieron alimentos y, algunos de ellos, ayudaron a cocinar en estas ollas. De igual forma, se han analizado noticias y contenido multimedia producido durante y posteriormente al estallido social que se concentrara en la emergencia de ollas comunitarias. Y, finalmente, he participado como cocinera en 5 ollas comunitarias que se han realizado en Puerto Resistencia en eventos que buscaban rememorar los hechos ocurridos, así como las motivaciones y logros alcanzados durante el estallido social del 2021, lo que dio paso a la elaboración y análisis de notas de campo sobre estos mediante una observación participante.

La información recopilada ha sido transcrita de forma digital y posteriormente registrada en la herramienta para el análisis de datos ATLAS.ti, lo que ha permitido generar categorías relacionadas a los objetivos propuestos en la investigación y proponer insumos que respondan a los procesos que posibilitaron la emergencia de ollas comunitarias durante el estallido social del 2021 en Cali, los cuales, son presentados a continuación, siguiendo las lógicas de acción propuestas por la sociología de la experiencia: la lógica integradora, la lógica estratégica y la lógica subjetiva.

¿Es posible cuidar en momentos de crisis y violencia?

---

<sup>1</sup> La sociología de la experiencia se centra en la acción y, a través de ella, en la comprensión de la experiencia social bajo una mirada desjerarquizada y crítica frente al funcionalismo. Así pues, la experiencia social es definida por una combinación de lógicas de acción, a través de las cuales el individuo actúa por la copresencia de sistemas estructurados por principios autónomos. Estas lógicas de acción son: la lógica integradora, la lógica estratégica y la lógica subjetiva .

“La olla común, en la medida que permite romper estas barreras del hambre, está empezando a contribuir con un mundo deseable de libertades. Por eso, nadie aspira a la continuidad de las ollas, pero sí a la permanencia de las relaciones que la hicieron posible: la organización popular como vehículo de ejercicio democrático”

### *Construcción del espacio: lógica integradora*

Durante el estallido social, los puntos de concentración que emergieron fueron renombrados por parte de los manifestantes. Así ocurrió con Puerto Resistencia, una intersección que encuentra a las comunas 11 y 16 que previamente se denominaba Puerto Rellena, debido a que era un lugar en el que durante los años 1990 abundaban los puntos de venta de ese tipo de embutido.

Estas comunas abarcan un total de 27 barrios, los cuales pertenecen a estratos socioeconómicos<sup>2</sup> 1, 2 y 3. Son poblados mayoritariamente por mujeres y el máximo nivel educativo alcanzado por la mayor parte de su población es primaria y secundaria. De igual forma, se resalta la alta experiencia migratoria que ha tenido la población que reside en ambas comunas, en donde sus principales razones para migrar han sido el cuidado de sus familias, búsqueda de empleo y amenazas contra sus vidas a causa del conflicto armado en el país. Esto ha sido una característica propia de la construcción de estos barrios, ya que estos son consecuencia de las migraciones que se dieron entre los años 1960 y 1964 provenientes de desplazamientos del Chocó, Cauca, Caldas y el resto del Valle del Cauca (Alonso, Arcos, Solano, Vera Llanos y Gallego, 2007; Gómez, 2021).

Asimismo, estas comunas se han encontrado históricamente en condición de vulnerabilidad socioeconómica, lo cual ha ido empeorando con el tiempo a causa del incremento de la desigualdad social en la ciudad (Jiménez et al., 2020) y la falta de oportunidades para tener garantizadas las condiciones básicas de vida. Ello se vio reflejado a través de las múltiples motivaciones que movilizaron a las personas a salir a protestar, así como lo manifestado por muchos de los que consumían alimentos en las ollas comunitarias que emergieron en este punto de concentración, ya que mencionaban que en estas podían llegar a encontrar tres comidas al día de manera gratuita, mientras que en su cotidianidad solo podían comer una vez al día .

---

<sup>2</sup> La estratificación socioeconómica es una clasificación que se emplea en Colombia a los inmuebles residenciales a partir de sus características y entorno, para el cobro diferencial de los servicios públicos domiciliarios.

En este sentido, uno de los elementos más relevantes para comprender los procesos que posibilitaron la emergencia de ollas comunitarias durante el estallido social es el espacio en que estas emergen. Según la lógica integradora de Dubet, conocer los contextos en los que las personas han construido sus formas de actuar y relacionarse, así como el reconocimiento de su posición social y los espacios en donde han tenido la interiorización de normas y roles, contribuye a la comprensión de la producción del orden inicial de las cosas . Esto puede verse reflejado en las cocinas, ya que, dependiendo de los marcos en los que estas se producen, se acota el repertorio de posibilidades alimentarias, pero también se pueden ir transformando .

Las ollas comunitarias son una práctica que surge para solventar el hambre, congrega a las personas y transmitir diversos significados, principalmente en periodos de crisis y escasez, mediante procesos autogestionados. En este sentido, estas son organizaciones colectivas de mujeres, que se reúnen con el objetivo de cocinar colectivamente raciones alimentarias para sus familias y/u otras personas (Rodríguez, 2015). Esto no ocurre cuando las personas tienen todas sus necesidades satisfechas y no se han visto obligadas a buscar caminos alternos a los brindados por la institucionalidad.

En vista de ello, la mayoría de las ollas comunitarias que emergieron en este punto de concentración no fueron procesos nuevos. Es decir, las mujeres que las lideraron previamente habían participado de otras acciones colectivas y procesos autogestionados para solucionar problemáticas que han atravesado sus vidas. Por ejemplo, algunas de ellas trabajaban en comedores comunitarios en el oriente de la ciudad y son reconocidas como líderes sociales de estos espacios desde antes de que el estallido social iniciara. Lo que revela que, a pesar de los conflictos históricos que se han experimentado en este lugar, este también ha sido un sector con variados procesos de liderazgo, lucha y resistencia que promueven la búsqueda y alcance de mejores condiciones de vida para las personas de las comunas en cuestión . Ellas son quienes más conocen al barrio y el barrio las conoce a ellas.

De esta manera, se revela que la emergencia de ollas comunitarias puede emplearse también como un indicador espacial de situaciones de crisis que están ocurriendo y, simultáneamente, son una respuesta comunitaria a cuando las necesidades individuales y/o colectivas de las personas no están siendo satisfechas y surge la idea de una resistencia comunitaria. Es decir, son formas de resistencias y agenciamiento cotidianas orientadas a la defensa de lo común y a la apropiación del espacio, en busca de calmar el hambre.

Además del espacio en donde las ollas comunitarias emergen, es necesario analizar las dinámicas cotidianas que han empleado las personas que habitan en estos lugares para satisfacer sus necesidades alimentarias. Ello nos permite entender las diversas estrategias y lógicas de acción a las que han recurrido las mujeres en la producción de sus cocinas y, de igual forma, de las ollas comunitarias durante el estallido social.

Este tipo de dinámicas es lo que Dubet (2010) denomina la lógica estratégica, la cual concierne a la manera en que los actores movilizan y disponen de los recursos en el contexto en que se encuentran, aprendiendo las reglas de juego de este con el objetivo de alcanzar los fines buscados de la acción que ocurre en la organización y resolución de las prácticas alimentarias y su interacción con los recursos, el entorno social, económico y territorial en el que las personas se encuentran. En este caso, con los recursos con los que se contaba durante el estallido social para el montaje de las ollas comunitarias, lo que en la mayoría de los casos era muy precario. Esto nos deja la pregunta siguiente: ¿cómo lo lograban? Como lo menciona Paloma Villagómez:

“La escasez suele ser mucho más que el contexto material en el que las acciones tienen lugar. Las estrategias para comer con los recursos disponibles suelen desplegar un amplio repertorio de cálculos, maniobras, itinerarios y hasta trucos para alimentarse de un modo biológica, social y culturalmente aceptable, así como económicamente viable”.

De esta manera, quienes han tenido la responsabilidad de cocinar y alimentar en sus hogares, han ido construyendo un tipo de conocimiento práctico, casi imperceptible, que les permite saber alimentar a quienes tienen a cargo todos los días, aunque los recursos sean escasos. No obstante, vale la pena resaltar que en el caso de las ollas comunitarias, las fronteras de lo que se considera hogar son ampliadas.

Esto es algo que pude notar al cocinar junto a las mujeres en las ollas comunitarias que se han realizado después del estallido social. El primer día en que las acompañé en una de estas, estaba nerviosa porque no sabía cómo montar una olla comunitaria. No obstante, con el paso del tiempo y observando a las mujeres, quienes ya han perdido la cuenta del número de ollas que han montado, fui aprendiendo y entendiendo las dinámicas que en estas se desarrollan.

De este modo, fui conociendo aspectos como: cuánto tiempo tarda en montarse una olla dependiendo del número de personas que van a cocinar en ella, el número de comensales y el menú que se decida hacer; qué tipo de zapatos se debe usar, dado que el calor puede llegar a derretir la suela de algunos de estos; cuáles son los puntos más cercanos a la olla en los que venden la comida más barata y de mejor calidad; en dónde podemos acceder a agua potable para cocinar; quién hace el arroz, porque no a todas las personas les queda sabroso y no se les quema. Y, uno de los elementos más importantes: cómo hacer que la comida rinda para tantas personas y lograr alimentar a todos los que se encuentran haciendo fila en la olla.

Esto último es algo que se conecta con la trayectoria de las mujeres que cocinan en las ollas comunitarias y el cómo han aprendido a gestionar los recursos con los que cuentan para cocinar. La mayoría de ellas tienen más de cincuenta años; son mujeres migrantes, madres y abuelas cabeza de hogar, que han tenido que aprender a convivir de manera rutinaria con la escasez y la precariedad. En otras palabras, a buscar estrategias que les permitan resolver su cotidianidad y llevar a casa el pan de cada día que les permita vencer el hambre.

No obstante, es necesario no caer en la romantización de este tipo de situaciones y reconocer la frustración, ansiedad e incertidumbre que estas generan, convirtiéndose en un “mecanismo de sobrevivencia cotidiana que afecta la experiencia de la alimentación con diferentes costos, no sólo materiales sino también subjetivos y emocionales”. Por el contrario, ha sido un conocimiento forzado por las condiciones de desigualdad social que han tenido que enfrentar en diversos contextos.

En este sentido, saber cocinar en situaciones de precariedad y crisis, así como en ollas comunitarias, no ha sido algo desconocido para la mayoría de las mujeres participantes de estas durante el estallido social; es un tipo de conocimiento práctico que revela la incorporación de desigualdades materiales y simbólicas en el cuerpo, así como de las trayectorias de vida de estas mujeres.

### *Cuidado en el espacio público: lógica subjetiva*

Cuando se habla de cuidado, se hace referencia a aquellos actos esenciales para el mantenimiento de la salud y capacidades de la fuerza de trabajo de los individuos, así como de la reproducción y mantenimiento del tejido social de una co-

munidad (Salvador, 2007). Por ejemplo: actividades como cocinar y alimentar a otros, las cuales tienen como objetivo el sostenimiento de la vida de las personas.

Al dar y recibir actos de cuidado, se construyen experiencias de interdependencia, apoyo y sustento necesarios para la existencia de las sociedades. El cuidado es una práctica relacional que comprende todo lo que las personas hacemos para mantener, continuar y reparar el mundo en el que vivimos. No obstante, como práctica relacional, se reconoce su inscripción en las relaciones de poder en las que los individuos actúan, interpelan y construyen su identidad, en las cuales cada sujeto recurre a los recursos con que cuenta según la posición en que se encuentra en el espacio social. En otras palabras, no todos los sujetos realizan trabajos de cuidados en igual medida.

Tras reconocer esto, es importante mencionar que, a quienes históricamente se les ha estipulado el trabajo de cuidar es a las mujeres, y, además, ha sido un trabajo mayoritariamente marginalizado e invisibilizado (Carrasco, 2017). Ello ha ocasionado, no solo una demarcación entre lo femenino y lo masculino, sino también el trabajo que se desarrolla en el espacio público y el espacio privado, magnificando la desvalorización y posición subalterna de este último tipo de experiencias. Es decir, el cuidado, el cual comprende actividades como el cocinar y el alimentar, es una práctica asociada a lo femenino, lo reproductivo, lo doméstico y lo íntimo.

Por esta razón, cuando pensamos en cocinar y alimentar, lo más probable es que se venga a nuestra mente una figura femenina, probablemente nuestras madres o abuelas, habitando recuerdos hogareños de nuestra infancia. Esto se conecta con las motivaciones que llevaron a las mujeres a participar en las ollas comunitarias durante el estallido social. Por ejemplo, una de ellas mencionaba lo siguiente:

Yo aprendí a cocinar desde muy pequeña. Luego y durante muchos años trabajé como cocinera en un casino. Sin embargo, yo nunca estudié cocina. Yo fui aprendiendo con la experiencia. Y empecé a cocinar durante el estallido social porque fue la forma que encontré de poder acompañar a los jóvenes y cuidarlos en medio de lo que estaba pasando. Yo sé que cocino muy sabroso, entonces podía cocinar para ellos. Y ellos se convirtieron en hijos para mí. Ellos me llamaron “mamá olla”.

En este sentido, cocinar en las ollas comunitarias representó para muchas de las mujeres participantes una continuación de las actividades que desarrollaban previamente en el espacio privado y para personas cercanas. No obstante, en este caso se cuidaba en el espacio público a un gran número de personas desconocidas. Sin

embargo, aquí no se quiere negar la capacidad de agencia de las mujeres a partir de la asociación histórica de este tipo de actividades, prácticas y espacios. Por el contrario, se quiere resaltar a la cocina como un espacio en donde es posible ver la agencia social de las mujeres a través de espacios, prácticas y experiencias históricamente oprimidas, lo cual, a su vez, es un acto de responsabilidad académico e investigativo:

“[Se tiene] la necesidad de asumir responsabilidad sobre todas las implicaciones de las posturas políticas asumidas por la academia progresista; reconocer compromisos, valores y modos de existencia encarnada en el cuerpo que deben ser destruidos y reconstruidos para que las mujeres se conviertan en el tipo de sujetos que tales posturas presuponen (...) probables, es importante tomar en consideración los deseos, motivaciones, compromisos y aspiraciones de la gente para quien estas prácticas son importantes” (Mahmood, 2019, pág. 26).

Y así, desde la perspectiva de la sociología de la experiencia, se puede resaltar la lógica subjetiva de las mujeres participantes, la cual, pretende comprender “las tensiones y conflictos que circundan, por [una parte], el seguimiento de las normas y la ejecución de los roles y, por [otra], la movilización de los recursos, la capacidad para negociar y seguir las reglas para obtener el resultado esperado” (Villagómez, 2019, pág. 37). Lo que ocurre cuando los individuos se ven enfrentados a situaciones disruptivas que generan rupturas en la continuidad de sus acciones –por ejemplo, en situaciones de crisis, como lo fue el estallido social–, lo que obliga a reconstruir lo establecido y a la transformación de la acción. Dicho de otra manera, como las mujeres se cuestionaron frente a los roles y espacios institucionalizados para su alimentación, fueron críticas frente a ello, y tomaron acciones correspondientes.

En este sentido, a través de las ollas comunitarias y el accionar de las mujeres participantes, es posible resaltar el valor polisémico de la cocina como un acto y espacio de intersección y (re)negociación continua de aspectos políticos, domésticos y, especialmente, de género (Finn, 2015). Al fin y al cabo, son ellas y mediante sus términos propios, quienes decidieron salir a montar las ollas comunitarias en el punto de concentración y, con ello, darles un sentido a sus acciones.

## Conclusiones

A pesar de la bibliografía existente sobre ollas comunitarias desde distintas perspectivas disciplinarias, considero que estas son una experiencia social que aún

no hemos terminado de comprender. A través de la investigación en curso, he podido comprobar que cada olla comunitaria es distinta y responde a lógicas de acción diferentes, dependiendo de los actores que en estas participen, los recursos con que se cuenten, el contexto en que se realicen, y el sentido que se le otorgue. Todo ello, aunque a través del presente texto intento mencionar tres procesos que posibilitaron la construcción de ollas comunitarias en Puerto Resistencia durante el estallido social en Cali en el 2021, resalta la riqueza de conocimientos, significados y prácticas que se revelan a través de la cocina y el cocinar.

No obstante, retomo esos tres elementos que considero que fueron relevantes para la producción de ollas comunitarias durante el estallido social en el punto de concentración de Puerto resistencia: el construir y habitar un espacio en el que simultáneamente convive la marginalización y los procesos de resistencia, la creación y el aprendizaje de estrategias de subsistencia alimentaria, y la subjetivación y continuidad de los trabajos de cuidado en el espacio público, los cuales, a su vez, responden a las lógicas de acción propuestas por Dubet (2010) en la sociología de la experiencia.

De este modo, quiero cerrar este texto invitándonos a pensar la cocina como un acto político que condensa y pone en manifiesto elementos colectivos e individuales de nuestra sociedad. No es gratuita la frase “somos lo que comemos”. Es necesario trascender la mirada normalizada que hemos otorgado sobre las prácticas que reproducen nuestra cotidianidad, como lo son los trabajos de cuidado, y prestar atención a lo que en ella damos por sentado y hemos terminado invisibilizando. De este modo, podremos llegar a comprender elementos de nuestra sociedad que de otra manera sería muy complejo llegar a comprender.

Dicho lo anterior, respondo la pregunta inicial: sí es posible alimentar en contextos de violencia, crisis y distribución desigual de recursos, y las ollas comunitarias son un ejemplo concreto de ello. Ahora bien, más allá de afirmar que estas existen, la tarea debería consistir en escuchar los mensajes que estas están transmitiendo, así como las posibilidades subrepticias y ordinarias de construir otras posibilidades para sostener, restaurar y crear vida.

## **Bibliografía**

Alonso, J., Arcos, M. A., Solano, J. A., Vera Llanos, R., & Gallego, A. I. (2007). Una mirada descriptiva de las comunas de Cali. Cali: Centro de investigación en economía y finanzas - ICESI.

Barrera, V., & Ortega Palacio, H. (2022, mayo 17). Cali, la ciudad que todavía tiembla. Recuperado de Cali, la ciudad que todavía tiembla: <https://www.elespectador.com/colombia-20/estallido-social-en-cali-memorias-de-jovenes-a-un-ano-del-paro-nacional/> <https://www.elespectador.com/colombia-20/estallido-social-en-cali-memorias-de-jovenes-a-un-ano-del-paro-nacional/>

Castillo Gómez, L. (2021). Arde Cali, sucursal del cielo y capital mundial de la salsa. In CIDSE, *Pensar la resistencia: mayo del 2021 en Cali y Colombia* (pp. 95 - 126). Cali: Universidad del Valle.

Bourdieu, P. (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

Bourdieu, P. (2016). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. España: Penguin random house.

De Certeau, M., Giard, L., & Mayol, P. (1994). *La invención de lo cotidiano 2. Habitar y cocinar*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.

Duarte-Hidalgo, C., López-Rojas, C., Ochoa-García, P., & Salazar-Enríquez, P. (2020). Acción colectiva, antagonismos y resistencia comunitaria en el conflicto socio-territorial de Freirina. *Revista Eleuthera*, 170-188.

Dubet, F. (2010). *Sociología de la experiencia*. Madrid: Editorial Complutense.

Finn, J. E. (2015). The Kitchen Voice as Confessional. *Food, Culture & Society*, 85-100.

Fischler, C. (1998). Food, self, and identity. *Social science information*, 275 - 292.

Gómez, A. (11 de junio de 2021). Puerto Resistencia: punto de referencia para la resistencia en Cali. Obtenido de Puerto Resistencia: punto de referencia para la resistencia en Cali: <https://lapalabra.univalle.edu.co/cronica-puerto-resistencia-punto-de-referencia-para-la-resistencia-en-cali/#:~:text=El%20origen%20de%20lo%20que,La%20Hacienda%20y%20El%20Rodeo>

Ibarra, M. E., & Recalde García, S. (2023). Mujeres y feministas en el estallido social de Colombia, 2021. En CLACSO, *Derechos humanos y paz. Dimensiones*

nes para el fortalecimiento de la democracia (págs. 203 - 254). Buenos Aires: CLACSO

Jiménez, D. M., Castro, J. A., Castillo, M., Caicedo, M. I., Arias, F. A., Castro, L. M., Pretel, Á. J. (2020). Informe de Coyuntura Socio-Económica : Cali 2019. Cali: CLACSO.

La torna. (27 de mayo de 2021). Ollas comunitarias, la resistencia con cuchara de palo. Obtenido de Ollas comunitarias, la resistencia con cuchara de palo: <https://medium.com/la-torna/ollas-comunitarias-eb44b41e1235>

Laval, C., & Dardot, P. (2015). Común. Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI. Barcelona: Gedisa.

Líder 1 olla comunitaria Puerto resistencia. (16 de diciembre de 2023). Entrevista 3. (A. M. Cruz Vidal, Entrevistador)

Mahmood, S. (2019). Teoría feminista y el agente social dócil: algunas reflexiones sobre el renacimiento islámico en Egipto. Papeles del CEIC, 1 - 31.

Narváz, J. (10 de junio de 2021). Entrevista – Es necesaria la reconciliación frente a lo que está sucediendo. Obtenido de Entrevista – Es necesaria la reconciliación frente a lo que está sucediendo: <https://lapalabra.univalle.edu.co/entrevista-es-necesaria-la-reconciliacion-frente-a-lo-que-esta-sucediendo/>

Salazar Trujillo, B. (2021). No salgas de tu barrio: Cali entre el horror y la esperanza. In CIDSE, Pensar la resistencia: mayo del 2021 en Cali y Colombia (pp. 151-166). Cali: Universidad del Valle.

Villagómez, P. (2019). La constitución social de experiencias alimentarias en la pobreza. un estudio cualitativo con familias de estratos populares en iztapalapa, Ciudad de México. Ciudad de México: Colegio de México.



### *III. Gastronomías y turismo*



# LA GASTRONOMÍA Y EL TURISMO: DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS DE FUTURO EN UN CONTEXTO SOSTENIBLE

Maria del Pilar Leal Londoño

CETT, School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, Universidad de Barcelona,  
TURCIT

## Introducción

La gastronomía, en el imaginario colectivo a lo largo de los años, ha sido asociada con el buen comer. Sin embargo, ésta es solo una parte de esta disciplina. La gastronomía se manifiesta de diversas maneras, se expresa en diferentes escenarios. Así, el concepto a lo largo del tiempo ha evolucionado y, desde hace años, se asocia indiscutiblemente con “cultura”. De hecho, algunos autores han sugerido que la gastronomía es el estudio de la relación entre la cultura y la alimentación (Bessière, 1998; Scarpato, 2002; Espeitx, 2007).

A nivel turístico, no cabe duda de que el papel de la gastronomía en la diferenciación de la oferta de los destinos es cada vez más relevante en todas las escalas geográficas. Sin embargo, el nexo entre gastronomía y turismo en un marco sostenible resulta uno de los aspectos recientes y, por tanto, menos estudiados. Así, el principal objetivo del presente capítulo es, por lo tanto, el de abordar desde una perspectiva teórico-práctica la relación existente entre la gastronomía y el turismo en un marco sostenible para plantear perspectivas de futuro que permitan entender a la gastronomía como una oportunidad de diferenciación y aportación de valor para los destinos. Para lograrlo, se parte de definiciones y conceptos base, que permiten, por un lado, establecer el marco de análisis y discusión, y por

otro, proporcionar elementos claros y útiles a los destinos que pueden ver en la relación gastronomía y turismo, una oportunidad para ser más competitivos. Así, a partir del análisis de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se presentan elementos de discusión que responden a las metas de los ODS identificados como comunes para los dos sectores: el gastronómico representado en los productos agroalimentarios, y el turístico. El capítulo propende por la reflexión sobre el presente y, sobre todo, sobre el futuro de la relación gastronomía y turismo representada en el turismo gastronómico.

Así, el capítulo se encuentra estructurado en una primera parte que proporciona el marco conceptual común del fenómeno objeto de estudio, y en una segunda parte, se presenta la relación entre gastronomía y turismo, para abordar posteriormente el turismo gastronómico en un contexto de sostenibilidad.

Durante el transcurso del capítulo se analizan los ODS comunes a los dos sectores: el gastronómico y el turístico. De igual manera, se analizan las metas de cada ODS y las posibilidades de contribución por parte del turismo gastronómico. Finalmente, se plantean unas consideraciones finales, donde se destaca la necesidad de alinear políticas y acciones por parte de organizaciones como la OMT y la FAO, como una oportunidad para aunar esfuerzos y cumplir con la Agenda 2030. Además, se considera que los hallazgos obtenidos resultan útiles para que las instituciones y organizaciones turísticas, tanto desde el ámbito público como desde el privado, puedan valorar la relevancia de la relación entre gastronomía y turismo en un marco sostenible, para así orientar decisiones futuras que repercutan en la competitividad de los destinos turísticos.

## **El marco sostenible común**

En el año 2015 se aprobó por parte de la Asamblea General de Naciones Unidas, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y, con ella, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), un marco compuesto por 17 objetivos y 169 metas, mediante las cuales, estados, sociedad civil y sector privado podían guiar y medir sus contribuciones al desarrollo sostenible hasta el año 2030.

Esta agenda iguala las contribuciones al desarrollo sostenible independientemente del actor que las realice (Red Española de Pacto Mundial, 20016). Así pues, de acuerdo con el documento “El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible” (2016) elaborado a partir de la participación de 13 empresas del sector turístico, quienes identificaron potenciales retos del sector con relación

a la nueva Agenda de Desarrollo 2030, se definió que “el turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Concretamente, el turismo aparece en las Metas de los Objetivos 8, 12 y 14, que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción y el uso sostenibles de los océanos y los recursos marinos”.

Asimismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2016, también publicó el documento “Turismo y los objetivos de desarrollo sostenible” donde realiza una interpretación turística de los 17 ODS. En ambos documentos, se hacía hincapié en la necesidad de hacer frente a los retos que suponía el cumplimiento de los ODS, específicamente para el turismo. A pesar de ello, en la actualidad y a pesar de los avances europeos en ciertos países con relación a la implementación de prácticas sostenibles por parte de la pequeña y la mediana empresa turística, la inversión y ejecución de prácticas sostenibles que aborden las principales dimensiones de la sostenibilidad (social, económica y ambiental), es todavía bastante incipiente.

Por otro lado, para el caso de la gastronomía desde la perspectiva del sistema agroalimentario, la Agencia de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2023), en su portal oficial, hace un balance sobre el cumplimiento de los ODS ahora que la Agenda 2030 se encuentra en el ecuador. Así, valora los avances específicamente en ocho ODS: 1, 2, 5, 6, 10, 12, 14 y 15<sup>1</sup> y destaca, entre otras cuestiones, como la postpandemia, “la crisis del cambio climático y los conflictos armados, están teniendo repercusiones generalizadas en todas las dimensiones de la Agenda 2030, como la pobreza, la seguridad alimentaria y la nutrición, la salud y el medio ambiente”. La Organización pone de manifiesto que, a nivel global, “los progresos realizados en los dos últimos decenios se han estancado, y en algunos casos incluso se han revertido, agravando los desafíos para erradicar la pobreza y el hambre, mejorar la salud y la nutrición, y combatir el cambio climático”.

En este contexto de regresión de los avances, resulta pertinente reflexionar sobre el futuro de la gastronomía vinculada con el turismo cuya principal manifestación es el turismo gastronómico. Vale la pena desatacar que la gastronomía y el

---

<sup>1</sup> ODS 1. Fin de la Pobreza; ODS 2. Hambre Cero; ODS 5. Igualdad de Género; ODS 6. Agua Limpia y Saneamiento; ODS 10. Reducción de las desigualdades; ODS 12. Producción y Consumo Responsable; ODS 14. Vida Submarina; ODS 15. Vida de Ecosistemas Terrestres.

turismo convergen en los ODS 12 y 14, como Objetivos que han sido destacados por las principales organizaciones con competencias en la materia: FAO y OMT.

### **El turismo gastronómico como resultado de la relación entre gastronomía y turismo**

Al analizar el desarrollo del turismo gastronómico como actividad que implica la compra y venta de un producto, en este caso la gastronomía, es importante entender los principales cambios que han incidido en la manera de entender la gastronomía y sus representaciones por parte de la sociedad. Puede decirse que las diferentes construcciones mentales de lo que puede ser la gastronomía y la posible interacción por parte del turista con la alimentación, ha conllevado a una actividad comercial entendida como turismo gastronómico (Leal, 2013, 2015).

De acuerdo con Mulcahy (2019), la importancia y significado del turismo gastronómico fue ejemplificado por el primer fórum de turismo gastronómico desarrollado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2015, que puso en el centro el turismo gastronómico. En 2012, la OMT ya había publicado su primer informe monográfico sobre turismo gastronómico, donde además de casos obtenidos de miembros afiliados también se encontraban algunas aproximaciones teóricas a este fenómeno.

A pesar de ello, el origen se remonta al discurso promovido por la misma OMT a través de la “Conferencia internacional sobre alimentos locales y turismo” llevada a cabo en Chipre en el año 2000. A ello hay que sumar el nacimiento de movimientos como Slow Food en Italia y, desde el punto de vista más elitista de la gastronomía, de instituciones como el grupo Michelin y su guía de restaurantes, que también han desempeñado un papel fundamental en los cambios y percepciones de los consumidores frente a la gastronomía a nivel internacional (Leal, 2013, 2015).

Si bien el nacimiento del turismo gastronómico es relativamente reciente en comparación con otras modalidades turísticas como el turismo cultural o el de sol y playa, vale la pena mencionar que la academia ha sido relativamente lenta en explorar este fenómeno. No obstante, la aportación de Richards y Hjalager con su libro *Tourism & Gastronomy* (2002) marco un hito académico en el estudio de este fenómeno. A pesar de ello, es a partir de 2005 cuando se identifica un incremento en la producción científica asociada a este fenómeno. De hecho, de acuerdo con Tort (2024), en el análisis bibliométrico llevado a cabo, de las 251

publicaciones académicas en los últimos años, los artículos académicos dedicados al turismo gastronómico se realizan desde la perspectiva del marketing y la gestión, poniendo en valor el patrimonio alimentario como un hecho diferencial para la promoción de los destinos turísticos.

En definitiva, la relación entre turismo y gastronomía ofrece una plataforma para la promoción de las culturas, a través de los recursos culinarios (Dixit, 2019) a la vez que contribuye al desarrollo territorial sostenible (Leal, 2019). Asimismo, contribuye positivamente a muchos niveles de la cadena de valor del turismo, tales como la agricultura, la cultura, y la alimentación local. Por tanto, no es de extrañar el vínculo que se establece en la actualidad del turismo gastronómico como una modalidad de turismo sostenible.

### **Turismo gastronómico desde una perspectiva sostenible**

La sostenibilidad de acuerdo con el informe Brundtland (1987), establecía en su definición “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de utilizar los recursos económicos, ambientales y socioculturales para satisfacer sus propias necesidades”. De igual manera, la Organización Mundial del Turismo (OMT) definía en 2005 el turismo sostenible como aquel que “tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Así, y aunque esta definición y la concepción misma de sostenibilidad y desarrollo sostenible han evolucionado a lo largo de los años, no cabe duda de que, el turismo gastronómico sostenible entiende la necesidad de preservar tradiciones, de proteger la agricultura que rescata variedades locales, de promocionar el paisaje agrícola y sus costumbres y, en general, de poner en valor para el turista lo que representa la alimentación, en un sentido amplio, para un determinado territorio. La misma OMT (2023) ponía de manifiesto que la sostenibilidad del turismo gastronómico pasaba por promover y desarrollar acciones vinculadas con el cultivo de semillas y productos locales, la distribución equitativa de los beneficios del turismo gastronómico, la participación de la comunidad en la cadena de valor, una mayor interacción entre chefs y productores o reducir significativamente, el desperdicio de alimentos, entre otras cuestiones.

En la actualidad, gestionar la sostenibilidad significa involucrar a todos los actores del sistema local (operadores, autoridades, turistas, residentes), quienes usualmente presentan diferentes intereses y persiguen diversas metas que normal-

mente no coinciden (Corvo y Filippo, 2019). De acuerdo con estos mismos autores citados, el turismo gastronómico sostenible está basado en la aceptación de principios generales de comportamiento por parte de clientes, instituciones, operadores del sector y la población local, pero también conlleva a una serie de paradojas que ponen en riesgo negativamente el ambiente y los recursos de las comunidades que esta forma de turismo intenta preservar. Por tanto, a continuación, se analiza el turismo gastronómico desde la implantación práctica de la sostenibilidad, es decir, a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

### *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y turismo gastronómico*

Las estrategias en materia de sostenibilidad vinculadas con la gastronomía podrían hacer una contribución significativa a los ODS, si se producen localmente y se cultivan de forma sostenible frutas, verduras y mariscos como prioridades (Scheyvens y Hughes, 2015). Además, al acortar la cadena de suministro de alimentos, también es posible reducir el uso de energía para el transporte y la refrigeración, ahorrar millas de alimentos (Gössling et al, 2011), contribuyendo así al ODS 13 sobre la lucha contra el cambio climático o al ODS 1, que se orienta a mejorar las perspectivas de desarrollo local a partir de eliminar la pobreza, especialmente en países en vías de desarrollo.

De otra parte, desde la perspectiva turística, los productos locales proporcionan algo más que sustento porque son vistos como una parte importante de la experiencia turística, presentando una oportunidad para consumir un aspecto supuestamente auténtico de la cultura del anfitrión (Hall y Sharples, 2003). Por otro lado, según Scheyvens y Laeis (2022), el interés en los productos locales se debe principalmente a una creciente preocupación de los consumidores occidentales sobre la sostenibilidad de sus elecciones alimentarias. Por tanto, si se parte de un cambio social en la demanda que busca prácticas sostenibles durante sus viajes, el turismo gastronómico, sí incorpora prácticas sostenibles desligadas de la agroindustria y que converjan hacia un modelo agrícola alternativo que se aleja del modelo agroindustrial (ver tabla 1) y puede aportar a las metas planteadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Teniendo en cuenta la información presentada en la tabla 1, el turismo gastronómico responde y puede seguir respondiendo, a un modelo agrícola alternativo al modelo agroindustrial, encontrando así una oportunidad para desarrollar, cada vez más, servicios y productos turísticos gastronómicos que sean sostenibles. De hecho, tal y como se mencionó en el apartado dedicado al marco común de la

sostenibilidad, el turismo y la gastronomía convergen en dos ODS que son identificados por la OMT y por la FAO: los ODS 12 y 14, que hacen referencia a la producción y al consumo responsable (ODS 12), por un lado; y a la vida submarina (ODS 14), por otro, razón por la que a continuación se tratarán aspectos que se relacionan con las metas de los ODS 12 y 14.

Tabla 1. Características del modelo agrícola alternativo y el turismo gastronómico sostenible

<b>MODELO AGRÍCOLA ALTERNATIVO</b>	<b>TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE</b>
Posmoderno	El turista gastronómico nace en la posmodernidad, siendo uno de los elementos fundamentales la cultura local
Natural o fresco	La elección del turista gastronómico valora productos locales, pero también naturales, ecológicos, alejados de la agroindustria
Artisanal o hecho a mano (producción en pequeña escala)	Los productos en el marco del turismo gastronómico suelen ser productos artesanos y de baja producción
Cadenas cortas de abastecimiento	El turismo gastronómico permite reducir la cadena de abastecimiento y distribución poniendo en contacto productores con consumidores finales
Costos internalizados	Al acortar la cadena de valor, existe una distribución justa para los productores de alimentos que es apreciada por el turista gastronómico
Tradicional	Los productos demandados en un contexto del turismo gastronómico son principalmente productos con alto valor patrimonial
Diferente y diverso	En un contexto posmoderno, la autenticidad, diversidad y tradición representada en los productos agroalimentarios, es fundamental para el desarrollo del turismo gastronómico
Biodiversidad	La diferenciación de los productos agroalimentarios como elemento fundamental para el turismo gastronómico, pone en valor la biodiversidad
Platos regionales	La diferenciación de los productos agroalimentarios demandados en el turismo gastronómico pone en valor los platos locales y regionales
Mercados locales	Los mercados son un recurso del turismo gastronómico que pone en valor el producto local, regional y acerca al visitante a la cultura local

Tabla 1. Continuación

Agricultura orgánica, sostenible	Los turistas gastronómicos valoran los productos sostenibles, orgánicos y de proximidad, como rasgos que contribuyen a un equilibrio ecosistémico
Energías renovables	Las empresas del turismo gastronómico cada vez más incorporan prácticas de consumo alternativas ya que encajan, en muchos casos, con los valores de la empresa, y además pueden ser aspectos altamente valorados por los turistas gastronómicos
Slow food	Los agentes del turismo gastronómico suelen, en muchos casos, formar parte de movimientos como <i>Slow Food</i> como una manera de reivindicar precios justos, alimentos de proximidad y libres de sustancias químicas
Calidad	En el turismo gastronómico se prima la calidad del producto entendida no sólo en clave organoléptica, sino en clave patrimonial y sostenible
Arraigo	El turismo gastronómico apela a la identidad y a los valores patrimoniales que son capaces de transmitir los alimentos, por tanto, el arraigo al territorio es una característica del turismo gastronómico

*Fuente: Elaboración propia con base en Ilbery and Kneafsey (1998); Murdoch (2000) y Hinrichs (2003)*

### **Producción y consumo responsable en el marco del turismo gastronómico**

Las conexiones de intercambio de servicios y productos en el marco del turismo gastronómico dan lugar a nuevas relaciones productor-consumidor, en donde la cadena de valor y la circulación de capital resultante de las nuevas relaciones se puede dar en diferentes escalas. Autores como Ilbery y Bowler, (1998) o Renting, Marsden y Banks, (2003) prefieren hablar de una transición en las economías rurales que permiten pasar del régimen productivista (basado en la producción agroindustrial) a uno post-productivista, estableciendo una transición hacia Redes Alternativas de Alimentos (RAA) que incorporan Cadenas Cortas de Abastecimiento Alimentario (CCAA).

Las RAA son definidas como los mecanismos, sistemas, circuitos o canales de producción, distribución y consumo de alimentos que se fundamentan en la re-conexión o comunicación cercana entre productor, productor y consumidor, que

articulan nuevas formas de relación y gobierno en la red de actores y que estimulan una distribución del valor más favorable a los productores originarios (Winter 2004; Watts et al. 2005; Sánchez, 2009). En definitiva, las Redes reflejan la búsqueda permanente de un mayor acercamiento entre productor y consumidor final; es decir, en el acortamiento en la cadena de valor que se presenta, por ejemplo, en el turismo gastronómico y cuya mención han realizado diferentes autores (Hjalaguer y Richards; 2002; Antonioli Corigliano, 2002; Boniface, 2003; Hall y Sharples, 2003, Leal, 2015, 2019).

Por tanto, cuando el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, se orienta a la producción y al consumo responsable, e implícita o explícitamente, trata las relaciones que se establecen entre productor y consumidor. Específicamente, el ODS 12 según las Naciones Unidas, plantea que el consumo y la producción sostenible consisten en hacer más y mejor con menos. También, según la misma Organización, se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. Por tanto, el consumo y la producción sostenibles, también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. En la tabla 2 se observan las metas del ODS versus los posibles desafíos y/o perspectivas que tiene o debe tener en cuenta el turismo gastronómico sostenible.

Tabla 2. Metas del ODS 12 y el turismo gastronómico

<b>META Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12<sup>3</sup></b>	<b>Desafíos y perspectivas para afrontar por parte del turismo gastronómico</b>
<p>12.1 Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo</p>	<p>En el programa de Turismo sostenible liderado por la OMT en el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, cuyo objetivo principal es el de “apoyar la cooperación entre las partes interesadas para el desarrollo y la implementación de buenas prácticas en eficiencia de recursos y turismo bajo en carbono reduciendo la pérdida de biodiversidad, conservando ecosistemas y la herencia cultural, y contribuyendo al combate a la pobreza”. En este marco, el turismo gastronómico como ámbito de diferenciación territorial, ya propende por la preservación de la biodiversidad representada en los productos agroalimentarios, la preservación del patrimonio intangible representado en la gastronomía. Por tanto, la promoción y apoyo a este tipo de prácticas en el marco del turismo gastronómico se convierte en un desafío a afrontar por parte de los gobiernos en cualquiera que sea la escala territorial.</p>
<p>12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales</p>	<p>La promoción y adopción del turismo gastronómico como estrategia de diferenciación territorial, contribuirá al uso eficiente de los recursos naturales a través de prácticas sostenibles en toda la cadena de valor y comercialización de los productos agroalimentarios principalmente.</p>
<p>12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha</p>	<p>El turismo gastronómico fomenta la gastronomía sostenible que incluye a su vez, la implantación de acciones orientadas a la reducción del desperdicio alimentario en cualquiera que sea el eslabón de la cadena agroalimentaria.</p>

<sup>3</sup> Metas tomadas de la página oficial de Naciones Unidas dedicada a los ODS

Tabla 2. Continuación

<p>12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente</p>	<p>El turismo gastronómico debe promover, apoyar y dar voz a aquellos procesos de gestión racional de los productos agroalimentarios a través de la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos.</p>
<p>12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización</p>	<p>La gastronomía sostenible que incluye la reducción reciclado y reutilización de los productos, debe de ser una característica del turismo gastronómico antes del 2030.</p>
<p>12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes</p>	<p>Las empresas que participan en la cadena de valor del turismo gastronómico deben adoptar prácticas sostenibles en el marco de la Agenda 2030, convirtiéndose en un rasgo diferencial del turismo gastronómico.</p>
<p>12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales</p>	<p>La gestión pública del turismo gastronómico debe permitir la participación de la comunidad local en la toma de decisiones vinculadas a las estrategias de turismo gastronómico sostenible.</p>
<p>12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza</p>	<p>Las empresas que participan de la cadena de valor del turismo gastronómico deben incluir elementos de información y divulgación de sus prácticas sostenibles, de tal manera que se informe al turista/consumidor/a.</p>

Tabla 2. Continuación

<p>12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles</p>	<p>Los países con experiencias más avanzadas en el turismo gastronómico sostenible tienen el deber de compartir dichas experiencias con países que quieran/puedan implementar estrategias de turismo gastronómico en una escala nacional, por tanto, el papel de la OMT en la generación de dichos puentes de comunicación es fundamental.</p>
<p>12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales</p>	<p>Los gestores institucionales del turismo gastronómico deben promover la adopción de indicadores o técnicas que permitan medir el impacto del turismo gastronómico en los territorios, valorando la dimensión social, cultural y ambiental.</p>
<p>12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas</p>	<p>Todos los agentes del turismo gastronómico deben implantar prácticas sostenibles que se orienten a energías y prácticas alternativas de consumo energético.</p>

Fuente: *Elaboración propia, 2024*

## Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos

La gastronomía, como recurso fundamental del turismo gastronómico, incluye el consumo de productos del mar, y dicho consumo impacta en los ecosistemas marinos, con lo cual, el compromiso frente a, por un lado, prácticas sostenibles de quienes gestionan la producción de productos marinos y, por otro, corresponsabilidad por parte de quienes consumen dichos productos en el marco del turismo, es decir, el turista, es imperativo para poder garantizar un equilibrio de los ecosistemas marinos.

Naciones Unidas (2024), en su página oficial, destaca específicamente para el ODS 14 que “la gestión responsable de este vital recurso mundial es una de las claves de un futuro sostenible. Esto implica aumentar la financiación de la ciencia oceánica, intensificar los esfuerzos de conservación, y cambiar con urgencia el rumbo del cambio climático para salvaguardar el mayor ecosistema del planeta. Los esfuerzos actuales para proteger los océanos no responden aún a la urgente necesidad de salvaguardar este vasto, aunque frágil, recurso”. Del mismo modo, Naciones Unidas destaca que “el 80 % del turismo se concentra en zonas costeras. De no gestionarse de manera responsable, el turismo puede suponer una grave amenaza para los recursos naturales de los que depende, así como para la cultura e industria locales”. Por tanto, es un deber de los tomadores de decisiones en todos los niveles, convertir al turismo gastronómico en un fenómeno transformador de cambio. En la tabla 3 se observan las metas del ODS versus los posibles desafíos y/o perspectivas que tiene o debe tener en cuenta el turismo gastronómico sostenible.

Tabla 3. Metas del ODS 14 y el turismo gastronómico

<b>META Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 14<sup>4</sup></b>	<b>Desafíos y perspectivas para afrontar por parte del turismo gastronómico</b>
14.1 De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes	Los agentes directa o indirectamente involucrados en el turismo gastronómico tienen el deber de prevenir y reducir la contaminación tanto en tierra, como marina puesto que afecta a los ecosistemas marinos. Si bien, el turismo gastronómico propende por prácticas sostenibles, es necesario generar compromisos vinculantes por parte de todos los agentes de la cadena de valor.

<sup>4</sup> Metas tomadas de la página oficial de Naciones Unidas dedicada a los ODS

Tabla 3. Continuación

<p>14.2 De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos</p>	<p>En el marco del turismo gastronómico existen empresas que trabajan desde el respeto a los ecosistemas marinos puesto que es un factor de atracción para los turistas gastronómicos, y a su vez de diferenciación de modelos industriales extractivos de los recursos.</p>
<p>14.3 Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles</p>	<p>Es un deber de los agentes del turismo gastronómico, el informarse sobre los avances en materia de investigación sobre los océanos y a su vez, demandar una mayor transferencia de conocimiento por parte de la academia.</p>
<p>14.4 De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas</p>	<p>Es un deber de los agentes encargados de la compra de productos del mar, eliminar la compra de productos que no cumplan con prácticas sostenibles y es deber informar a los usuarios/consumidores/turistas de la procedencia de sus productos. De otra parte, es deber de los turistas informarse y exigir información certificada sobre el origen de los productos que están comprando o consumiendo.</p>
<p>14.5 De aquí a 2020, conservar al menos el 10% de las zonas costeras y marinas, de conformidad con las leyes nacionales y el derecho internacional y sobre la base de la mejor información científica disponible</p>	<p>Será deber exigir por parte de los agentes de la cadena de valor del turismo gastronómico, a los gestores y tomadores institucionales de decisiones sobre el turismo gastronómico, el desarrollo de políticas alineadas con la conservación de los ecosistemas terrestres y marinos; del mismo modo, debería ser un deber informarse sobre las acciones que se adelanten en materia de conservación.</p>

Tabla 3. Continuación

<p>14.6 De aquí a 2020, prohibir ciertas formas de subvenciones a la pesca que contribuyen a la sobrecapacidad y la pesca excesiva, eliminar las subvenciones que contribuyen a la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y abstenerse de introducir nuevas subvenciones de esa índole, reconociendo que la negociación sobre las subvenciones a la pesca en el marco de la Organización Mundial del Comercio debe incluir un trato especial y diferenciado, apropiado y efectivo para los países en desarrollo y los países menos adelantados</p>	<p>Al igual que en la meta 14.4, es un deber de los agentes encargados de la compra de productos del mar, eliminar la compra de productos que no cumplan con prácticas sostenibles y es deber informar a los usuarios/consumidores/turistas de la procedencia de sus productos. De otra parte, es deber de los turistas informarse y exigir información certificada sobre el origen de los productos que están comprando o consumiendo.</p>
<p>14.7 De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo</p>	<p>Al igual que en la meta 14.5 será deber exigir por parte de los agentes de la cadena de valor del turismo gastronómico, a los gestores y tomadores institucionales de decisiones sobre el turismo gastronómico, el desarrollo de políticas alineadas con el compromiso de ayuda hacia países menos adelantados en la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.</p>
<p>14.a Aumentar los conocimientos científicos, desarrollar la capacidad de investigación y transferir tecnología marina, teniendo en cuenta los Criterios y Directrices para la Transferencia de Tecnología Marina de la Comisión Oceanográfica Intergubernamental, a fin de mejorar la salud de los océanos y potenciar la contribución de la biodiversidad marina al desarrollo de los países en desarrollo, en particular los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados</p>	<p>Al igual que en la meta 14.3, es un deber de los agentes del turismo gastronómico, el informarse sobre los avances en materia de investigación sobre los océanos y a su vez, demandar una mayor transferencia de conocimiento por parte de la academia de tal manera que sus prácticas puedan contribuir a la biodiversidad de los ecosistemas marinos.</p>

Tabla 3. Continuación

<p>14.b Facilitar el acceso de los pescadores artesanales a los recursos marinos y los mercados</p>	<p>Es deber de los agentes del turismo gastronómico poner en valor la labor que desarrollan los pescadores artesanales en la conservación y protección de los ecosistemas marinos; por tanto, es un deber ayudar y apoyar a los pescadores artesanales a incorporar prácticas sostenibles en diversas áreas de su actividad pesquera.</p>
<p>14.c Mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como se recuerda en el párrafo 158 del documento “El futuro que queremos”</p>	<p>Es deber de los agentes del turismo gastronómico informarse de los acuerdos marco en materia de conservación de los ecosistemas, de tal manera, que puedan exigir a los tomadores de decisiones la adopción de políticas y instrumentos normativos que velen por la conservación de los océanos y sus recursos.</p>

*Fuente: Elaboración propia, 2024*

En la tabla anterior se pueden observar algunos compromisos que deberían ser abordados por parte de los agentes públicos encargados de la gestión de estrategias de turismo gastronómico, pero también por parte de agentes del ámbito privado, y también por parte de los turistas como agentes corresponsables del cambio.

### Consideraciones finales

El presente capítulo se planteaba como objetivo explorar la relación gastronomía y turismo en un marco sostenible; para lograrlo, se ha valorado la tangibilización de la sostenibilidad a través de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Así, se han abordado dos ODS que resultan comunes a la

relación gastronomía y turismo: el ODS 12 y el ODS 14, identificados en común por la FAO para el caso de la gastronomía, y por la OMT, para el sector turístico.

El aporte del turismo gastronómico a un turismo sostenible es evidente; es decir, el turismo gastronómico que pone en valor la cultura, el patrimonio local, que propende por productos de proximidad y que cada vez más promueve productos más respetuosos con el medio ambiente, es un fenómeno que es, y puede seguir siendo, transformador para muchos territorios.

A pesar de ello, dos sectores transversales y complejos como son el sector gastronómico y el sector turístico, necesitan de marcos sostenibles globales como lo son la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible que plantean desafíos que probablemente no serán resueltos en un marco temporal 2030; por tanto, es un deber de los agentes del turismo gastronómico conocer la Agenda 2030 y aplicar/adaptar las metas de cada ODS a su realidad más inmediata, con el fin de garantizar un futuro sostenible para el turismo en un horizonte más allá del 2030.

Así, y teniendo en cuenta los ODS analizados, se observa que la gastronomía y el turismo convergen en dos ODS muy concretos, aspecto que no necesariamente sugiere que los dos sectores no convergen ni deban alinearse con los otros 15 ODS. Lo mencionado podría responder a que las instituciones que lideran cada uno de estos sectores a nivel global como lo es la FAO y la OMT, no hacen un esfuerzo en la alineación común de la Agenda 2030, a pesar de pertenecer las dos instituciones a las Naciones Unidas.

El futuro del turismo gastronómico sostenible pasa por incrementar y fomentar experiencias en las cuales se produzca una interacción entre productores y consumidores finales, fomentando así la confianza en las relaciones como un mecanismo que permite mantener relaciones de largo plazo. La confianza estabiliza la relación entre los actores e implica una actitud cooperativa entre los mismos (Leal, 2019). Además, el concepto de Redes Alternativas de Alimentos permite entender la complejidad de quienes participan en el intercambio de productos alimentarios en el marco del turismo gastronómico.

Finalmente, el futuro de la gastronomía y el turismo sugiere una oportunidad de mejora alrededor del trabajo conjunto entre las instituciones que lideran dichos sectores, ello repercutirá en una agenda común y participativa de acciones que permitirá aunar esfuerzos económicos, humanos y permitirá una mejora en la cooperación en la generación de políticas conjuntas que puedan tener un fuer-

te impacto en las sociedades y, por tanto, en la actividad turística más allá del horizonte 2030.

Aunque el presente capítulo ha analizado dos ODS, como recomendaciones para futuras investigaciones, se sugiere analizar otros objetivos y sus metas que se consideren comunes a los dos sectores, de tal manera que se pueda entender de manera global el aporte del turismo gastronómico a la Agenda 2030.

## Agradecimientos

Este capítulo ha contado con el apoyo del proyecto PIMUS+-PID2021-123063NB-I00 (Ministerio de Ciencia e Innovación de España).

## Bibliografía

Antonioli Corigliano, R. (2002) “The route to quality: Italian gastronomy networks in operation”. En: Hjalager, A. y Richards, G. (Eds.) (2002). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge. Pp. 166-185.

Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*. 38(1), pp. 21-34.

Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: Travelling for food and drink*. Burlington: Ashgate.

Brundtland, G.H. (1987). *Our common future*. United Nations Organization.

Corvo, P. & Filipo, M. (2019). Sustainable Gastronomic Tourism. En: Dixit, K. S. (Eds) *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 199-206). London: Routledge.

Dixit, K. S. (Eds) (2019). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London: Routledge.

Espeitx, E. (2007). Los espacios turísticos del patrimonio alimentario. En Tresserras, J & Medina, F. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Ibertur, Universitat de Barcelona e Institut Europeu de la Mediterrània. Barcelona, pp. 153-174

Gossling, S., Garrod, B., Aall, C., Hille, J., & Peeters, P. (2011). Food management in tourism: Reducing tourism's carbon 'foodprint'. *Tourism Management*, 32(3), 534–543.

Hall, C. M. & Sharples, L. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Hinrichs, C. (2003). The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*.19, pp.33-45.

Hjalager, A., & Richards, G. (Eds.) (2002). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge.

Ilbery, B. & Bowler, I. (1998). "From agricultural productivism to post-productivism". En: Ilbery, B. (1998) (Ed.).*The Geography of rural change*. London: Longman. Pp.57-84.

Ilbery, B. & Kneafsey, M. (1998). "Product and place". *European Urban and Regional Studies*. 5(4), pp. 329-341.

Leal, M.P. (2019). *Alternative Foodnetworks and Gastronomy*. En: Dixit, K. S. (Eds) *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 516-526). Londres, Routledge.

Leal, M.P (2013). *Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios* (tesis doctoral). Universidad de Barcelona, Facultad de Geografía e Historia,

Leal, M.P. (2015). *El turismo gastronómico como motor del comercio de proximidad*. Editorial UOC

Mulcahy J. D. (2019) *Historical evolution of gastronomic tourism*. En: Dixit, K. S. (Eds) *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 24-31). London: Routledge.

Murdoch, J. (2000). Networks—a new paradigm of rural development? *Journal of rural studies*, 16(4), 407-419.

Naciones Unidas (2024). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/> (Recuperado el 30 de Enero de 2024).

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2016). El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible. Madrid: OMT.

Renting, H.; Marsden, T. & Banks, J. (2003). "Understanding Alternative Food Networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development". *Environment and Planning A*. 35, pp. 393-411.

Sánchez, J.L. (2009). "Redes Alimentarias Alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española". *Boletín de la AGE*. 49, pp. 185-207.

Scarpato, R. (2002). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(2), 1-12

Scheyvens, R., y Hughes, E. (2015). Tourism and CSR in the Pacific. In S. Pratt & D. Harrison (Eds.), *Tourism in Pacific Islands* (pp. 134–147). New York, NY: Routledge

Scheyvens, R., y Laeis, G. (2022). Linkages between tourist resorts, local food production and the sustainable development goals. In *Recentering Tourism Geographies in the 'Asian Century'* (pp. 139-161). Routledge.

Tort, N. (2024). Food tourism: A systematic analysis. *Tourism and Heritage Journal*, 5, 135–156. <https://doi.org/10.1344/THJ.2023.5.8>

UNEP (2016). Marco decenal de programas sobre consumo y producción sostenible. Naciones Unidas.

UNWTO (2023). 8º Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT. Madrid: Organización Mundial del Turismo, Barque Culinary Center.

Watts, D.; Ilbery, B. y Maye, D. (2005). "Making re-connections in agro-food geography: alternative systems of food provision". *Progress in Human Geography*. 29, pp. 22-40.

Winter, M. (2004). "Geographies of food: agri-food geographies: farming, food and politics". *Progress in Human Geography*. 28 (5), pp. 664-670.

# EL AGROTURISMO DE VAINILLA COMO ESTRATEGIA PARA ENRIQUECER LA OFERTA TURÍSTICA DE PAPANTLA (VERACRUZ, MÉXICO)

Karla Jocelyn Mendoza López  
Jerónimo Ramos Sáenz Pardo  
Víctor Ramón Oliva Aguilar  
Instituto Politécnico Nacional (México)

## Introducción

Desde finales del siglo xx, las áreas rurales han experimentado un aumento en la actividad turística, en gran parte debido a la preferencia de los turistas por realizar viajes más cortos y frecuentes a destinos cercanos (Gill et al, 2013). Este tipo de turismo ofrece a los visitantes la oportunidad de conectar directamente con la naturaleza y constituye una alternativa al turismo masificado. El desarrollo turístico en estas áreas puede contribuir a preservar las tradiciones alimentarias y agrícolas, al tiempo que estimula el crecimiento económico mediante la creación de nuevos empleos relacionados con la industria turística. Esto, a su vez, puede ayudar a reducir la migración hacia las zonas urbanas (FAO, 2022).

El turismo en espacios rurales ha dado lugar a diversas denominaciones, como el turismo de granja y el agroturismo, que a menudo se entrelazan con el concepto de turismo rural (Phillip et al, 2008). Esta interrelación cobra sentido al considerar el entorno en el que se desarrollan estas actividades turísticas, que requiere áreas poco urbanizadas y una profunda interacción con la naturaleza y la cultura local (SECTUR, 2004).

El agroturismo fomenta la diversificación de las funciones de los espacios agrícolas, ofreciendo una amplia gama de actividades que van desde recorridos por haciendas, ranchos o parcelas, hasta la adaptación de áreas para ofrecer alojamiento y la participación de los visitantes en actividades productivas. Además, se complementa con servicios de alimentación y bebidas elaborados con productos regionales y basados en la gastronomía local, con el objetivo de fusionar la actividad agrícola con la turística y crear nuevos mercados para los productos locales (SECTUR, 2004).

Dentro de Veracruz, el segundo estado más importante en aporte agroalimentario en México (Gobierno del Estado de Veracruz, 2020), se localiza el municipio de Papantla, en el que el sector agrícola es el más importante representando el 58% de uso del suelo y donde se cultiva la vainilla, producto endémico de la región del Totonacapan, de gran valor económico ya que en la actualidad es el productor más importante a nivel nacional (SIAP, 2019).

Desde lo expuesto, el objetivo de este capítulo es analizar el papel potencial que el agroturismo relacionado con la producción de vainilla puede ejercer, en tanto que estrategia socioeconómica y cultural para enriquecer la oferta turística de la localidad de Papantla, en el Estado de Veracruz. Así, este estudio tiene como propósito dar a conocer el valor de la vainilla, su cultivo e importancia cultural considerando los elementos del agroturismo como fuente adicional de ingresos para los productores y su comunidad.

## **Metodología**

Para el estudio se ha diseñado una metodología de enfoque mixto con investigación de gabinete y visitas a campo, método descriptivo e inductivo, identificación de actores y utilización de entrevistas a productores, funcionarios públicos del ramo turístico y agrícola, así como a prestadores de servicios turísticos

La investigación empleó el método etnográfico para comprender las problemáticas a las que se enfrenta la comunidad de agricultores y prestadores de servicios turísticos en el municipio de Papantla, Veracruz, desde su perspectiva y a través de sus experiencias personales (Peralta, 2009). Este enfoque, gracias a su naturaleza inductiva, permite comprender el problema mediante la observación y la descripción, lo que facilita la búsqueda de soluciones fundamentadas (Cotán, 2020). Además, se utiliza el método descriptivo para llevar a cabo la recolección y análisis de datos de manera transversal (Hueso et al., 2012). Para la recopilación

de datos, se optó por la entrevista semiestructurada, ya que permite establecer un contacto directo con los principales actores del municipio y también incorpora la observación directa no participativa (Escobar et al., 2020).

## Municipio de Papantla

La investigación se lleva a cabo en Papantla (Veracruz, México), un municipio donde el sector agrícola ocupa una posición destacada y donde se cultiva la vainilla, un producto endémico de la región del Totonacapan. El objetivo de este estudio es resaltar el valor de la vainilla, su proceso de cultivo y su importancia cultural, considerando además los elementos del agroturismo como una fuente adicional de ingresos para los productores y su comunidad.

Papantla se ubica al norte del Estado de Veracruz y forma parte del Totonacapan, área con 338 localidades, de las cuales solo tres son consideradas urbanas (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019). El 45% de la población económicamente activa se dedica a actividades del sector primario, y el municipio destina el 58% de su territorio a la producción agrícola, con 45.131'5 hectáreas de superficie sembrada, siendo el maíz, la naranja y el limón los productos con más representados, con un 95,64% del total (CEIEG, 2022). Además, es el mayor productor de vainilla en México, aportando el 42% de la producción total del país en 2019 (SIAP).

En el ámbito turístico, Papantla cuenta con una riqueza cultural notable, siendo la cuna de la cultura totonaca. En su territorio se encuentra el centro ceremonial más importante para los totonacas, El Tajín, además de preservar tradiciones como la de los voladores de Papantla, ambos reconocidos por la UNESCO como patrimonio de la humanidad (Gobierno del Estado de Veracruz, 2019).

Papantla forma parte del programa Pueblos Mágicos desde el año 2012 (SECTUR, 2014). Entre sus atractivos principales se encuentran el centro ceremonial de El Tajín, y en el centro de su ciudad capital cuenta con un museo dedicado al pintor Teodoro Cano, oriundo del municipio (SIC, 2023). También en el primer cuadro de la ciudad se encuentra un mural dedicado a la cultura totonaca y un grabado que cuenta la leyenda de la vainilla. Hay, además, un parque ecológico, llamado Kiwikgolo en honor al dios totonaca considerado dueño del monte y encargado del equilibrio de la naturaleza (INPI, 2018).

Uno de los principales eventos turísticos es la Cumbre Tajín, un festival cultural cuyo propósito es difundir la riqueza cultural y arqueológica de la Ciudad Sagrada de El Tajín. Según los datos del Sistema Estatal de Información Estadística Turística (SEINET, 2022), el 72,65% de los visitantes provienen del estado de Veracruz, lo que lo convierte en el principal estado emisor hacia Papantla. Dentro de Veracruz, el municipio que más turistas aportó fue Poza Rica de Hidalgo, con un 27,18% del total. En segundo lugar, se encuentra la Ciudad de México, con el 4,64%, seguido por el Estado de México, con el 3,13% (SEINET, 2022).

Durante la Cumbre Tajín, Papantla acogió al 66% de los 38.000 turistas que asistieron, con un promedio de estancia de 2.64 noches y un gasto promedio de \$521.00 pesos por persona. Este gasto se distribuyó de la siguiente manera: 31% en actividades turísticas, 30% en transporte, 21% en hospedaje y 18% en comida. La edad promedio de los asistentes es de 36 años, y el 88% no había visitado previamente el destino, lo que representa una oportunidad de captación de nuevos clientes (SEINET, 2022).

Pero la Cumbre Tajín no es el único evento que atrae turistas al municipio. Fiestas religiosas como el Corpus Christi y tradiciones como el Día de Muertos, también incrementan el número de visitantes. Sin embargo, el desarrollo de un producto agroturístico podría generar un aumento en la demanda durante otras fechas importantes para el cultivo de vainilla, como la floración y el beneficio.

Entre los atractivos naturales identificados mediante observación directa que podrían incorporarse a la oferta turística actual se encuentran dos caminos reales. El primero ocupa la ruta que los antiguos totonacos seguían para llegar a El Tajín desde Papantla, mientras que el segundo comienza en la reserva privada EcoPark Xanath, donde se ofrecen pláticas sobre la cultura totonaca y el cultivo de vainilla, y lleva a otro poblado llamado Las Mesillas. Además, el municipio cuenta con la reserva ecológica El Remolino, administrada por la comunidad local, que ha creado el centro ecoturístico Talhpan, ofreciendo hospedaje y alimentos locales. Finalmente, Papantla cuenta con una zona costera, siendo Rancho Playa la localidad más concurrida, y la zona arqueológica de Cuyuxquihui.

### **La vainilla y su cultivo en Papantla**

La vainilla fue considerada sagrada en el México prehispánico, y entre los usos que se le daban en la época precolonial por los antiguos habitantes del Totonacapan estaba su empleo en rituales. Se creía que el aroma de las vainas de vainilla

era similar al de los dioses, por lo que los líderes religiosos solían bañarse en agua perfumada con vainilla para sentirse más cerca de ellos (Barceló, 2011). Su presencia se puede rastrear entre las grandes culturas prehispánicas, siendo llamada Tlilxochitl por los nahuas, Sisbic por los mayas, y Xanath en la región totonaca (Sánchez et al., 2021).

La orquídea de la vainilla es la única capaz de producir un fruto comestible, y se conocen alrededor de ciento diez especies. Sin embargo, son tres las que destacan en la producción de vainilla a nivel mundial debido a su valor comercial: *Vainilla tabitensis* J. W. Moore, *Vainilla pompona* Schiede y *Vainilla planifolia* Andrews.

La orquídea de la vainilla es una enredadera que, para su desarrollo, necesita de un árbol tutor que le servirá de guía; a este tipo de plantas se les denomina epífitas. La vainilla cuenta con dos tipos de raíces: las raíces aéreas y la raíz principal. Las raíces aéreas son aquellas que crecen en los vértices del tallo y le permiten aferrarse al tronco del árbol tutor, además de que la ayudan a buscar luz y a captar la humedad del ambiente. La raíz principal se extiende hacia el suelo y no profundiza más de 10 cm. Su función es la de absorber los nutrientes de la tierra y de la materia orgánica depositada alrededor del árbol, la cual es colocada por el productor y consiste en hojarasca recolectada en los alrededores y desperdicios orgánicos de origen vegetal. En caso de que esta raíz sufra algún daño, alguna raíz aérea cambiará su dirección y tomará su lugar (Mancilla, 1997).

Es en los vértices donde ocurre la floración de la orquídea, conocida como "maceta", donde se encuentran las yemas vegetativas de reproducción. La floración ocurre una vez al año, entre los meses de marzo y abril, dando lugar a una orquídea hermafrodita de unos 5 cm de largo, de color amarillo verdoso. La polinización resulta en la formación de una vaina de color verde, que tardará hasta 9 meses en madurar en la planta, alcanzando una longitud de 12 a 25 cm (Veliz et al., 2013, p.4).

La producción de vainilla en México sigue un método tradicional arraigado en los acahuals, una práctica ancestral desarrollada por la cultura totonaca. En estos espacios, tras dos siembras de maíz o frijol para enriquecer el suelo, se prepara el terreno para plantar árboles tutores que servirán de soporte a las enredaderas de vainilla. Esta técnica no solo propicia un microclima favorable para su crecimiento, sino que también fomenta la biodiversidad al permitir el desarrollo de vegetación autóctona que brinda sombra y alimento a la planta (Aguilera, 2008, p. 32).

La plantación de vainilla no se realiza con semillas, sino con bejucos seleccionados del solar familiar y cuidadosamente reproducidos por las mujeres de la casa. Estos bejucos, previamente desinfectados con un caldo bordelés para prevenir la putrefacción, se plantan en cualquier época del año. Una vez elegido el árbol tutor, se procede a su preparación: si no proporciona suficiente sombra, se cubre su copa con hojas de plátano o se poda para permitir el paso de la luz. Los esquejes se atan al tutor con fibras naturales y, tras desarrollar raíces aéreas, la planta tarda entre tres y cuatro años en alcanzar una producción estable, que se mantiene hasta los siete años, momento en que comienza su declive hasta los 12 años, cuando finaliza su vida productiva (Hernández, 2011).

La polinización manual es un proceso clave en el cultivo de vainilla. En esta práctica, conocida como "mano vuelta" por los totonacas, el productor reúne a su familia y a otros agricultores de la comunidad para fecundar las flores durante cinco días. Este intercambio de trabajo crea un sistema de reciprocidad entre los productores, que también pueden contratar trabajadores locales para llevar a cabo la polinización, ofreciéndoles un pago por su labor (Aguilera, 2008)

Una vez que la vaina está madura, se procede al beneficio, un proceso de fermentación y deshidratación que reduce el contenido de humedad del fruto del 80-85% al 20-25%, y que conlleva cambios químicos y físicos que transforman la vaina en el producto oscuro y aromático que se comercializa a nivel mundial. Este proceso implica varias etapas, como la muerte del fruto, el sudado, el asoleado, el secado, el clasificado y el empaçado (Dunphy et al, 2016).

El proceso de beneficiado es fundamental para obtener el aroma y sabor característicos de la vainilla, ya que busca crear un contacto entre los precursores glucosilados, como la vainillina, y sus enzimas catalizadoras, que llevarán a cabo la hidrólisis. La liberación de la vainillina y otros compuestos volátiles es la responsable del aroma y sabor característicos de la vainilla, ya que la vaina verde carece de estas propiedades. La mayoría de estas reacciones ocurren durante los procesos de secado y sudado, y se ven complementadas por procesos de oxidación, que le dan a la vaina su color café característico (Dunphy et al., 2015).

Aunque la vainilla mexicana no es actualmente la de mayor comercio en el mundo, sí es reconocida por sus propiedades organolépticas. Por ello, en 2003 se iniciaron los trabajos para obtener la Declaratoria General de Protección de la Denominación de Origen Vainilla de Papantla, la cual se concedió en 2009. Esta distinción se otorga cuando la calidad de un producto está vinculada a su zona geográfica de origen y forma parte de la herencia biocultural de una población

(Domi et al., 2022, p. 114). La vainilla es endémica de la región, y esta designación protege su producción en 38 municipios de Veracruz y Puebla, estableciendo las variedades de vainilla que pueden ser cultivadas e incluyendo el proceso tradicional de secado y conservación (SEGOB, 2009).

## Agroturismo

El agroturismo ha experimentado un desarrollo incipiente desde el siglo XX (Phillip, 2010), con un auge particularmente notable a finales de los años 70 en Europa, específicamente en España, Portugal, Francia e Italia. En estos países, los turistas buscaban principalmente descansar y reconectar con sus raíces, lo que dio lugar a la oferta de alojamiento en propiedades rurales donde se podían participar en actividades como la producción de queso o vino (Szmulewicz et al., 2002). A partir de la década de 1990, los estudiosos del turismo comenzaron a crear definiciones que distinguían el agroturismo del turismo rural, considerándolo como un producto independiente dentro de la clasificación del turismo de naturaleza, aunque algunos lo ven como una especialización del turismo rural. Las primeras definiciones dieron lugar a etiquetas como agriturismo, agroturismo, granjas de vacaciones, turismo basado en granjas o turismo de granjas (Phillip, 2010). Uno de los primeros autores en diferenciar el agroturismo del turismo rural fue Martin Oppermann (1996), quien señaló que el criterio principal para distinguirlos era que el alojamiento del turista ocurriera en una granja productora, ya sea de medio tiempo o de tiempo completo.

Las características distintivas del agroturismo varían según el autor. Algunos consideran que debe desarrollarse en localidades con una amplia variedad de atractivos naturales y culturales, siendo los agricultores quienes brinden alojamiento y recorridos en sus granjas como la oferta turística principal, involucrando al visitante en las actividades de la granja (Alejandre et al., 2020, Peralta et al., 2017). Otros autores establecen que el agroturismo debe ofrecerse en granjas productivas (Gil et al., 2013). Sin embargo, también existen posturas que indican que las actividades agrícolas pueden no ser parte central de la oferta (Ammirato et al., 2020).

Phillip (2010) propuso una clasificación del agroturismo basada en tres variables: si la granja es productiva o no, la participación del visitante en la actividad agrícola y la autenticidad de la experiencia para el turista. Sin embargo, Gil et al. (2013) concluyeron que muchos prestadores de servicios solo se identifican con

las clasificaciones que establecen que el agroturismo debe realizarse en granjas productivas, siendo esta una segunda actividad económica.

Inicialmente, los desarrollos agroturísticos tendían a ser endógenos, un patrón que aún persiste en zonas donde los agricultores, al verse superados por las grandes industrias, deciden volver a métodos tradicionales y organizar recorridos dentro de sus espacios productivos o crear espacios para la venta directa al consumidor final (Canwat, 2022). A menudo, estos desarrollos se complementan con productos característicos de la región que tienen una Denominación de Origen, como la elaboración de quesos, aceites y vinos con métodos tradicionales (Domi, 2022).

En América Latina, algunos países comenzaron a desarrollar zonas agroturísticas a partir de diagnósticos sobre el potencial de ciertas regiones para este tipo de turismo, involucrando a instituciones privadas, gubernamentales y a la comunidad receptora (Vázquez et al., 2017). Esto ha llevado a una cooperación entre las instituciones dedicadas al turismo y aquellas responsables del desarrollo rural y la agricultura para impulsar el agroturismo (Barrera, 2006).

En la misma región, existen zonas turísticas que pueden considerarse como trabajando dentro del esquema propuesto para el agroturismo. Sin embargo, esto a menudo se debe a su ubicación en zonas rurales con una gran producción agrícola, más que a una planificación específica para crear este tipo de oferta. En estas zonas, a veces se ofrecen alojamiento, alimentos y bebidas, artesanías y productos agrícolas locales, pero rara vez hay una participación directa del visitante en estas actividades ni una oferta correctamente articulada (Andrade et al., 2015). Por lo tanto, es importante analizar zonas agrícolas que puedan desarrollar con éxito proyectos de agroturismo.

## Resultados

Durante las visitas al sitio, se entrevistó a José Luis Hernández Cuir, productor agrícola y propietario del parque ecoturístico Eco Park Xanath. Hace veinte años, Hernández incursionó en el turismo al notar el creciente interés de los turistas por aprender sobre el cultivo de vainilla. Esto lo llevó a adaptar un espacio en su propiedad para el camping, así como a diseñar un recorrido por su acahual, el sistema tradicional de siembra de vainilla, donde explica la historia del pueblo totonaco y su relación con cultivos endémicos como la vainilla.

Hernández observó un aumento en la afluencia de turistas en los últimos años, quienes muestran un creciente interés en aprender sobre los cultivos, la gastronomía local y la historia de la localidad. En respuesta a esto, ha incorporado caminatas por antiguos caminos reales que solían conectar el municipio con otras localidades, así como una oferta gastronómica a cargo de cocineras tradicionales que emplean productos y técnicas prehispánicas.

Una parte de la comunidad agrícola dedicada al cultivo de vainilla está organizándose en una cooperativa, compuesta actualmente por 32 agricultores. Su objetivo es apoyarse mutuamente desde la siembra hasta el beneficio o secado de la vainilla, eliminando los intermediarios. Cuando se les preguntó si estarían dispuestos a abrir sus hogares a los turistas y permitirles participar en sus labores diarias mientras les enseñan sobre su cultura y el valor de la vainilla para la comunidad, expresaron su disposición, siempre y cuando reciban capacitación sobre cómo llevar a cabo estas actividades.

La directora de turismo del municipio, Jazmín Márquez, actualmente se enfoca en la promoción del turismo cultural, dando mayor difusión a eventos como la Cumbre Tajín, la feria de Corpus Christi y la promoción de las tradiciones y la lengua totonaca. Sin embargo, considera que el agroturismo es una opción viable para el municipio, dado que cuenta con productos endémicos y certificados con Denominación de Origen, como el café y la vainilla. Además, se están impulsando actividades como visitas a zonas de siembra de chile, donde se muestran los procesos de secado y se enseñan recetas elaboradas con estos productos.

## Conclusión

El municipio de Papantla cuenta con una rica variedad de atractivos culturales y naturales, respaldados por una comunidad cuya principal actividad económica se centra en la agricultura y la ganadería (CEIEG, 2022). Estas características son fundamentales para la planificación de una oferta agroturística. Además, el municipio cuenta con amplios espacios naturales que permiten una apreciación óptima de la flora y fauna local, lo que posibilita la realización de actividades con bajo impacto ambiental, como el senderismo y la observación de aves.

Los agricultores de vainilla emplean métodos tradicionales de siembra, como la milpa y el acahual, los cuales pueden integrarse a la oferta agroturística, además de incentivar a quienes o utilizan este tipo de métodos a implementarlos lo que beneficiaría a la conservación de la flora y fauna local. Esto no solo generaría una

mayor derrama económica para el municipio, sino que también atraería un mayor flujo de turistas y prolongaría sus estadías. Se podrían diseñar diversas actividades dentro de los espacios productivos, así como la implementación de visitas guiadas a los centros arqueológicos y culturales de la zona.

Este estudio revela un interés por parte de la comunidad receptora en desarrollar un modelo de turismo alternativo que fortalezca la oferta actual. En este sentido, el agroturismo se presenta como una excelente opción para el municipio, dado que este modelo puede adaptarse a las condiciones y necesidades específicas de cada región.

## Referencias

Alejandre, L., Deveze, P., Mora, A., & Villagómez, J. (2020). Potencial de agroturismo como actividad emergente en el municipio de Cuitláhuac. *Estudios Sociales*, 30(55), 1-29. <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.841>

Ammirato, S., Felicetti, A., Raso, C., Pansera, B., & Violi, A. (2020). Agritourism and Sustainability: What We Can Learn from a Systematic Literature Review. *Sustainability*, 12(22). <https://doi.org/10.3390/su12229575>

Andrade, M. Ullauri, N. (2015), Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador, Pasos. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(5), 1199-1212, <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.081>

Barceló, R. (2011), Xanath y sus olorosas vainas: la vainilla entre los totonacos, *Cuadernos de nutrición*, 34

Barrera, E. (2006), Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales, *Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*, Editorial Sudamericana.

Canwat, V. Onakuse, S. (2022), Organic agricultura: A fountain of alternative innovations for social, economic, and enviromental callenges of conventional agricultura in a developing country context, *Cleaner and Circular Bioeconomy*, <https://doi.org/10.1016/j.clcb.2022.100025>

CIEIG, (2020), Cuadernillos municipales, Sistema de información estadística y geográfica del estado de Veracruz. Recuperado de [http://ceieg.veracruz.gob.mx/wpcontent/uploads/sites/21/2020/12/Papantla\\_2020.pdf](http://ceieg.veracruz.gob.mx/wpcontent/uploads/sites/21/2020/12/Papantla_2020.pdf)

Cotán, A. (2020). El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales. *Márgenes, Revista de la Universidad de Málaga*, 1(1), 83-103. DOI: <http://dx.doi.org/10.24310/mgnmar.v1i1.7241>

Domi, Giovanni. (2022). The role of origin products and networking on agritourism performance: The case of Tuscany. *Journal of Rural Studies*, 90, 113-123. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.01.013>

Dunphy, P. Bala, K., (2015), Optimization of Traditional Curing of Vanilla Beans, *Perfumer & Flavorist*, 40, Recuperado de [https://img.perfumerflavorist.com/files/base/allured/all/document/2015/08/pf.PF\\_40\\_09\\_038\\_11.pdf](https://img.perfumerflavorist.com/files/base/allured/all/document/2015/08/pf.PF_40_09_038_11.pdf)

Escobar, P, Bilbao, J. (2020), Investigación, Paradigmas, Métodos, Enfoques de Investigación, Cualitativa y Cuantitativa, Técnicas, Instrumentos, Editorial LULU.

FAO, (2022), El agroturismo promueve las tradiciones alimentarias en Palau, Recuperado de <https://www.fao.org/fao-stories/article/es/c/1512965/>.

Gill, C, Barbieri, C. Rozier, S. (2013), Defining Agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina, *Tourism Management*, 37 (39-47), <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.007>

Gobierno del estado de Veracruz, (2019), Plan Veracruzano de desarrollo 2019-2024, Recuperado de [http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd\\_2019\\_2024/PVD\\_COLOR.pdf](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/PVD_COLOR.pdf)

Havkin-Frenkel, D. Belanger, F. (2007), Application of metabolic engineering to vanillin biosynthetic pathways in vanilla planifolia, 165-192, DOI: 10.1002/9781118354056.ch5

Hueso, A. Cascant, J. (2012), Metodología y Técnicas Cualitativas de Investigación, Universidad Politécnica de Valencia, Cuadernos de Investigación en Proceso de Desarrollo (upv.es)

INPI, (2018), Kiwíkgolo (El dueño del monte). Pueblo totonaco de Veracruz. Kiwíkgolo (El dueño del monte). Pueblo totonaco de Veracruz. | INPI | Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas | Gobierno | gob.mx (www.gob.mx)

Oppermann, M. (1996), Rural Tourism in Southern Germany, *Annals of Tourism Research*, 23 (86-102), [https://doi-org.bibliotecaipn.idm.oclc.org/10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi-org.bibliotecaipn.idm.oclc.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)

Peralta, J. Li, S. (2017), Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales, *Estación Experimental Agroforestal*, 10, Recuperado de [https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta\\_ecaf\\_esquel\\_agroturismo\\_092017.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_ecaf_esquel_agroturismo_092017.pdf)

Peralta, J. Li, S. (2017), Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales, *Estación Experimental Agroforestal*, (10), [https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta\\_ecaf\\_esquel\\_agroturismo\\_092017.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_ecaf_esquel_agroturismo_092017.pdf)

Phillip, S. Hunter, C. Blackstock, K. (2010), A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31(754-758), doi:10.1016/j.tourman.2009.08.001

Sánchez, O, Cano, L. (2021), La vainilla en la medicina tradicional mexicana, *Suplemento científico El jarocho cuántico al son de la ciencia*, 2(16), Recuperado de <https://www.uv.mx/citro/files/2021/01/Jarocho-16-Vainillapdf.pdf>

SECTUR, (2004), Turismo alternativo. Una nueva forma de hacer turismo, Fascículo 1, Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>

SEGOB, (2009), Declaratoria General de Protección de la Denominación de Origen Vainilla de Papantla, *Diario Oficial de la Federación*, Recuperado de [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5082615&fecha=05/03/2009#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5082615&fecha=05/03/2009#gsc.tab=0)

SIAP (2019), Cierre agrícola, Cultivo Nacional de Vainilla, Recuperado de <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>

Szmulewicz, P. Álvarez, K. (2002), Agroturismo: una opción del desarrollo sustentable para las comunidades rurales de Latinoamérica, *Turismo y Desarrollo Sostenible*, Universidad Externado de Colombia

Vásquez E, Mota, S. (2017), El Agroturismo y como se relaciona con el desarrollo turístico en el Distrito de Huayllabamba, Provincia de Urubamba, en el Departamento de Cusco, 7(1), Logos, DOI: <http://dx.doi.org/10.21503/log.v7i1.1424>

Veliz, E. Rosales, L. (2013), Vainilla: Flor y esencia de México, Grupo México, México.



*IV. Excursus. Perspectivas desde las ciencias alimentarias: ¿Nuevas propuestas para nuevas necesidades?*



# DESARROLLO DE UN TAMAL DE FRESA CON PROTEÍNA DE ALTO VALOR BIOLÓGICO COMO ALTERNATIVA CULINARIA PARA PERSONAS CON DIABETES *MELLITUS* TIPO 2

María Soledad Córdova-Aguilar

Instituto de Ciencias Aplicadas y Tecnología (ICAT), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Alaide Jiménez Serna

Universidad del Claustro de Sor Juana

Rodolfo Alejandro Hernández Aranza

Universidad del Claustro de Sor Juana

## Introducción

El maíz es un cereal que ha estado presente en la alimentación de México desde la época prehispánica en diferentes formas. Hoy representa hasta un 60% de las kcal que consume la población mexicana.

El maíz ha formado parte, a lo largo de la historia, de diversos platillos tradicionales, como es el caso del tamal. El tamal, del náhuatl *tamalli*, significa “envuelto”, y es el nombre genérico dado a varias preparaciones elaboradas con masa de maíz cocida, envuelta en hojas de mazorca, maguey, plátano, aguacate, hoja santa, etc. Puede o no tener algún relleno, el cual puede ser, por su parte, dulce o salado.

El frijol también ha formado parte fundamental de la alimentación mexicana, siendo uno de los primeros cultivos en el sur de México. Se trata de una leguminosa rica en aminoácidos esenciales y alto contenido en fibra, lo que favorece los bajos índices glucémicos. Existen más de 70 variedades (Badui, 2015), siendo el frijol rojo al que, por su contenido de fibra, se le atribuye la función de estabilizar

mejor los niveles de azúcar en sangre. Aunque se caracteriza por tener oligosacáridos responsables de flatulencias y otros compuestos antinutrimientales, si se realiza un remojo de 8 a 10 horas y una cocción suficiente, se eliminan. Contiene un 65% de hidratos de carbono, un 6,3% de fibra insoluble y un 25% de proteínas.

La diabetes *mellitus* tipo 2 (DM2) es una enfermedad crónica que se caracteriza porque las personas que viven con ella, tienen los valores de glucosa en sangre altos ( $\leq 6.5\%$  de hemoglobina glicosilada). Esto ocurre porque el páncreas, en el aparato digestivo, no produce la cantidad suficiente de insulina o bien porque debido a alguna alteración en el organismo, es incapaz de utilizarla correctamente (Dezcalzo, 2017). En ambos casos, la glucosa se acumula en la sangre, provocando complicaciones fisiológicas propias de la patología que se desarrollan cuando el paciente no tiene un tratamiento integral o no cumple con las recomendaciones terapéuticas. Una de las principales causas que no permiten tener un control de la enfermedad es la alimentación, ya que existen diferentes restricciones, y ciertos platillos e ingredientes no pueden ser consumidos en su dieta habitual.

En la Ciudad de México, más del 14% de la población padece diabetes *mellitus* (DM). La Secretaría de Salud indica que la población con este padecimiento se incrementa en un porcentaje del 9,7% anual (Hernández, 2018). Es la segunda causa de mortalidad, tras las enfermedades cardiovasculares. De la gran población, sólo el 9% de quienes padecen la enfermedad lo saben. El resto se entera de forma tardía, y solo el 37% de las personas con DM tienen control de la enfermedad con dieta, presión arterial, medicamentos y peso corporal saludable.

A pesar del gran número de personas con DM, el desarrollo de productos alimentarios dirigidos hacia este mercado no cumple con lo solicitado en cuanto a contenido nutrimental, y mucho menos con un grado alto de satisfacción en su evaluación sensorial.

El tamal es un platillo cotidiano y tradicional de la cultura mexicana; sin embargo, su consumo está muy restringido para personas con DM, que no pueden consumir en su dieta alimentos con alto contenido de grasa saturada y carbohidratos (Ciencia UNAM, 2022).

El maíz y el frijol complementan el perfil de aminoácidos esenciales, aportando una proteína de mayor valor biológico con calidad similar a la de origen animal (Badui, 2015). Particularmente, el maíz azul contiene mayor cantidad de proteínas respecto al maíz criollo y otros cereales, y el frijol rojo, mayor contenido de

fibra y antocianinas, ingredientes vegetales percibidos en color rojo, azul y morado con actividad antioxidante y el control de lípidos (Mcgee, 2013).

El mucílago deshidratado de nopal es un polisacárido fibroso, altamente ramificado, que contiene de 35% a 40% de arabinosa, de 20% a 25% de galactosa, al igual que la xilosa, y de 7% a 8% de ramnosa y ácido galacturónico en la misma proporción (Reyes et al., 2018). Es útil en la industria alimentaria por su capacidad de formar redes moleculares y retener altas cantidades de agua, y es buen agente espesante y gelificante. El consumo del mucílago de nopal por quienes padecen DM es muy útil, ya que está asociado con el control de niveles de azúcar en la sangre, por su efecto hipoglucémico y por la reducción de la hiperglicemia postprandial o reducción de niveles de colesterol; además, presenta un cierto efecto protector en la mucosa gástrica (Consejo de Salubridad General, 2014).

Se propone, en este capítulo, el diseño de un producto tipo tamal dulce dirigido a personas con DM2, con la integración de ingredientes ricos en antocianinas y fibra soluble, buscando que el contenido nutrimental esté dentro de los requerimientos saludables, y que tenga un sabor agradable que les devuelva a estas personas el placer por comer.

## **Obtención y caracterización de harinas de frijol rojo sangre de toro, maíz azul y partículas secas de mucílago**

### *Harina de frijol*

La harina de frijol rojo sangre de toro se procesa siguiendo la metodología sistematizada para la elaboración de harinas del Laboratorio de Ingeniería de Proceso del ICAT- UNAM. Se descartaron las semillas resacas o materias extrañas que se encuentren presentes, y libres de olores extraños (CODEX 171-1989).

Se hizo un remojo durante 24 horas, en una relación de muestra-agua 1:3 a temperatura ambiente (Albisu y Fernández, 2008). Posteriormente, el agua fue drenada, las muestras lavadas y cocidas en una olla eléctrica T-Fal Multicooker 10 en 1 RK705852 Blanco, durante 90 minutos a  $95 \pm 5$  °C. Después de la cocción, el agua fue drenada.

El frijol cocido se somete al proceso de secado en el deshidratador de charolas de 10 charolas (Industrial Avantco), el cual consta de una cámara de secado equi-

pada con charolas perforadas en su interior, en las cuales se coloca el producto a secar, un extractor, un calentador de aire y deflectores los cuales distribuyen uniformemente el aire en el interior de la cámara y a través de las charolas (Brennan, 2006). El secado se hizo a una temperatura de 45-56°C hasta alcanzar un aw menor a 0.4 y una humedad inferior al 12%. Finalmente se realizó una molienda en una licuadora Vitamix EUA Aspire VM0103, y se tamizó el polvo en una malla de # 40 (0.420mm). La harina se almacena en recipientes con tapa, en un lugar fresco y seco a temperatura ambiente.

A la muestra se le determina % de humedad por un analizador de humedad infrarrojo (MA37 Sartorius), colocando 5 g de producto (Kirk et al., 1996). Para determinar la aw se utilizó el medidor de actividad de agua (Aqualab Series 4TE), el cual mide la actividad de agua de las muestras con la metodología de los sensores de punto de rocío.

La harina de frijol rojo sangre de toro presentó los siguientes valores:  $2.917 \pm 0.561$  % de humedad, y aw:  $0.3500 \pm 0.143$

#### *Harina de maíz azul*

La harina de maíz azul es comercial (Maseca®), en una malla de # 40 (0.420 mm), y también se le realizaron las determinaciones de % de humedad y aw. A continuación, se muestran los valores obtenidos:  $3.18 \pm 0.43$  % humedad, y aw:  $0.43 \pm 0.125$

#### *Mucílago deshidratado de nopal*

Se realizó la extracción mecánica del mucílago de nopal de poda de acuerdo con la metodología propuesta por Reyes et al. (2019), sin solventes con filtración simple. Los cladodios se lavaron y homogenizaron en una licuadora industrial durante 5 minutos. Se centrifugó el jugo (Peonia, 300) durante 15 minutos y se refrigeró a 4 ° C durante 24 h para que sedimentaran los sólidos; se filtró en papel filtro a 50 Hg cm de presión de vacío, obteniendo el mucílago líquido y el bagazo por separado. El mucílago líquido se procesó en un secador por atomización Niro Atomizer (GEA, Alemania) a 135°C. Las partículas secas de mucílago fueron empacadas al vacío en una máquina de envasado Webomatic (D-44866, Alemania) en bolsas de Polietileno/Nylon FoodSaver®, para su conservación, ya que

es un polvo altamente higroscópico. Los valores correspondientes, son: aw: 0.1602; Humedad (%): 3,43; pH 4,37.

## **Diseño, formulación y elaboración**

### *Diseño*

a) Se probaron en tres niveles de harina de frijol, para determinar el porcentaje que permite obtener un tamal con la textura de un tamal ordinario.

Con 50% de harina de frijol se obtuvo una mezcla porosa y poco compacta, haciendo complicada la manipulación de la masa, ya que no se integra bien y se “desmorona”.

Con 64,28%, la mezcla tuvo menos humedad, aunque la manipulación aún tiende a dejar partículas o “moronas” y no es fácil integrar.

Con 35,72% de harina de frijol, la mezcla fue homogénea y húmeda, permitiendo una masa con las cualidades físicas que permiten una mejor manipulación de la masa en el momento de formar los tamales.

El porcentaje de harina de frijol rojo elegido fue, finalmente, de 35,72%

b) Se sustituyó la manteca de cerdo de una formulación ordinaria por manteca vegetal. Se hizo por sustitución directa, utilizando el mismo porcentaje que se incorpora en la formulación ordinaria.

c) Se incorporó mucílago deshidratado de nopal en tres distintos porcentajes. En la etapa de selección del nivel es donde no hay alteraciones del sabor del producto final.

d) Se realizó la sustitución del 100% del azúcar refinado por sucralosa, un edulcorante no calórico, tanto en la preparación de la compota de fresa (relleno del tamal) como en la mezcla de tamal.

## *Formulación*

### Masa (peso)

40 % Harina de maíz azul  
35.72% Harina de frijol rojo  
5% Mucílago de nopal  
10,5% Manteca vegetal  
4% Sucralosa  
0,57% Sal  
1,14% Polvo para hornear  
1,1 % Canela en polvo  
2,85 % Vainilla  
0,380 L Agua

### Relleno (peso)

78 % Fresa en cubos  
1,87% Sucralosa  
4,7 % Jugo de limón  
0,100 L Agua

Hoja totomoxtle (de maíz) tipo “reguilete”

## *Procedimiento de elaboración*

1. Mezcla de tamal de maíz azul y frijol rojo: Masa
2. En un recipiente grande, colocar la harina de maíz azul, la harina de frijol rojo sangre de toro y la sal.
3. Incorporar el agua.
4. Agregar el resto de los secos uno a uno.
5. Mezclar hasta se incorporen los ingredientes y la masa adquiera una textura homogénea y tersa.
6. Reservar.

### Compota de fresa: relleno

1. Lavar y desinfectar la fresa.
2. Cortar en cubos. Reservar.

3. En un recipiente de doble fondo agregar la fresa, la sucralosa, el agua y el jugo de limón.
4. Cocinar durante 45 minutos.
5. Reservar.

#### Formación de tamal

1. Hervir 4 litros de agua. Colocar el agua en un recipiente grande y remojar las hojas de totomoxtle por 20 minutos.
2. Escurrir y reservar.
3. Calentar agua en una vaporera.
4. En las hojas de totomoxtle escurridas, colocar 0,090 Kg de mezcla de tamal, sobre ella, 0,030 Kg de compota de fresa, y envolver el tamal.
5. Colocar las piezas en la vaporera.
6. Cocción por 70 minutos.
7. Reposar 15 minutos dentro de la vaporera (ver figura 1).

#### Caracterización del producto

##### *Valoración reológica de la compota y de la mezcla para el tamal*

Se utilizó un reómetro de esfuerzo controlado (Anton Paar Physica MCR101) a 25°C con la configuración de cilindros concéntricos CC27 para obtener las curvas de flujo. El análisis de datos se realizó con el software Rheopus 3.5 °.

Las mediciones de viscosidad de corte se evaluaron en función de la velocidad de deformación en el intervalo de 0.1 a 200 s<sup>-1</sup>. Los datos experimentales de todas las muestras ajustaron al modelo de Ley de potencia.

La curva de viscosidad de la compota de fresa mostró un comportamiento de un fluido no Newtoniano tipo reofluidizante, que obedecen a la Ley de Potencia. El azúcar hace que la compota tenga menor consistencia (Índice de consistencia = 40,1 Pan) en comparativa con el uso del sustituto de azúcar (Índice de consistencia = 188 Pan).

Con respecto a mezcla para elaborar de tamal, se observa que ambas mezclas de tamal (ordinaria y modificada) son muy estables pero su consistencia es diferente, no obstante que no existe una diferencia significativa ( $\alpha$ , 0,5). La mezcla de

tamal modificado presenta menor consistencia (110 Pan) que la mezcla ordinaria (332 Pan). A pesar de la similitud con la del tamal ordinario, la integración de mucílago favorece obtener una masa homogénea y húmeda.

### *Perfil de textura*

Se realizaron pruebas de perfil de textura al tamal de fresa en cada etapa de sustitución o incorporación de ingrediente. Las pruebas se realizaron con un Texturómetro (BROOKFIELD® Texture Pro CT), cuantificando los parámetros mecánicos de las curvas de fuerza. Los datos se analizaron con el software Texture Pro CT V1.9 Build 35.

El análisis de textura permite obtener seis parámetros texturales muy bien correlacionados con la evaluación sensorial.

1. Dureza: Se refiere a la fuerza requerida para comprimir un alimento
2. Cohesividad: Es el punto límite hasta el que el alimento puede deformarse antes de romperse.
3. Adhesividad: Es la medida del trabajo necesario para vencer fuerzas de atracción entre la superficie del alimento y la superficie de otros materiales.
4. Elasticidad: Mide cuanta estructura original del alimento se ha roto por la compresión inicial.
5. Gomosidad: Es la energía requerida para desintegrar un alimento semisólido de modo que esté listo para ser deglutido. Producto de la dureza por la cohesividad.
6. Masticabilidad: Producto multiplicativo de elasticidad por la cohesión y la dureza. Representa la energía requerida para desintegrar un alimento hasta que esté listo para ser deglutido.

Se observa que la incorporación de harina de frijol a la formulación hace que la masa reduzca su dureza un 34% y su gomosidad en un 10%, mientras que la adhesividad, cohesividad y elasticidad se mantienen similares. La sustitución de la manteca de cerdo por manteca vegetal reduce la dureza en un 30% y los demás parámetros se mantienen similares a la masa ordinaria.

La integración de mucílago de nopal deshidratado a la formulación disminuye la dureza de la masa en un 38%, la elasticidad en un 60% y la masticabilidad en un 33%. La incorporación de la harina de frijol, la manteca vegetal, el sustituto de azúcar y el mucílago deshidratado, hacen que la dureza y gomosidad de la masa se incremente al doble y presente características texturales estables antes de la cocción.

El proceso de cocción permite la gelatinización de los almidones presentes en las harinas, lo que incluye la retención de cierta cantidad de humedad y el incremento de la dureza del producto.

La presencia de mucílago deshidratado de nopal permite tener un producto con cierta humedad y con menor dureza que el tamal al que se le incorpora sólo harina de frijol. La sustitución de manteca de cerdo por manteca vegetal y del azúcar por el sustituto de azúcar, no causa cambios significativos en la dureza del producto. Sin embargo, la combinación de todos los sustitutos en el producto final sólo reduce en un 10% la dureza del tamal ordinario, con una fracturabilidad similar, dando lugar a un producto similar a un tamal tradicional de dulce, homogéneo, húmedo y que no se desintegra con facilidad.

La adhesividad y la cohesividad no se modificaron significativamente ( $\alpha$ , 0,05) en el tamal modificado final. Esto quiere decir que cuando se agrega la harina de frijol, el mucílago, la manteca vegetal y el sustituto de azúcar en la formulación final, el valor de estas variables de textura fue similar al tamal ordinario. La adhesividad es la propiedad de textura que indica como las partículas de un producto permanecen unidas aun cuando se les aplique compresión. En el caso de los tamales, esta propiedad es determinante dado que indica qué tanto pueden permanecer las partículas unidas frente al corte además de indicar el comportamiento frente a la masticación y al “desmoronamiento” del producto. Se observa que la cohesividad del tamal modificado final se mantiene similar a la del tamal ordinario.

No obstante, se observa un efecto significativo en la adhesividad cuando se incorpora harina de frijol, se sustituye únicamente la manteca de cerdo por vegetal o se integra el sustituto de azúcar, ya que afecta la gelatinización de los almidones durante la cocción y da lugar a tener productos poco porosos. Cabe destacar que la calidad de la masa de tamal cocida se expresa mediante la apariencia, el sabor, el aroma y la textura táctil y oral. Esta mezcla de sensaciones está ligada a la frescura del producto. Por otro lado, la pérdida de humedad se encuentra rela-

cionada con la pérdida de cohesividad y la relación con el hinchamiento de los gránulos de almidón, los cuales conservan una mayor cantidad de agua.

La retención de humedad permite que los gránulos permanezcan más unidos y, por tanto, la masa cocida será menos desmoronable o más cohesiva. La presencia de mucílago en el tamal permite retener humedad y darle mayor cohesividad al tamal modificado final.

### **Análisis Químico Proximal (AQP) y perfil de aminoácidos**

Se llevó a cabo un Análisis Químico Proximal (AQP) de acuerdo con métodos oficiales de la AOAC (1990). Esto consiste en determinar humedad (934.01), mediante secado en horno; extracto etéreo (920.39), mediante método Soxhlet; cenizas (942.05), por incineración; fibra cruda (962.09), por digestión ácida y alcalina; y proteína cruda (954.01), por método Kjeldahl. Además, se determinó la cantidad de proteína verdadera y la digestible para calcular el valor biológico del producto. La proteína digerible se determinó por el método del pH estático, mediante una hidrólisis enzimática con pepsina (0,25%) a pH ácido utilizando HCl 0.075 N durante 18 horas conforme al método AOAC 971.09. El porcentaje de proteína digerible fue dividido por la cantidad de proteína cruda por 100 g de muestra (AOAC, 2011).

La proteína cruda fue de 9,62% para el tamal modificado, mientras que para el tamal ordinario fue de 1,82%. En cuanto a la proteína digerible, el tamal modificado tuvo un 6,85%, mientras que el ordinario tuvo 2,8%. Con respecto a la fibra cruda, en el tamal modificado fue de 1,04%, mientras que en el ordinario fue de 0,45%.

El perfil de aminoácidos se determinó por el método ACC-Qtag descrito en la Farmacopea Europea, el cual cuantifica el contenido de cada aminoácido (excepto triptófano) para proteínas, péptidos y aminoácidos libres en una columna de separación HPLC; para ello, previamente se realiza una derivatización de compuestos de urea (European Pharmacopoeia, 2010). En cambio, el triptófano fue cuantificado en una columna HPLC de fase inversa acoplado a un espectrofotómetro UV mediante una hidrólisis alcalina y posterior neutralización para formar el hidrosilato de triptófano y medir en la longitud de onda 280 nm (Yust et al., 2004).

El 83% de la proteína contenida en el tamal modificado es digestible. El valor biológico del tamal modificado se determina de acuerdo con el PDCAAS teórico: 25% mientras el experimental es 45.1%, siendo el aminoácido limitante: Triptófano y el aminoácido abundante: Leucina. Un tamal ordinario de dulce aporta en promedio hasta un 13,5% de grasa saturada, un 1,82 % de proteína y un 0,45% fibra cruda.

### **Cálculo nutrimental y aporte calórico**

Un tamal ordinario tiene entre 360 y 530 kcal. Esta carga calórica representa el 40% de la dieta promedio del ser humano en un día. La Coordinación de Nutrición y Dietética del IMSS recomienda que sólo es posible el consumo responsable de este producto (tamal), por pacientes con DM2, siempre y cuando se ingiera media pieza, considerando que estos productos forman parte de platillos comunes en la comida mexicana, y ello a pesar de su alto contenido en azúcares y carbohidratos. Si bien se menciona que no existe alimento malo, lo incorrecto es la forma y cantidad en que se consume (El Mundo, 2019). Sin embargo, medio tamal aún representa el 20% de la dieta promedio diaria con un consumo de entre 180 y 255 kcal.

La carga calórica del tamal de fresa desarrollado en este proyecto es de 163,48 kcal. La diferencia preponderante entre medio tamal ordinario (215 kcal) y el tamal de fresa completo propuesto (menor carga calórica) es claramente positiva, además de ofrecer un valor biológico mayor a los pacientes con DM2.

### **Prueba clínica preliminar con ratas Wistar**

Se llevó a cabo una medición basal de los niveles de glucosa de todos los grupos, con un ayuno previo de 12 horas. Se cuantificó la concentración de glucosa circulante en una gota de sangre (aproximadamente 10  $\mu$ L) extraída de la punta de la cola. La inducción de DM en ratas se hizo de acuerdo con la técnica de Massiello, con nicotinamida y estreptozotocina (Massiello et al., 1998).

La ingesta del tamal y del alimento Labdiet (es el que consumen los animales de manera rutinaria) y se comparó con la ingesta del tamal. Se colocaron 0,150 kg de cada producto y 24 horas después se cuantificó el alimento consumido. Este procedimiento se realizó durante 5 días, observándose que el consumo del tamal fue similar al del alimento Labdiet. Simultáneamente se evaluó el efecto en las

concentraciones de glucosa de los animales que ingirieron el tamal. Se observa que no se presenta incremento significativo en la concentración de glucosa después de 5 días de consumo.

En ambos grupos experimentales (control y diabéticos) se determinó el índice glucémico de 0,005 y 0,010 kg de tamal, respectivamente. Si bien es cierto que ambas dosis de tamal presentan un índice glucémico alto, estas dosis permiten mantener constantes (sin ascensos bruscos) las concentraciones de glucosa en los animales, lo cual también puede favorecer en el control de la DM2.

### **Evaluación Sensorial**

Los atributos sensoriales que se observaron en el tamal final cocido son:

- Color: Azul opaco con notas violetas.
- Olor: Frutal.
- Sabor: Dulce, a frijol, a maíz / dulce con notas ácidas
- Textura: Húmeda, tersa, compacta, succulenta.

Se priorizó la percepción de los consumidores con la aplicación de pruebas de tipo afectivas, que permiten evaluar si los consumidores aceptan el tamal de fresa, si lo comprarán, qué tanto les gusta y si los atributos a evaluar son como les gusta (Severiano, 2019). Se realizaron pruebas Just About Right (JAR: siglas en inglés de Justo como lo esperaba) para los descriptores más representativos del producto y una prueba hedónica de 9 puntos.

Las pruebas de evaluación sensorial se realizaron con pacientes con DM2 en estado controlado y descontrolado aleatoriamente, donde el 53% de los jueces se segmentaron en estado descontrolado debido a su último resultado de laboratorio de glucosa plasmática en ayunas realizadas en la Unidad de Medicina Familiar (UMF) No. 75 del IMSS, mientras que el 47% se encontraban en estado controlado, de acuerdo con sus resultados de laboratorio. El 59,37% de los derechohabientes eran mujeres y el 40,63% eran hombres, aunque su sexo no es un criterio de inclusión.

## Prueba JAR

Para la evaluación del tamal de fresa se seleccionó la prueba Just About Right (JAR). Esta prueba es utilizada principalmente en el desarrollo de nuevos productos, como una técnica de investigación de consumidores. Su utilidad, es para saber si los descriptores presentes en los alimentos están optimizados o si requieren incrementar o disminuir la intensidad de éstos (Fernández et al., 2018). Se consideraron como los descriptores: dulzura, esponjosidad, humedad y sabor a fresa.

Los resultados se agruparon en tres bloques, el primero que incluye las categorías por debajo del nivel JAR (“menos de lo que esperaba” y “mucho menos de lo que esperaba”), el segundo correspondiente a la categoría JAR (“justo como lo esperaba”) y el tercero por encima del nivel JAR (“más de lo que esperaba” y “mucho más de lo que esperaba”).

A partir de esta agrupación, se obtuvieron los siguientes porcentajes:

a) La dulzura fue un atributo que los jueces consideran como menos dulce de lo que esperaban (23.4%).

b) La esponjosidad mostró que los jueces que tienen una percepción por encima del nivel JAR son el 42.2%. Es un atributo que los consumidores buscan en un tamal, ya que consideran que un tamal menos esponjoso podría tener una textura “masuda” que puede entenderse que la mezcla podría haberse “sobre batido” o que el tamal no terminó su proceso de cocción (crudo).

c) Los jueces consideran la humedad como el atributo que causa que el producto tenga una textura más blanda, que tendría como consecuencia que no pudieran manipular el producto como lo harían con un tamal ordinario, por lo que los jueces consideran que, aunque el atributo está por debajo del nivel JAR (39,1%), el tamal tiene una humedad ideal que permite que el tamal se vea humectado sin que esto signifique que este “aguado” o seco.

d) En el sabor a fresa no presenta homogeneidad en la percepción del atributo, ya que se observan los mismos porcentajes de jueces que consideran que el atributo está por debajo a los que consideran adecuado.

### *Prueba sensorial hedónica de 9 puntos para valorar la aceptación del tamal modificado*

La prueba hedónica se utiliza para conocer el grado de satisfacción general (liking) que produce el tamal de fresa en una escala de nueve puntos, donde el 1 es la puntuación más baja y 9 la más alta (Gonzales et al., 2014). La prueba reporta que el tamal de fresa como un alimento alternativo para pacientes con DM2, tiene un grado de satisfacción general aceptable. De acuerdo con la escala utilizada, “les gusta bastante” con un promedio de aceptación de un 7,11.

### *Prueba de glucosa pre y posprandial*

Junto con las pruebas de evaluación sensorial, a los derechohabientes se les aplicó una prueba de glucosa pre y postprandial, para conocer el efecto del tamal en sus niveles de glucosa en sangre. Se les aplicó la prueba de glucosa casual antes de la ingestión y al pasar dos horas del primer bocado del tamal, se les midió la glucosa posprandial.

La glucosa posprandial mide la concentración de glucosa capilar dos horas después de la ingesta de alimento, el tiempo comienza a partir que la persona ingiere el primer bocado (Consejo de Salubridad General, 2014). Dentro de las metas terapéuticas de la patología, se encuentra mantener una hemoglobina glicosilada menor a 6,5%, glicemia en ayunas menor a 110 mg/dL o una glucemia postprandial de dos horas menor a 140 mg/dL (Conrado et al., 2011).

Los pacientes aceptaron realizar la prueba sensorial del tamal modificado. Se puede observar que no hay diferencia significativa entre los valores de glucemia pre y postprandial en ambos grupos (valores de p de 0,833 y 0,429 para los grupos controlado y descontrolados respectivamente) evitando una alteración significativa que pudiera tener un impacto en la salud de los pacientes con DM2 con un aumento promedio de 31,77 mg/dL de glicemia; significativamente menos al de un tamal ordinario que aumentaría la glucosa en un promedio de 200 mg/dL.

## **Conclusiones**

Se diseñó un tamal con base en una mezcla de harinas de maíz azul y frijol rojo sangre de toro, sucralosa y mucílago deshidratado de nopal; como alternativa culinaria para personas que viven con diabetes *mellitus* tipo 2. La formulación

final contiene una proporción de harinas de 40% de harina de maíz azul y 36% de harina de frijol rojo sangre de toro; contiene hasta 5% de mucílago de nopal en la mezcla de tamal y 4% de sucralosa.

El proceso de elaboración del tamal modificado requiere de una cocción de 70 minutos a 100°C. El perfil de textura reporta que el tamal modificado es similar en todos sus parámetros texturales a un tamal ordinario. El tamal modificado es un producto con 9.62% de proteína y 1.04% de fibra. El 83% de la proteína es digestible, con un PDCAAS de 45,1%. y la carga calórica es de 163.48 kcal.

En la prueba con ratas wistar se identificó que las ratas no presentan un incremento significativo en su nivel de glucosa después de 5 días de consumo y el tamal permite mantener constantes sus niveles glicémicos, evitando los asensos bruscos.

El tamal modificado tiene un grado de satisfacción general aceptable de acuerdo con la escala corresponde al nivel de “les gusta bastante” con un promedio de aceptación de 7,11.

En la prueba de glucosa postprandial el promedio de aumento de los niveles de glucemia fue de 31,77 mg/dL en los 64 pacientes tanto controlados (30) como descontrolados (34); lo que permite verificar que el tamal no tiene un efecto negativo en la salud de los pacientes con DM2.

## Agradecimientos

A la Unidad de Medicina Familiar No. 75 del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), por permitir el desarrollo del protocolo de Evaluación Sensorial y prueba de glucosa postprandial en derechohabientes con diabetes *mellitus* tipo 2, en particular a la directora de la Unidad, la Dra. Patricia Navarrete Olvera.

A la Dra. Isadora Martínez Arellano, por su asesoría, interés y su apoyo brindado al producto con las pruebas de textura y sensoriales realizadas.

A la Dra. Deni Nava Arenas por el apoyo brindado para las pruebas sensoriales y análisis estadístico del producto diseñado.

A la Dra. Ericka Karen Hernández Aranza, por el valioso apoyo brindado para la conformación teórica del presente proyecto.

A la Lic. Alejandra Aranza Buendía, por su asistencia en enfermería para la toma de glucosa preprandial y postprandial a los pacientes en la prueba sensorial.

A la Dra. G. Bravo por el análisis del índice glucémico y el efecto del consumo del tamal sobre los niveles de glucosa en ratas Wistar sanas y diabéticas.

A la Q.A. Ilse Mendoza Ortega y al M. en Ing. Gerardo Soto Maldonado por procesamiento de harina de frijol y la obtención del mucílago deshidratado de nopal. Financiamiento del SECITI 097/2017, además del apoyo técnico y pruebas de reología y textura.

Se agradece al Ing. Abel Blancas Cabrera (Unidad de Escalamiento del Instituto de Investigaciones Biomédicas - UNAM) por la extracción y secado del mucílago de *Opuntia ficus indica*.

Al Comité organizador de la 13a Conferencia Científica Anual para Síndrome Metabólico y Asociación Mexicana para el Estudio Multidisciplinario del Síndrome Metabólico, A.C. (AMESI), congreso donde el proyecto fue acreditado como Primer lugar en la convocatoria de trabajos libres 2021.

La prueba de AQP se realizó en el Centro de Control Total de Calidades, S.A de C.V. y el perfil de aminoácidos y proteína digerible se realizó en el Departamento de Nutrición Animal y Bioquímica, de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM, ambos son laboratorios “tercero autorizado”.

## Referencias

AOAC International. (1990), Official Methods of Analysis. 15th Edition, Association of Official Analytical Chemist, Washington DC.

AOAC International. (2011) Official methods of analysis of the Association of Official Analytical Chemists International, Recovery studies, 17th ed. Byrd Richmond, VA

Badui, S. (2015). Cereales. En La ciencia de los alimentos en la práctica (pp.187-189). México: Pearson.

Brennan G. James, (2006). Food Processing Handbook. Editorial WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA.

Ciencia UNAM. (2022). Tamales de México, su historia y sabores. Marzo 03, 2022, de UNAM Sitio web: <http://ciencia.unam.mx/leer/1222/tamales-de-mexico-su-historia-y-sabores>

CODEX ALIMENTARIUS. Codex Standard 171-1989. Norma para determinadas legumbres.

Consejo de Salubridad General. (2014). Tratamiento de la diabetes *Mellitus* tipo 2 en el primer nivel de atención. México: CENETEC.

Conrado, S., Calderón, R., Mello, M., & Rosas, J. (2011). Metas terapéuticas en el control metabólico de pacientes con diabetes *mellitus*, servicio de consulta externa de Medicina Interna del Hospital 1° de octubre. México: Revista de especialidades Médico-quirúrgicas.

Descalzo, C. (2017). Manual para pacientes con diabetes tipo 2. México: Federación Mexicana de diabetes.

El Mundo. (2019). Sugiere IMSS a diabéticos comer medio tamal. junio 07, 2021, de El Mundo Sitio web: <https://www.diarioelmundo.com.mx/index.php/2019/02/01/sugiere-imss-a-diabeticos-comer-medio-tamal>.

European Pharmacopoeia. (2010). Amino acid analysis, European Pharmacopoeia. Council of Europe. doi:01/2014:0906

Fernandez, I., García, E., & Fuentes, A. (2018). Aplicación de las escalas de punto ideal o Just- About- Right (JAR) en análisis sensorial de alimentos. España: Universidad Politécnica de Valencia.

Gonzales, V., Rodeiro, C., Sanmartin, C., & Vila, S. (2014). Introducción al análisis sensorial. España: Sociedad de Estadística e investigación Operativa SEIO.

Hernández, L. (2018). Con mayor índice de diabetes; 71% de los enfermos no controla su glucosa. junio 13, 2021, de Excelsior Sitio web: <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/11/14/120107>.

Kirk, R. S., Sawyer, R. y Egan H. (1996). Composición y Análisis de Alimentos de Pearson. Segunda edición. Editorial CECSA. México.

Massiello P., Broca C., Gross R., Roye M., Manteghetti M., Hillaire-Buys D., Novelli M. & G Ribes G. (1998). Diabetes - Experimental NIDDM: development of a new model in adult rats administered streptozotocin and nicotinamide. *Feb* 47(2):224-9. doi: 10.2337/diab.47.2.224.

McGee, H. (2013). Plantas comestibles: Introducción a las frutas y verduras, hierbas y especias. En *La cocina y los alimentos* (pp.281-285). España: Debate.

Reyes, M., Córdova, G., Guzmán, A., & Blancas, C. (2018). Solvent-free mechanical extraction of *Opuntia ficus-indica* mucilage. *Journal of the of Food Process Engineering* e12954

Severiano, P. (2019). ¿Qué es y cómo se utiliza la evaluación sensorial? *Interdisciplina UNAM*, volumen 7, p. 22.

Yust, M., Justo, P., Girón, J., Vioque, J., Millán, F., & Alaíz, M. (2004). Determination of tryptophan by high-performance liquid chromatography of alkaline hydrolysates with spectrophotometric detection. diciembre 17, 2021, de Science Direct Sitio web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308814603003765>





Libros publicados en la colección *Alimus*

1. Moler en piedra. El metate y la molienda en la cosmovisión mesoamericana  
*José R. Rodríguez-Yc*

2. Comida de verdad: Las valoraciones alimentarias como elemento central de los  
sistemas agroalimentarios locales en Tarecuato, Michoacán  
*Judith Guadalupe Sámano Hernández*

3. Gastronomías y cocinas para el resto del siglo XXI  
*Marco Covarrubias, F. Xavier Medina y David Conde-Caballero (eds.)*



# GASTRONOMÍAS Y COCINAS PARA EL RESTO DEL SIGLO XXI

La gastronomía es un elemento social cada vez más relevante en nuestra vida cotidiana. Su ámbito de actuación va desde la consideración de los sistemas alimentarios (de lo local a lo global) o la construcción de las identidades, la cultura y el patrimonio, hasta las políticas socioeconómicas, laborales o de desarrollo de los diferentes territorios, con un impacto creciente en la industria turística. Al mismo tiempo, capas cada vez más amplias de la población se están sensibilizando sobre las cuestiones ambientales asociadas con este discurso. La cadena alimentaria, desde la producción hasta el consumo e incluso el reciclaje de los desechos, afecta al medio ambiente y al equilibrio social y territorial, e impacta tanto en nuestros entornos inmediatos como como a nivel global.

En un contexto como este, el objetivo de esta obra es analizar las problemáticas que afectan el papel de las gastronomías y de las cocinas, entendidas en un sentido amplio, atendiendo a las necesidades impuestas por los crecientes contextos globales, pero vinculadas a los territorios específicos a través de los cuales encuentran sus sentidos. Así, entre los objetivos de este libro se encuentra el debate y el análisis sobre las relaciones que se establecen entre la gastronomía, sus relaciones con la cultura (con C mayúscula) y con las culturas, así como sus relaciones con la sociedad, la sostenibilidad, las nuevas tecnologías o su capacidad para generar desarrollo local.

---

## MARCO COVARRUBIAS, F. XAVIER MEDINA Y DAVID CONDE-CABALLERO (EDS.)

Marco Covarrubias es gastrónomo y maestro en administración pública. Director del Centro de Investigación y Capacitación en Gastronomía (CICG) de la Universidad del Claustro de Sor Juana, en la Ciudad de México.

F. Xavier Medina es catedrático de antropología de la alimentación en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), en Barcelona. Es director de la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo y presidente de la International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF)

David Conde-Caballero es doctor en antropología, profesor de la Universidad de Extremadura (España) y presidente de la sección de España y Portugal de la International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF).

alimus

