



DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
LICENCIATURA DE ANTROPOLIGÍA SOCIAL

## **Gastronomía Oaxaqueña: Turismo e identidad**

*La gastronomía oaxaqueña de la ciudad de Oaxaca y comunidades de los Valles Centrales*

Trabajo terminal

Que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Trabajo de Investigación Etnográfica: Aproximación Explicativa con clave: 2224103

Y obtener el título de

LICENCIADA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Presenta

**Maria Melina Montes Zamora**

Matricula N° 209317600

Comité de investigación:

Directora y Asesora:

Dra. Alicia Castellanos Guerrero

Lectores:

Mtra. Carolina Elizabeth Díaz Iñigo

Mtra. Berenice Basurto Nieves.

## Agradecimientos

A la Doctora Alicia Castellanos Guerrero por ser mi asesora y guía en esta etapa de mi proceso académico, ya que, no solo me compartió sus conocimientos y me oriento cuando tenía dudas durante el proceso de investigación y escritura, si no que me alentó a no darme por vencida y concluir lo que con tanta ilusión empezamos.

A mis padres que en todo momento me han apoyado aunque no siempre estuvieran de acuerdo con mis decisiones, por todos sus esfuerzos y sacrificios para poder darme las herramientas necesarias para desarrollarme profesionalmente.

Y a todos aquellos que de manera directa o indirecta me socorrieron, con sus consejos, platicas, entrevistas, o que de alguna u otra forma me acompañaron en el proceso de investigación.

## INDICE

•	Introducción .....	3
1	La gastronomía , la identidad y su estudio.....	16
1.1	La gastronomía dentro de la identidad .....	21
1.2	La tradición culinaria en México y Oaxaca.....	25
1.3	La gastronomía y el turismo .....	29
2	La gastronomía en la identidad Oaxaqueña .....	34
2.1	La tradición y la cocina oaxaqueña .....	43
2.2	Prácticas culinarias en la vida cotidiana y el consumo popular.....	50
2.3	La comida en las ceremonias religiosas y festividades cívicas o familiares.....	53
3	Turismo, políticas públicas y la publicidad .....	57
3.1	Políticas públicas .....	58
3.1.1	La ruta gastronómica impulsada por SECTUR y la participación de CANIRAC dentro de las políticas públicas .....	62
3.1.2	En busca de la tradición: Las iniciativas ciudadanas y las escuelas gastronómicas .....	67
3.2	El turismo gastronómico .....	72
3.2.1	La oferta gastronómica de las empresas y los servicios restauranteros .....	75
3.2.2	Turismo e identidad Oaxaqueña .....	78
•	Reflexiones finales .....	81
•	Bibliografía .....	82

## INTRODUCCIÓN

La gastronomía es un elemento que forma parte de la cultura, no solo presente en la manera de satisfacer una necesidad biológica que es “alimentarse”, si no en su importancia en otros ámbitos sociales, tales como la historia social de un pueblo y su interacción con aspectos económicos y políticos, como por ejemplo la relación gastronomía y empresas turísticas.

Considero que las investigaciones sociales han tenido poco interés en la relación que se ha establecido entre la gastronomía y el turismo, pues le han dado mayor importancia al ámbito nutricional, los cambios alimenticios y los procesos históricos en relación con la comida o como un elemento simbólico de la fiesta o tradición. Por tanto, considero que el análisis de la gastronomía en el marco del proceso turístico, puede ayudar a entender su influencia en los procesos de identidad que se constituyen y refrendan entorno a la gastronomía y en esa interacción en el ámbito privado y colectivo que frecuentemente los pueblos desarrollan con su medio ambiente, que inciden de manera directa o indirecta en su estructura económica, política y social.

Mi investigación se llevó a cabo en la ciudad de Oaxaca a finales de julio del 2012 e inicios de abril del 2013, debido a que esta ciudad concentra una gran parte de la tradición culinaria oaxaqueña que se muestra al turismo, y es una de las zonas con más número de restaurantes y propaganda publicitaria hecha por SECTUR<sup>1</sup>, como por sus habitantes.

El nombre de la ciudad de Oaxaca de Juárez proviene de la palabra náhuatl Huāxyacac: Huāx significa “huaje”, yaca “nariz”, la letra C es un sufijo equivalente a tepec que tiene el significado de “lugar”, resultando el glifo “Huāx yaca tepec” que significa “en la punta de los huajes”, nombre obtenido gracias a la enorme

---

<sup>1</sup> Siglas de la Secretaría de turismo (SECTUR), a partir de este momento por practicidad de lectura, tomare solo las siglas.

cantidad de árboles de huaje que existían en donde hoy es la Ciudad de Oaxaca. El de Juárez fue añadido en 1872 en honor a Benito Juárez. <sup>2</sup>

La ciudad de Oaxaca se localiza entre las siguientes coordenadas geográficas 17° 04' latitud Norte del trópico de cáncer y entre 96° 43' longitud Oeste del meridiano de Greenwich. Se encuentra ubicada en la región de los Valles Centrales en el estado de Oaxaca y pertenece al distrito centro, la ciudad está rodeada por distintos municipios pertenecientes a la región de los Valles Centrales; al Norte destaca el municipio de San Pablo Etlá, al Sur San Antonio de la Cal y Santa Cruz Xoxocotlán, al Este San Andrés Huayapam, San Agustín Yatareni y Santa Lucía del Camino y al Oeste se encuentran los municipios de San Jacinto Amilpas y Santa María Atzompa, abarcando un territorio de 85.48 kilómetros cuadrados. De acuerdo a los resultados que arrojaron los censos de población y vivienda que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía "INEGI"<sup>3</sup> realizó en el 2010 en el municipio de Oaxaca de Juárez, tiene un número total de habitantes de 263,145.<sup>4</sup>

Considero relevante tener un acercamiento a la participación de los municipios de Villa de Zaachila, Teotitlán del Valle, Tlacolula, San Andrés Huayapam, Ocotlán de Morelos, Villa de Etlá, pertenecientes a los Valles Centrales de Oaxaca, con el fin de poder analizar la valorización de la comida oaxaqueña dentro de las festividades de la región. Lo anterior nos puede auxiliar a adentrarnos a ese mundo ritualizado que gira en torno a la preparación de diversos platillos para momentos específicos de la vida cotidiana, y en especial de las festividades.

En concordancia con lo anterior expondré por municipio su ubicación, especialidad culinaria, evento culinario y/o pertenencia a alguna ruta turística:

---

<sup>2</sup> <http://www.viveoaxaca.org/2011/01/ciudad-de-oaxaca-de-juarez-mexico.html>

<sup>3</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía, a partir de aquí solo me referiré a él con sus siglas INEGI

<sup>4</sup> <http://www.municipios.mx/oaxaca/oaxaca-de-juarez/>

Villa de Zaachila se encuentra ubicada y localizada entre los 16° 57' 3" N, 96° 44' 57" W longitud este del Meridiano de México; y su altura sobre el nivel del mar es de 1520 metros, a 25km de la ciudad de Oaxaca. Villa de Zaachila tiene una población de 34,101 habitantes según datos del INEGI del censo 2010. De los 34,101 habitantes de Villa de Zaachila, 17, 861 son mujeres y 16,240 son hombres.

En sus tierras se produce el maíz, frijol, la calabacita, caña, alfalfa, nuez, cacahuate, guías, chepiles, jícama, tomate, yerba santa, cilantro, perejil y otras hortalizas. Así mismo, alberga fauna diversa como tlacuaches, diversos reptiles, aves variadas, conejos, serpientes, animales de corral. Su gastronomía es diversa, como ejemplo sus platillos tradicionales entre los que destaca el chichilo (uno de los siete moles oaxaqueños menos conocido, es de color negro, característico por su combinación de chile chilhuacle, chile pasilla, chile mulato y tortilla quemada), el amarillo, el coloradito, el mole, el estofado (mole oaxaqueño también se le llama almendrado, porque lleva almendra, acompañado de aceitunas y chiles de agua), el verde, los higaditos, los viuces, carne horno y la zeguexa (caldo de res o puerco con maíz tostado y quebrado, chile, tomate y yerba santa). <sup>5</sup>La secretaria de turismo promueve su zona arqueológica, su tianguis semanal de los días jueves y la ruta gastronómica "los mil sabores del mole" el restaurante la capilla de Zaachila.

---

<sup>5</sup> <http://www.zaachila.gob.mx/zaachila/semblanza-historica/>



1. Nieve de leche quemada y tuna y La zeguexa<sup>6</sup>

Teotitlán del Valle es un sitio conocido y promocionado turísticamente por la elaboración de sus tapetes, Además de esta cualidad, esta comunidad cuenta con una gran riqueza culinaria debido a que, no solo es hogar de la famosa chef tradicional Abigail Mendoza y su restaurante *tlamanalli*, sino que durante las fiestas o en el día a día las practicas culinarias son emblema de identidad, ejemplo de ello es su mercado tradicional y sus platillos más característicos como el mole negro, el amarillito (uno de los siete moles oaxaqueño más conocido, característico por su color amarillo resultado del chile chilhuacle amarillo, siempre acompañado de papas y ejotes), los tamales, los higaditos (asadura de puerco o res) y bebidas como el mezcal y pulque.

---

<sup>6</sup> Foto de la izquierda tomada por Maria Melina Montes Zamora en Zaachila y la foto de la derecha tomada por viajera Dalia R en [https://www.tripadvisor.com.mx/ShowUserReviews-g1060717-d1640300-r443627147-Tlamanalli-Teotitlan del Valle Southern Mexico.html#photos;geo=1060717&detail=1640300&ff=232451443&albumViewMode=hero&aggregationId=101&albumid=101&baseMediaId=232451443&thumbnailMinWidth=50&cnt=30&offset=-1&filter=7](https://www.tripadvisor.com.mx/ShowUserReviews-g1060717-d1640300-r443627147-Tlamanalli-Teotitlan_del_Valle_Southern_Mexico.html#photos;geo=1060717&detail=1640300&ff=232451443&albumViewMode=hero&aggregationId=101&albumid=101&baseMediaId=232451443&thumbnailMinWidth=50&cnt=30&offset=-1&filter=7)



## *2. Mole amarillito y Los higaditos oaxaqueños.<sup>7</sup>*

Las coordenadas geográficas entre las que se ubica son 17° 02' latitud Norte y 96° 28' longitud Oeste. El INEGI en el censo de población y vivienda del 2010 informó que el municipio de Teotitlán del Valle está formado por 5,675 habitantes, es una comunidad perteneciente a Tlacolula.

Tlacolula de Matamoros se ubica al sudeste de la Ciudad de Oaxaca, a 30 kilómetros, tiene una extensión territorial total de 244.96 kilómetros cuadrados que representan el 0.26% de la extensión total del estado de Oaxaca y sus coordenadas geográficas extremas son 16° 43' - 17° 00' de latitud Norte y 96° 07' - 96° 33' de longitud Oeste, su altitud fluctúa entre los 800 y 3 000 metros sobre el nivel del mar.

Tlacolula es un lugar reconocido por su famoso tianguis dominical, debido a que cada domingo las comunidades de los alrededores se reúnen en este pueblo con sus mercancías, encontrando ollas de barro, mezcales, canastas, barro negro y verde, utensilios de cocina de madera, barbacoa (Es carne de borrego

---

<sup>7</sup> Foto de la izquierda tomada por Maria Melina Montes Zamora y la foto de la izquierda tomada de <http://www.viveoaxaca.org/2015/02/20DeliciasGastronomicasdeOaxaca.html>



condimentada cocida bajo tierra en un hoyo cubierto con pencas de maguey),  
nieves, dulces tradicionales, frutas y verduras, guajolotes, mole, chocolate, café,  
etc.



### 3. Barbacoa de borrego <sup>8</sup>

San Andrés Huayapam se ubica a 13 km de la ciudad de Oaxaca, pertenece al distrito del Centro y limita al Norte con los municipios de San Pablo Etlá y Santa Catarina Ixtepeji, al Sur con San Agustín Yatareni y Tlaxiáctac de Cabrera, al Oriente con Santa Catarina Ixtepeji y Tlaxiáctac de Cabrera, al Poniente con San Felipe del Agua, San Pablo Etlá y Oaxaca de Juárez. Lleva el nombre de San Andrés por su celebración católica al patrono del pueblo San Andrés Apóstol. Y Huayapam es una palabra náhuatl que significa; Hueyalt: mar y Pan: Sobre; “Sobre el Mar”.<sup>9</sup>

San Andrés Huayapam es un pueblo reconocido y famoso por la elaboración del Téjate, bebida tradicional oaxaqueña, bebida hecha a base de maíz, cacao y flor de rosita. Año con año durante la Semana Santa se lleva a cabo la tradicional “Feria del téjate”, donde también podemos degustar el mole negro, empanadas, memelitas, mezcal, pulque, tepache, aguas frescas, dulces y nieves típicas, etc.

---

<sup>8</sup> Fotos tomadas por María Melina Montes Zamora

<sup>9</sup> <http://sanandreshuayapam.gob.mx/>



#### 4. El tejate y las memelitas<sup>10</sup>

Ocotlán de Morelos, significa "Junto a, o entre los Ocotes", resultado de los vocablos ocotl: ocote (pino), árbol de la tea y tlan: lugar de junta "de" o "entre", el Morelos se le agregó en honor a José Ma. Morelos, se localiza en la parte central del estado, en la región de los Valles Centrales, en las coordenadas 96°40' de longitud Oeste y 16°48' de latitud Norte, a una altura de 1,500 metros sobre el nivel del mar.<sup>11</sup>

Gastronómicamente es una comunidad muy rica en tradición resaltando platillos como mole negro, rojo, amarillo, coloradito (pertenece a los siete moles representativos de Oaxaca, de color ladrillo), chichilo, el tasajo asado (Carne de res que tiene un proceso de salación que se pone a secar), las tlayudas con asiento de puerco (tortilla grande tostada embarrada con asiento, aceite que queda en el caso donde se frío carne de puerco), el caldo de gato (caldo con verduras y espinazo), las enchiladas, las quesadillas, memelitas, los tamales, chapulines asados, dulces típicos; como mamones, marquezote, cocadas, merengues; aguas frescas, chocolate de agua o con leche, nieves típicas, pan de

<sup>10</sup> Foto de la izquierda tomada por Maria melina Montes Zamora y foto de a derecha tomada de <https://conocetuestado.tumblr.com/post/131668144781/comer-en-oaxaca-delicias-ancestralescuando>

<sup>11</sup> Información de: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20068a.html>

yema, etc. El turismo gastronómico oferta su tianguis semanal del viernes, donde se puede degustar algunos platillos típicos, aguas frescas, dulces y nieves, también podemos encontrar utensilios de cocina y cuchillería, así como frutas y verduras recién cosechadas.



5. Caldo de gato<sup>12</sup>

Villa de Etlá se localiza en la región de los Valles Centrales del estado, en las coordenadas 96°48' longitud Oeste, 17°12' latitud Norte, a una altura de 1660 metros sobre el nivel del mar, en la lengua náhuatl significa E-tlan: etl frijol; tlan, partícula abundancial: (lugar donde abundan los frijoles o lugar de frijolar, en lengua zapoteca es conocida como Loohvana).

Etlá y sus alrededores es reconocida por su elaboración del famoso queso y quesillo oaxaqueño, así como el pan amarillo, los platillos que más se presentan aquí son el mole, el amarillo, el verde, el coloradito, las tlayudas, la barbacoa, los dulces, nieves y aguas frescas, así como el chocolate, el mezcal, el tepache y en años más recientes la cerveza se consume en fiestas. Turísticamente está dentro de la ruta gastronómica “los mil sabores del mole”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Foto tomada de <https://blog.seccionamarilla.com.mx/que-es-el-caldo-de-gato/>

<sup>13</sup> Ruta turística gastronómica impulsado por SECTUR



### 6. Dulces tradicionales y Queso oaxaqueño<sup>14</sup>

El turismo gastronómico es impulsado por la Secretaría de Turismo (SECTUR) en el 2010, después de que la UNESCO declarara la cocina mexicana Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, y esta comienza a ser promocionado a nivel nacional con el nombre “México a través de sus sabores”, teniendo como eje central la gastronomía y ofertando 18 recorridos gastronómicos, entre los cuales se encuentra el estado de Oaxaca, con la ruta “los mil sabores del mole”. Estado que igualmente fue reconocido el mismo año por su comida declarándola Patrimonio Inmaterial del estado.

La primera pregunta que formulo es la siguiente: ¿Cómo el turismo gastronómico que se desarrolla en la ciudad de Oaxaca y en las comunidades de los Valles Centrales forma parte de la identidad oaxaqueña y los procesos de mercantilización? En Oaxaca, como en muchos otros lados, podemos decir que la comida es parte fundamental de la identidad que siempre trata de ser exaltada tanto en fiestas como en días de plaza, pero al ser introducida a la publicidad turística y los procesos que el mismo fenómeno turístico desarrolla crean ciertas relaciones en donde la comida ya no solo forma parte de la identidad sino que se mueve en procesos de mercantilización.

---

<sup>14</sup> Fotos tomadas por Maria Melina Montes Zamora

Sin embargo, durante mi investigación de campo, pude conocer que en la ciudad de Oaxaca y los Valles centrales, no hay un turismo gastronómico desarrollado como tal, ya que, a pesar de que SECTUR promociona la ruta “los mil sabores del mole”, *in situ* podemos observar que la gastronomía más que tener una ruta específica para acercarnos y conocerla, como lo promociona SECTUR, la gastronomía se conoce y se vive dentro de la experiencia que ofrece el turismo cultural. Lo que me lleva a reformular mi pregunta: ¿Cómo la gastronomía Oaxaqueña forma parte de la identidad oaxaqueña y la mercantilización turística, en la ciudad de Oaxaca y las Comunidades de los Valles Centrales?

Así propongo una primera hipótesis:

El turismo gastronómico oaxaqueño influye en la identidad oaxaqueña, ya que, la oferta en la ciudad de Oaxaca y valles centrales, de los platillos típicos al turista fortalece el sentir oaxaqueño y, a la vez, revaloriza los saberes culinarios de los habitantes. Sin embargo, estos saberes culinarios también se pueden modificar a partir de los procesos de mercantilización de la comida oaxaqueña que se le ofertan al turista, según la demanda de estos consumidores.

Durante el trabajo de campo esta pregunta e hipótesis me guiaron en la investigación, y con base en entrevistas, observación de menús y, presentación y degustación de platillos, pude atestiguar los procesos de mercantilización de la comida que se producen según la demanda de los consumidores turísticos. Hay que mencionar, además las ferias gastronómicas, organizadas frecuentemente desde las comunidades, y los recetarios, registrados por estudiantes oaxaqueños, que tratan de atraer la mirada del turismo a sus comunidades. Sin embargo, cabe señalar que estas iniciativas, si bien tratan de acercar al turismo también lo hacen con el propósito de revalorar los saberes culinarios que se tienen y dar el reconocimiento a las comunidades por sus especialidades gastronómicas.

Por otra parte, durante el trabajo de campo encontré una descontextualización de

los platillos, por ejemplo, los moles de Oaxaca son considerados platillos de fiesta, debido a la elaboración que requieren; sin embargo con la llegada del turismo se desarrolla una comercialización que permite encontrar estos platillos todos los días debido a la demanda turística.

Los oaxaqueños preservan un gusto tradicional hacia sus bebidas y platillos, por ejemplo, cuando las mujeres salen a mercar o de compras al centro y el calor es sofocante se dirigen a comprar un vaso de tejate o una agua fresca, incluso ciertas bebidas y comidas son difíciles de encontrar en los restaurantes y fondas a menos que sea un día de plaza o algún gran evento, tal es el caso del tepache o mole con guajolote. Por otra parte, al ir explorando el lugar de proveniencia de platillos, ingredientes o bebidas, pude observar que existe una identificación de los productos con su lugar de origen, por ejemplo: “la carne es de Zaachila”, “el buen quesillo es de Etlá”, “Huayapam; la cuna del tejate”.

Además, hay un interés por preservar sus saberes culinarios, al dar cuenta de que no cualquiera puede ser cocinera de fiesta, estas son conocidas como “Comideras” o solo algunas pueden ser tejateras, sus conocimientos son transmitidos de generación en generación y deben de tener un cuidado especial con los platillos, de lo contrario, podrían salir mal.

Aún más, observando que la comida que se oferta al turismo dependiendo de sus características, es decir, si es un turismo más nacional la oferta se produce en el mercado, quizá tenga que ver con la costumbre que comúnmente tenemos los mexicanos de pensar que éste es un lugar donde se encuentran las cosas buenas y baratas. Ahora bien, si se trata de un turismo internacional la oferta es un poco más variada, podemos encontrar restaurantes, clases o cursos de cocina y productos regionales en tiendas departamentales. Pero la diversidad de demanda culinaria no solo se especifica por el tipo de turismo, sino también, por el nivel socio-económico variando en el tipo de restaurantes y comida que se oferta.

Las experiencias que vive el turismo con la gastronomía oaxaqueña varían, ya que no todos los turistas acuden a las ferias gastronómicas, hay ferias en cuales acude más un turismo regional y nacional, en otras festividades pueden acudir estos dos tipos de turismo junto con el internacional; así mismo hay otros eventos en los que asiste turismo nacional e internacional.

Los objetivos de investigación han sido los siguientes:

- Analizar las significaciones que se dan en torno a la gastronomía oaxaqueña, tomando en cuenta los recetarios escritos y orales, así como los procesos de elaboración de los platillos y la ritualización que se dé entorno a ellos.
- Analizar los discursos en torno al turismo gastronómico y el proceso de mercantilización de la gastronomía Oaxaqueña, a partir del impulso que da la Secretaria de Turismo (SECTUR) en el año 2010, cuando declara a la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad y cuando se crea el programa “México a través de sus sabores”.
- Analizar los procesos de construcción de iconos gastronómicos, a través de la publicidad turística y los eventos generados en la región relacionados con la gastronomía.
- Analizar la interacción entre el turismo gastronómico y la gastronomía como elemento de identidad.

Para llevar a cabo esta investigación fue necesario un marco y una metodología que permitiera tener un acercamiento profundo en relación al tema elegido. El uso de entrevistas me permitió alcanzar varios de los objetivos propuestos en esta investigación, como por ejemplo conocer los procesos involucrados en la construcción de íconos gastronómicos; así como las interacciones que mantienen los turistas, los anfitriones, y las autoridades encargadas del desarrollo turístico. Además de las entrevistas se realizó observación participante; análisis del discurso en torno a la publicidad del turismo gastronómico y de los eventos

relacionados con éste; y la cotidianidad de quienes realizan y consumen estos alimentos.

La tesis estará estructurada de la siguiente manera: en el primer capítulo realizare un breve recorrido teórico sobre la comida y expondré mi postura sobre el tema; en el segundo capítulo abordare sobre el papel que tiene la comida en la comunidad oaxaqueña y en el tercer capítulo expondré como la gastronomía interactúa con los procesos de turismo, las relaciones publicas y publicitarias que se presentan en la ciudad de Oaxaca y comunidades de los valles centrales, para llegar a las reflexiones finales. Finalmente, con este trabajo pretendo contribuir al conocimiento del fenómeno turístico y la gastronomía oaxaqueña.



## **1. La gastronomía , la identidad y su estudio**

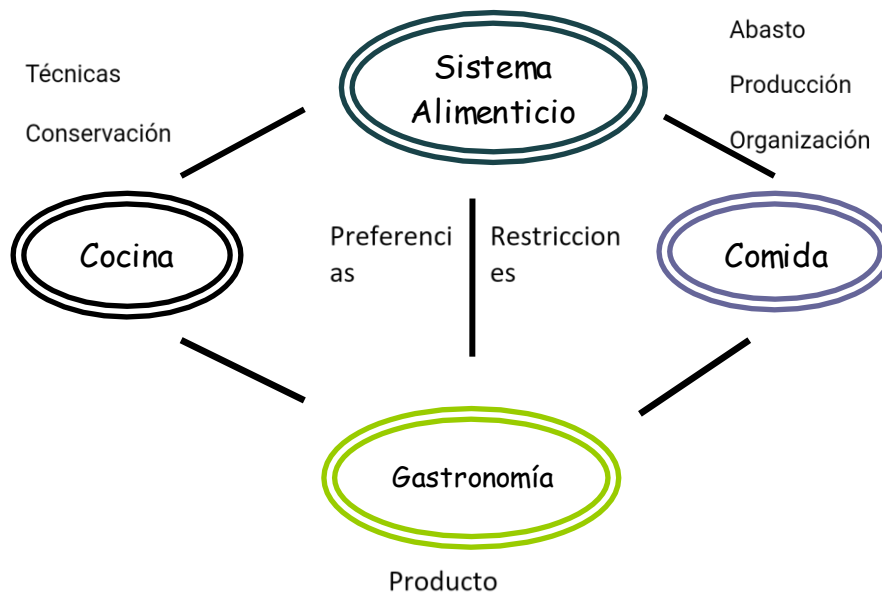
La cultura y la identidad han sido temas de mayor interés en las ciencias sociales, en particular, los procesos alimenticios, no solo como parte de un proceso histórico o cultural, simbólico o nutricional, sino como un fenómeno de la identidad de un pueblo que se constituye y refrenda en el ámbito privado y colectivo, en relación con su medio ambiente y que incide de manera directa o indirecta en su estructura económica, política y social. De igual manera se han estudiado los cambios que se originan en estos procesos por su relación con la globalización.

El propósito de este capítulo, es hacer un breve recorrido de los enfoques teóricos que han estudiado la comida y exponer las líneas que seguiré para el desarrollo del problema de esta investigación. En los estudios sociales la alimentación ha sido un tema de interés, tratado por distintas visiones sociales, en un inicio de la antropología, posteriormente de la sociología y más recientemente se ha convertido, como muchos otros temas, en un objeto abordado multidisciplinariamente.

Antes de entrar a esta discusión, es necesario, establecer algunas distinciones que nos parecen fundamentales. Es importante aclarar que el sistema alimenticio en relación a la forma en que se abastece, produce, relacionan y organizan los miembros de un grupo o sociedad entorno a los alimentos, en donde estos se pueden denominar como comida, es decir, sustancias que ayudan a nutrir el organismo y a la sobrevivencia del ser humano, ingeridos de forma sólida o líquida, apoyando a la construcción de la cocina de un grupo.

La cocina es la manifestación social de técnicas de producción y conservación de los alimentos, de la dieta de un grupo o individuo, con sus preferencias y restricciones alimenticias, reflejo de sus tradiciones y momento histórico. Además la cocina al encontrarse dentro de los procesos globalizantes, puede presentarse son únicamente como resultado de las tradiciones de un grupo, sino también como

un producto para las industrias restauranteras turísticas, quienes presentando a los alimentos, ya no como cocina, sino como gastronomía de un grupo, otorgándole una distinción de tipo gourmet y convirtiendo a los platillos en un producto.



15

Así el esquema mostrado arriba, nos muestra como el sistema alimenticio conformado por una identidad culinaria, lleva a la creación de la cocina de un grupo, pero que, al estar inmersos en los procesos globalizantes, traen consigo nuevas formas de experimentar lo que nos rodea, renombrando a la cocina de un grupo muchas veces con fines, políticos y económicos, externos al grupo en gastronomía.

A continuación hacemos una síntesis, siguiendo a Artiaga Meoño, Luis Pedro y Goody Jack, antropólogos clásicos que estudiaron este fenómeno. El estudio de la alimentación desde el enfoque *funcionalista*, se limitaba a observar la función que tenía la alimentación, para mantener y reproducir un sistema social, siendo su principal representante, Bronislaw Malinowski. En su obra *Los argonautas del*

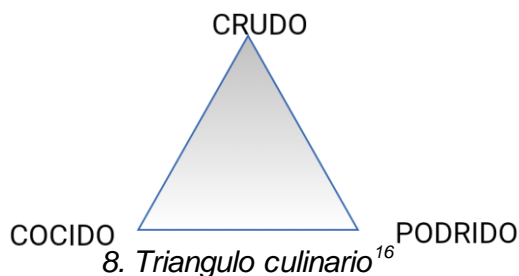
<sup>15</sup> Por Maria Melina Montes Zamora

*Pacífico Occidental (1922)*, el estudio que realizó del Kula, intercambio ceremonial que se realiza en las islas trobriandeses, hace notar el papel que la comida desempeña en las relaciones de poder y de parentesco.

Radcliffe Brown, por su parte en su estudio de los habitantes de las islas Andamán; analiza el proceso de alimentación como parte de los procesos de iniciación, así como el simbolismo que tiene la comida en el grupo de los andamaneses, un elemento que ayuda a la socialización y al sentido de pertenencia al grupo.

Por otro lado, no podemos dejar de mencionar a Audrey Richards estudiosa que desde esta corriente funcionalista escribe la primera gran etnografía con relación a la alimentación. En *Land, labour and diet in Northern Rhodesia (1939)*, propone que la comida es un elemento de intercambio, no solo en las redes de parentesco sino sociales, es decir, el tipo de alimentación está ligada al ciclo de vida de un grupo, proponiendo el concepto de sistema alimenticio, como sistema de cooperación que pasa por el parentesco al momento de recolectar y distribuir el alimento. Cabe señalar que esta corriente fue criticada por su falta de dimensión histórica.

*El estructuralismo* con su mayor representante Claude Lévi-Strauss aborda el fenómeno en otro sentido, este antropólogo se interesó por como la cocina de un pueblo podía permitir conocer la estructura de dicha sociedad, proponiendo su famoso *triangulo culinario (1965)* donde se muestra una oposición binaria entre lo natural y cultural.



---

<sup>16</sup> Fuente: Lévi-Strauss Claude, 1965

Los componentes de la comida en su estado natural “crudo”, experimentan dos transformaciones: una cultural, es decir “lo cocido” debido a la utilización de ciertas técnicas de cocción; y otra natural, es decir “lo podrido” producto de la transformación que sufren los alimentos ya sea crudos o cocidos.

La principal crítica a esta corriente, fue no considerar otro tipo de eventos o situaciones de carácter histórico, ecológico, político o económico. Cabe señalar que a la par con este enfoque en Estados Unidos surgía *el estructuralismo cultural*, representado por Mary Douglas, quien considera a la alimentación, parte de un sistema cultural por lo que debe considerarse el contexto en el cual la comida se produce. Incluso propone que el estudio de los hábitos alimenticios, puede ayudar a conocer las diferencias y jerarquías de los gustos, sabores y olores entre las sociedades, y sus intercambios y exclusiones.

La sociología alimenticia francesa es representada por Pierre Bourdieu, con su obra “La Distinción” (1979), en que aborda específicamente la comida, centra el análisis en el consumo alimentario y los gustos, relacionándolos con la relación social, pero a la vez con la movilidad social individual, es decir, el individuo crece dentro de una sociedad que le presenta diversos tipos de alimentos validados como consumibles, creando gustos, pero a la vez el individuo se va desarrollando en distintos ámbitos sociales y económicos que van incidiendo en los gustos y que pueden irse transformando y adaptando a nuevas formas de alimentación.

El materialismo cultural con Marvin Harris y su trabajo *Bueno para comer (1989)*, analiza la comida “buena” y “mala” para comer en relación a los costes/beneficios, explicando así la adopción o rechazo de ciertos alimentos. En años más recientes se han desarrollado nuevos estudios sobre la alimentación mostrando un enfoque multidisciplinario o comparativo. Por ejemplo, el estudio realizado por Jack Goody *Cocina, Cuisine y Clase (1995)*, sugiere que los cambios alimentarios deben analizarse en relación con la economía, el sistema de estratificación social, división sexual del trabajo y la historia.

Por otro lado, se encuentran los estudios relacionados con la “modernidad alimenticia” o la Mcdonalización, es decir, la industrialización de la comida ligada a los procesos de globalización. Este enfoque sugiere que, con estos procesos, los restaurantes de fast-food y temáticos, son parte de la creación de nuevas identidades globalizadas, abriendo la brecha a nuevos debates.

Para Franco (2001) el fast-food no puede ser considerado como un mero indicio de regresión gastronómica ya que representa un aspecto fundamental innegable:

...satisface la necesidad actual de rapidez y responde a la demanda de relaciones impersonales como consecuencia de la cultura de hoy en día. La McDonalización de la sociedad produce nuevas identidades a través de los establecimientos de fast-food. La desritualización de la comida y el vacío de la comunicación e intercambio humano transforma la comida en una mera operación de abastecimiento. (Citado en Nunes dos santos, 2007:238)

Este tipo de estudios muestra las nuevas problemáticas que traen consigo los cambios globales no solo en los campos de la economía y la política, sino también, en la cultura y los procesos de construcción identitarias, en lo que comemos, dónde y cómo lo hacemos.

Por otro lado, los estudios relacionados con la identidad, analizan a la comida como parte de la identidad de un grupo social que implica un contexto histórico y una relación con el medio ambiente que los rodea. Muestra de estos trabajos es el que realizó Jeffrey M. Pilcher en 1988, *¡Que Vivan los Tamales!*, que muestra como la historia mexicana también se ve reflejada en la comida y en las transformaciones que ha sufrido, un ejemplo de lo anterior son los tamales, los cuales son realizados con maíz y carne. El autor considera que este platillo es producto de la unión entre dos culturas, la prehispánica y la española. Finalmente, desde tiempos más recientes se ha producido un mayor interés por estudiar la comida desde una mirada multidisciplinaria donde se considera importante el papel que juega el patrimonio cultural y el turismo gastronómico.

## 1.1 La gastronomía dentro de la identidad.

Los diversos tipos de alimentación no sólo satisface una necesidad biológica, éstos también son producto de la historia e identidad cultural de un pueblo. Rara vez los grupos humanos consumen lo que la naturaleza les ofrece en su estado natural, la comida nos hace identificarnos con nuestro grupo de pertenencia, por ejemplo, cuando salimos fuera del país, de paseo o incluso a una visita familiar, la comida puede convertirse en un símbolo de identidad.

Para Roberto DaMatta;

Lo fundamental es que en el acto de comer cristalizan estados emocionales e identidades sociales. Fuera del país puedo hacer de una comida regional un emblema de la identidad nacional pero dentro del Brasil identifico muchas regiones y hasta familias por el modo como preparan y sirven ciertos alimentos. (Citado en Álvarez 2002:14)

La comida no solo cubre una necesidad, sino se vuelve una práctica representativa de lo cultural. A pesar de utilizar un mismo ingrediente, en distintos contextos puede variar en la forma de utilizarlo o de consumirlo. Por tanto, el comer esta indudablemente ligado a lo biológico del ser humano, sin embargo la comida y su preparación está relacionada con a los procesos de adaptación de las sociedades al espacio/tiempo, esto transforma a la comida en un elemento importante de la cultura e identidad de un pueblo.

Los investigadores sociales han notado la importancia que tiene la preparación de los alimentos con la cultura. Por ello han dirigido su análisis al papel que representan los alimentos en las festividades cívicas y religiosas, espacios clave donde los platillos se presentan como parte de las emociones, creencias e identidad de un pueblo.

Para Regina G. Schlüter (2003:63):

La comida adquiere características particulares durante las celebraciones ya sea durante los ritos de paso (casamientos, bautizos, etc.) o durante los de intensificación (Navidad, Ramadán, fiestas patrias, etc.). En esas ocasiones se consumen alimentos que rara vez están presentes durante el resto del año. Pero el carácter festivo de la alimentación no se agota en lo cotidiano sino que se expresa también con gran intensidad en lo religioso donde cada fiesta o celebración cuenta con platos especialmente preparados.

Siguiendo a Regina G. Schlüter, nosotros podemos dar múltiples ejemplos de los rituales de identificación en México y su relación con la comida. El día 15 de septiembre, en muchas casas, palacios municipales y delegacionales, podemos encontrar una gran variedad de platillos, ya sea, pambazos, pozole, tacos, sopes, etc., que si bien, pueden estar presentes durante el año en algunos mercados, este día y en el lugar donde son ofrecidos, adquieren un carácter festivo logrando una significación y emotividad, pues en ese contexto se consideran un símbolo representativo de la identidad nacional.

Podemos observar, entonces, que el comer es un acto social, una actividad que en principio rara vez se realiza individualmente, los alimentos son concebidos para ser compartidos, por lo que no debe de extrañar que también funcione como una práctica de cohesión social, y que permiten conocer las características de la vida social, económica y productiva de los grupos sociales y las comunidades, y los cambios que han ocurrido en su estilo de vida. Por otro lado, la comida siempre está acompañada de una historia que nos da una identidad y refleja nuestra pertenencia a un grupo social.

Así los

...alimentos que se comen tienen historias asociadas con el pasado de quienes los comen; las técnicas empleadas para encontrar, procesar, preparar, servir y consumir esos alimentos varían culturalmente y tienen sus propias historias. Y nunca son comidas simplemente; su consumo está condicionado por el significado... (Meléndez Torres Juana María, Cañez De la Fuente Gloria María, 2010:186)

Los alimentos como lo hemos visto son portadores de significados construidos culturalmente. Pueden incluso contener tabús, como los religiosos, que varían de acuerdo a la cultura y creencias personales. Por ejemplo, la prohibición hinduista del consumo y sacrificio de vacas.

Incluso podríamos hablar de que la comida se vuelve un sistema de comunicación, al constituir un complejo sistema de signos, imágenes, reglas y comportamientos, proporcionando al individuo un sentido de pertenencia, pero además, una identificación entre uno mismo y los otros.

Siguiendo a Alicia Verónica Sánchez Martínez con sus textos culturales culinarios, podemos notar: Como la comida puede ayudarnos a conocer el sistema de comunicación gastronómica y la memoria cultural de un grupo. A partir de los planteamientos de Lury Lotman, la autora identifica las funciones, siendo las funciones de dichos textos culinarios las siguientes:

1. Texto como mensaje: es la función relación más simple de todas, que actúa como transmisor de mensaje entre el texto y el destinatario; el texto mole, tacos, frijoles o carne asada pueden leerse como una comida mexicana o regional.
2. Texto como memoria cultural: es la relación entre el auditorio y la tradición cultural. El texto culinario actualiza los aspectos de información que se encuentran en él, pero además tiene la capacidad de enriquecerse con el paso del tiempo; tiene también la capacidad de olvidar algunos aspectos del mismo. Las tortillas, por ejemplo, que eran hechas a mano todavía hace 50 años, en las ciudades se interpretan diferente en nuestros días, con los avances tecnológicos como son la masa comercializada y las tortilladoras mecánicas, ahora se compran hechas. Sin embargo, la memoria cultural está presente en ese texto, todavía existen mujeres que siguen haciendo las tortillas a la manera tradicional: con el metate como instrumento cuya práctica consume parte del día.
3. Texto como recipiente de las tradiciones, refleja el trato del lector consigo mismo, actualiza la personalidad del destinatario, el mensaje que recibe el lector como recipiente de un texto, como es el de las tortillas, tamales, mole, carne asada, etc., es diferente de acuerdo con el grupo social o el lugar geográfico.
4. Texto como interlocutor con el lector: en este caso el texto se



comporta como una formación intelectual independiente, donde el consumidor/lector platica con el texto, se establece una relación de intercambio de mensajes que pueden llevar a la identificación o ausencia de reconocimiento entre ambos; el lector mexicano del texto los nopalitos lo reconoce como texto culinario, mientras que otros lectores de otras culturas pueden rechazarlo o no leerlo. Un texto que puede ser problemático en la cultura mexicana es el de los chapulines, no todos los mexicanos lo leen como comestible.

5. Texto en relación al contexto: actúa como fuente de información cultural, ya que interviene como participante activo, con carácter metafórico en substitución de todo el contexto: los textos buñuelos, mole, tamales, capirotada, etc., son algunos ejemplos de cómo estos textos están representando algunas de las celebraciones más importante y tradicionales de México.

El texto culinario entonces actúa con carácter metonímico, es la parte que representa al todo: la presentación de un platillo como los buñuelos nos traslada a una festividad específica: la tradición de la navidad en México. (Sánchez Martínez, 2006:6).

Siguiendo la propuesta de Alicia Verónica Sánchez Martínez, las cinco funciones que tienen los textos culinarios, nos permiten entender como la comida se entreteje con el universo cultural de los seres humanos. Este análisis nos permite comprender que al hablar de comida hablamos de identidad, historia, tradición y conocimientos; además de la relación con el medio ambiente, la estructura social, economía y política de un grupo humano.

Dicha identidad se pone de manifiesto cuando nosotros mismos estamos frente a la mesa de algún restaurante y preferimos comer ciertos alimentos en vez de otros, reflejando las clasificaciones culturales alimenticias de nuestro grupo o preferencias personales, adquiridas a partir de nuestro transcurso por la vida social. La identidad gastronómica de un grupo es una construcción social, creada y recreada a partir de un conjunto de actos, tiempos, símbolos, interacciones y proyecciones imaginadas del medio que nos rodea y de la necesidad de alimentarse, conocimientos que se transmiten de generación en generación.

## 1.2 La tradición culinaria en México y Oaxaca

Hablar de la tradición culinaria mexicana es hablar de una gran variedad de ingredientes, olores y sabores, que van diferenciándose de región en región, pero también, de los utensilios y técnicas utilizadas para la preparación de alimentos.

Los investigadores sociales se han aproximado desde diversas perspectivas teóricas al fenómeno de la comida mexicana. En un inicio se centraron en la producción, elaboración y consumo de ciertos alimentos, como el trigo, la harina y el maíz. Otros análisis se encontraban ligados a las crisis agrarias y su estudio se dirigía a las cuestiones económicas y patrones alimenticios de los mexicanos, examinando lo que un grupo, familia o individuo consumen cotidianamente y su relación con factores de producción y estructurales. Los trabajos antropológicos, manifestaron igualmente aportes históricos, como las transformaciones sufridas en la comida durante determinados periodos.

La historia de una nación no se puede comprender sin mirar sus comidas, México no es la excepción y es un claro ejemplo de cómo se construyó este país con el encuentro de dos culturas que, al legar sus conocimientos, amalgamaron también los gustos por ciertos alimentos que con el tiempo se transformaron en símbolos de México. (Sánchez Martínez, 2006:16)

Recordemos México durante el periodo de la conquista fue una etapa de intercambios de todo tipo que forjó lo que hoy es la gastronomía mexicana, el encuentro de dos culturas con formas distintas de crear lo que los rodeaba enriqueció y transformo las formas de preparar, almacenar y consumir los alimentos. Sin embargo, debe reconocerse que en la influencia que se da entre estos encuentros culturales surgen dos aspectos; el deseo de adquirir algo o dominar a la otra cultura, ya sea porque la consideran inferior o simplemente no la conocen y se sienten a tacados al verla como algo incomprensible y el otro aspecto que es el deseo por conocer al otro.

La cocina se vuelve un espacio, que si bien muestra las diferencias culturales, frecuentemente es un elemento flexible que ayuda a amalgamar las diferencias entre unos y otros, fusionándose las cocinas para entretejer los significados apoyando la creación de una nueva cocina con su esencia, convirtiéndola en una representación digna de un pueblo o nación.

La cocina mexicana es un ejemplo de esta amalgama de conocimientos de dos culturas, al utilizar la comida durante la construcción del estado nación basada en la idea del mestizaje, donde muchos platillos que se reconfiguraron durante la conquista como los tamales o el pozole, que no eran consumidos con carne o llevaban carne de xoloitzcuintle al darse el intercambio de nuevos alimentos con Europa se modificó al colocar carne de xoloitzcuintle por carne vacuna.

Este planteamiento se refuerza con los trabajos de Meléndez Torres y Cañez de la Fuente(2010), quienes señalan que: "...la alimentación -y en particular la cocina- está relacionada con la historia, con lo que somos y a lo que pertenecemos, es decir con nuestra identidad," demostrándose como la comida no solo ayuda a satisfacer una necesidad biológica, sino, es un elemento cultural que refleja la historia de un pueblo, a través de sus aceptaciones o adaptaciones a ciertos alimentos, cambios o transformaciones culinarias. Además, señalan que "... es en la cocina tradicional en donde se concretan aquellos saberes y prácticas alimentarias y culinarias que permanecen como parte de nuestra herencia e identidad cultural, ella comprende los saberes culinarios, las costumbres y los rituales, así como las formas de preparación de los alimentos reconocidas y transmitidas de generación en generación."

Esto es, la tradición culinaria de un grupo social sale a relucir, no solo en las prácticas alimentarias, ésta va más allá de la alimentación del cuerpo, también nos alimenta el alma y los sentidos, lo que nos remite a nuestros grupos de pertenencia y a nuestra historia, que además nos distingue de los otros.

En este sentido es pertinente la propuesta de Mintz y Dubois y Pilcher, cuando señalan que “el hablar o escribir sobre esta cocina nacional, además de desarrollarla, enriquecerla y darle coherencia, permite unificar las diferentes visiones de lo que significa comida nacional en el objetivo de traducir los valores nacionalistas al lenguaje cotidiano y familiar de la cocina (2002:199; 2001:15)”<sup>17</sup>.

Sin embargo, cabe mencionar que estas elecciones de platillos que representan lo nacional son resultado de un proceso de relación lucha de poder o dominación en donde lo que se decide representa la nación son los que están en el poder. En este caso, la cocina nacional mexicana no fueron los indígenas mesoamericanos ni los mestizos los que decidieron que los representaba, si no, los que en ese momento dominaban el pensamiento de la sociedad en la Nueva España que eran españoles o criollos junto con la iglesia cuidando y evaluando la preparación y presentación de cada platillo.

De esta manera, se va conformando un sistema culinario dependiendo de las necesidades del grupo, que al ser dinámico sufre alteraciones según su contexto socio histórico a corto, mediano o largo tiempo, el que conserva o en su defecto elimina, algunos componentes de su sistema, lo que contribuye a crear y a recrear identidades no solo nacionales, sino, también regionales y locales y/o comunitarias.

Este es el caso del estado de Oaxaca en donde a pesar de que parte de su tradición culinaria, es el mole y el chocolate, entre otros, también éstos son emblemáticos de la comida mexicana. No obstante, se han vuelto parte de la identidad oaxaqueña, ejemplo de ello son los restaurantes abiertos por oaxaqueños inmigrantes en la ciudad de Los Ángeles, California, los que fortalecen los lazos de identidad de la comunidad de oaxaqueños en Estados Unidos y al mismo tiempo se diferencian de los otros, exhibiendo a través de la tradición culinaria que se encuentra en muchos restaurantes, lo oaxaqueño y

---

<sup>17</sup> Citado en Artiaga Meoño Luis Pedro, 2008: 25.

mexicano.

Además, como escribe Matus Ruiz Maximino, “los alimentos representan formas culturales materializadas que expresan unidades mínimas de significado para sus comensales. A través de su producción, elaboración y consumo, los sujetos sociales logran reconocerse e identificarse al interior de diferentes colectividades.” (2009:4)

Volviendo al caso de Oaxaca, es un estado que se ha destacado por su gastronomía no sólo a sus alrededores sino a niveles internacionales, por la gran variedad de platillos que podemos encontrar dentro de su amplio campo culinario, notándose a lo largo de sus diversos, coloridos y aromáticos mercados que se establecen en sus ocho regiones. Además de sus representativas cocineras regionales, o en la jerga gastronómica chefs, cuyas artes y recetas podemos encontrar en artículos y estudios como es el caso de Abigail Mendoza, una mujer zapoteca cuya cocina ha trascendido internacionalmente, como se muestra en su historia de vida<sup>18</sup>, la que no solo permite conocer la vida de esta mujer, sino que nos acerca a las costumbres de su comunidad y a los procesos de mercantilización y de tensiones comunitarias que puede producir el turismo.

En suma, los estudios antropológicos han situado la cocina, sus saberes y prácticas alimenticias en el marco de la cultura y la identidad de los pueblos, expresando fundamentalmente dos visiones; una ligada a los procesos y dinámicas sociales, por medio del análisis de los hábitos y prácticas que reflejan signos, símbolos y valores que se dan en torno a ellos, dejando de lado los aspectos nutricionales y una segunda visión, más vinculada a la nutrición, estudiando la dieta de los grupos que, de cualquier manera, forma parte de las tradiciones culturales.

En palabras de Artiaga Meoño Luis Pedro:

---

<sup>18</sup> Véase Núñez Miranda Silvia, Fundación Alfredo Harp Helú, Proveedora Escolar, México, 2011.

Desde sus inicios la antropología ha apreciado el potencial semiótico de la comida, es decir, su utilidad para el desciframiento de signos en la vida social. Esta característica de la comida proviene de dos fuentes: es una necesidad constante y a veces apremiante, que posee, además, una gran capacidad para movilizar fuertes emociones en los seres humanos; por lo tanto, hace patente más que otras acciones humanas, la condición de ser al mismo tiempo seres animales y culturales (Delgado Salazar, 2000:83). Dadas estas características no debe extrañarnos que la comida haya servido para cohesionar y dar sentido de pertenencia a los grupos, así como para separarlos, distinguirlos de otros; sobre todo si consideramos que la etnicidad se construye en base al reconocimiento de diferencias y a la afirmación de una identidad de contraste con el “otro”. (2008:24)

La comida se vuelve un hilo cohesionador de la inmensa red social a la que pertenece el individuo, al tener la dualidad de identificar y diferenciar al ser humano de él con los otros, así como de mostrar la capacidad que tiene un grupo para adaptarse al medio ambiente, tiempo y lugar social que lo rodea; recordando que esta diferenciación que da la comida, no solo es, de un grupo a otro, sino de individuo a individuo, dependiendo sus experiencias vividas y en nivel socioeconómico donde se sitúe.

### **1.3 La Gastronomía y El turismo**

El interés por la comida no sólo proviene de los estudios sociales, sino también de las industrias turísticas quienes han visto en ella un atractivo más, posicionándola así como una mercancía. Con ello se recrea la identidad gastronómica.

En México y en algunos de sus estados como Oaxaca se ha comenzado a hablar de la comida con gran afición, esto a partir, de que la cocina mexicana fue reconocida patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO en el año 2010, surgiendo así un gran interés, sobre todo, por las industrias turísticas que empiezan a trabajar la cocina tradicional como un producto turístico. Lo anterior

ha contribuido a un mayor interés por estudiar estos procesos. De esta manera, Reinhardt (2006) advierte que:

La gastronomía es un ejemplo de un producto turístico – cultural reciente, motivado por la búsqueda de placer a través de la alimentación, pero también puede ser un buen camino para promover la búsqueda de las raíces culinarias como forma de entender la cultura local. Se destaca que el alimento es una fuente de información preciosa, plasmándose allí una cultura, una religión, una época, entre muchos otros factores. (Citado en Oliveira Martins, Rocha Teixeira Baptista, 2011:413)

La gastronomía juega un papel importante en el ámbito turístico, no solo por ser una necesidad inminente, particularmente en las “experiencias de viaje”, por el tiempo que el turista dispone para alimentarse, sino también porque encontramos en estas experiencias globalizantes y modernistas, a la cocina como hacedora de identidad, una de las expresiones de la cultura que el turista busca y desea conocer.

De esta manera, la gastronomía se ha convertido en un producto principal de las “experiencias de viaje”, pues hay turistas que ponen en el centro esta actividad. Con la creación del turismo gastronómico o etnoturismo, se recrea la gastronomía de cada lugar, con la ayuda de escenarios naturales, campos, montañas, hortalizas, incluso escenarios de la industrialización, fábricas y bodegas, etc. Aunque cabe precisar, que la gastronomía en la experiencia turística puede ser sólo un complemento de ésta, no por ello deja de ser importante, pues juega un papel en destacar o completar el viaje. Como bien lo precisa Ramos Abascal:

...se pudiera afirmar que, gastronomía y cultura, son un binomio inseparable. Si un turista, se define porque se encuentra fuera de su lugar de residencia y pernocta en el lugar visitado, podía parecer una conclusión lógica el hecho de que consumirá comida local y que, de manera simultánea e irremediable, se adentrará en la cultura del anfitrión. [...]También existe el turista que de manera casual se involucra con la cultura local, incluyendo la comida<sup>12</sup>, y por supuesto

aquel que ha viajado exclusivamente para participar en las actividades gastronómicas del destino, por lo general en festivales o fiestas anuales<sup>13</sup>.(2011:12-13)

Hablar de turismo y gastronomía, no sólo nos remite al lugar que ocupa la gastronomía en la cultura local, sino que nos introduce a cuestiones más profundas. Por lo tanto, la gastronomía puede ser considerada un patrimonio al ser un conocimiento que se va heredando de generación en generación, en este caso sería un patrimonio cultural que según Schluter, G. Regina:

...engloba la literatura, el arte, los monumentos, los museos y los eco-museos, la arquitectura religiosa, civil, militar, industrial o popular, la música, las danzas, las celebraciones festivas, las costumbres, la gastronomía, las leyendas, los rituales, etc., es decir, todo el conjunto de elementos simbólicos que ayudan a configurar la identidad cultural del territorio en el que se hallan, una vez legitimados socialmente. (2006: 13)

La gastronomía que se comparte ya sea con familiares, amigos, conocidos y turistas, a veces van acompañados por una fiesta o celebración. Podemos afirmar que estos alimentos están cargados de significados, los cuales crean y refrendan lazos sociales. Un platillo expresa una serie de conocimiento que se comparten de una generación a otra, convirtiéndose así, en un patrimonio cultural.

Sin embargo, buscando ser más específicos y siguiendo a Raquel Ofelia Barceló Quintal: “el patrimonio alimenticio es, por lo tanto, el resultado global de las experiencias (consumo, técnicas, rituales, expresiones agrícolas, etc.) y comportamientos y a veces de nostalgias y añoranzas que se han sedimentado en el transcurso del tiempo en una zona, constituyendo su carácter dominante.” (En Lagunas, David, 2007:218) Dicho de otra manera, éste implica distinguir entre los saberes culinarios y las prácticas culinarias:

[Los] “...saberes culinarios aquellos sustratos inmateriales- subjetivos, no tangibles como las significaciones, representaciones, sentidos de pertenencia, creencias, tabúes, temores, y afectos, además de los conocimientos adquiridos a través de la experiencia directa o mediante



la transmisión (transgeneracional, familiar, externa, intragénero o intraclase) de un portador de la cultura culinaria o gastronómica determinada. Mientras que, por prácticas culinarias entendemos tanto a los sustratos materiales tangibles en cuanto a la acción práctica como la adquisición, las técnicas y procedimientos de elaboración, condimentación, conservación, presentación y consumo de los alimentos. Ambos aspectos, saberes y prácticas, están asociados al momento de su transmisión o al hecho mismo de cocinar.” (Meléndez Torres, Cañez De la Fuente, 2010:191)

Lo anterior nos lleva a entender que el patrimonio alimenticio se vuelve tangible e intangible al mismo tiempo, intangible por ser un saber que muchas veces no se tiene materializado, pero que si tomamos la comida como la materialización de esos saberes culinarios podemos observar la parte tangible y visible de este patrimonio. Considero que la gastronomía, si bien está cargada de conocimientos que son parte del patrimonio e identidad de un pueblo, cuando ésta se encuentra con los procesos globalizantes, se transforma en un producto más de las industrias turísticas; estos es:

...la gastronomía no sólo se limita a la elaboración de los alimentos y bebidas; sino que abarca numerosas dimensiones como su origen, el proceso que se sigue para su confección, las costumbres que lo acompañan, lo que la convierten en un producto de la actividad turística toda vez que por sí misma constituye el principal motivador del desplazamiento de los turistas y, a la vez, se convierte en el complemento ideal de otros atractivos que la dotan de un mayor sentido y significado para quien viaja. (Castro Ricalde, Guía Zaragoza, López Otero, 2011:31)

La gastronomía, valiéndose de la cercanía que tiene con la cultura, ofrece al turista nuevas experiencias, ya que por medio de un platillo “típico” se puede conocer parte de la cultura de un lugar y de un pueblo, lo que origina el establecimiento de rutas gastronómicas para el turismo, cuyas motivaciones de búsqueda son diversas, como lo señalan, Schuter y Thiehellul:

Con respecto a las motivaciones culturales entran en juego los estilos de vida de las personas que cada vez se encuentran más asociadas a la búsqueda de lo nuevo en el ámbito de la gastronomía. A esto se

suma la constante búsqueda de lo auténtico que, supuestamente, puede ser provisto por la cocina cuando de encuentros entre culturas se trata. No obstante, esto no siempre se logra debido a que por lo general la gastronomía local es pasada por un filtro para que se adapte al paladar de los turistas. (2008:251)

Esta situación ha provocado que los alimentos se conviertan en productos aceptables para el turismo, en consecuencia existe una descontextualización y desritualización de los alimentos, originando que los platillos pierdan los componentes tradicionales, pareciendo que surge una homogeneidad culinaria.

...el conocimiento de las cocinas locales, regionales o nacionales es de gran interés para todo turista y es parte integral del disfrute físico y espiritual de la experiencia turística. La satisfacción gastronómica está en primer lugar entre los placeres derivados de un viaje y la impresión favorable o desfavorable que tendrá de ella el viajero puede condicionar su valoración y recuerdo de los restaurantes que ha visitado y de todo lo que ha visto y vivido en el viaje.(Bernard, Domínguez, 2001:46.)

De allí que la comida quede atrapada entre la identidad y la industria turística, que mercantiliza la tradición de los anfitriones en el ámbito turístico, tal como lo señala Castellanos (2008), cuando analiza la búsqueda de lo “auténtico” por los turistas y los guías, y la decepción y preocupación de éstos frente esta situación.

## 2. La gastronomía en la identidad Oaxaqueña

Al estudiar la gastronomía de una cultura, partimos de una concepción que concibe la comida como un saber y una práctica que permiten conocer las características de la vida social, económica y productiva de los grupos sociales o de las comunidades; asimismo, nos permite dar cuenta de los cambios que han ocurrido en su estilo de vida y cómo estos se reflejan en la cocina, permitiendo observar la forma en que ha influido la urbanización y la globalización y las nuevas condiciones del mercado. Sin dejar de reconocer que la cocina refleja la historia que ha vivido un grupo, debido a las transformaciones, combinación de técnicas e ingredientes que se utilizan en la preparación de los alimentos dentro del paso del tiempo.

Por lo que incluso, la comida se mueve e inscribe en diversos niveles identitarios, es decir, un platillo puede ser reconocido localmente y extender su reconocimiento, ejemplo de ello, es el mole oaxaqueño o el mezcal, que es producido y goza de gran popularidad a nivel local, regional y nacional; provocando que las personas que los degustan experimenten tiempos sentimientos y la historia de un lugar, a través de un platillo.

“Estudiaba aquí en Oaxaca en la UABJO, pero me regresé a mi pueblo, yo soy de Veracruz, y me casé allá, a mí me hubiera gustado conocer a alguien aquí y casarme como mi prima, por eso venimos, venimos a su boda, a mí me gustan mucho sus fiestas por que duran mucho y además la comida es muy buena y hacen mucha, como el mole, las tlayudas, el chocolate, hay mucha y toda es muy sabrosa.”<sup>19</sup>

El papel de la comida no solo queda ahí, sino que cambia dependiendo del tiempo, lugar y ocasión, por ejemplo en los restaurantes nos muestran un menú que pueden variar entre platillos más ligeros o pesados, es decir platillos que son más o menos fáciles de digerir, pero en la preparación de sus platillos se utilizan ingredientes típicos de la cocina oaxaqueña, o en la vida en comunidad donde la

---

<sup>19</sup>Turista nacional, entrevistada en el zócalo

preparación de un platillo puede acompañarse por un laborioso proceso de ritualización, hasta su específica y succulenta forma de presentación en eventos especiales para familiares o días festivos.

PLATILLOS REGIONALES / REGIONAL DISHES	
Quesadillas de Queso o Quesillo con Epazote / <i>Oaxacan Cheese or Cheese Quesadilla with epazote</i>	\$ 47
Salsa verde o roja de Quesillo o Queso o Chorizo o Chicharrón / <i>Green or red sauce of cheese or sausage or pork skin</i>	\$ 60
Tamales de Dulce o Chepil (2 tamales) / <i>1 sweet and 1 chepil served with salsa</i>	\$ 40
Tamal de mole / <i>Big tamal stuffed with spicy mole sause and chicken</i>	\$ 40
Enfrijoladas o Entomatadas o Enmoladas Oaxaqueñas rellenas de pollo o quesillo (4) / <i>Tortillas soaked in mole, beans or tomato sauce With Chiken or Oaxaca 's famous string cheese</i>	\$ 64
Tasajo con Chilaquiles o Enfrijoladas o Entomatadas o Enmoladas / <i>Beef Served with foulded sofa corn tortillas in tomato sauce, bean sause and mole</i>	\$ 80
Enchiladas Suizas / <i>Swiss enchiladas</i>	\$ 58
ENTRADAS / APPETIZERS	
Ricos Chapulines	\$ 58
Champiñones al ajillo / <i>Fried Mushrooms with garlic sause</i>	\$ 58
Chorizo Oaxaqueño Asado con Frijoles, Guacamole y salsa Mexicana / <i>Oaxacan Salami with beans and guacamole</i>	\$ 58
Plato Mixto / <i>Mixed Snacks</i>	\$ 78
Tasajo, Quesillo, Guacamole y salsa Mexicana <i>Oaxacan cheese with guacamole and Mexican Sause</i>	\$ 56
Platón de Quesadillas (3) de Flor de calabaza, champiñones, epazote con quesillo y guacamole / <i>Folden hand-made tortilla with squash flower, Mushrooms, Epazote, Oaxacan cheese and Guacamole</i>	\$ 48
Ensalada de Atún o Pollo con Verduras y Mayonesa / <i>Tuna or Chiken salad, vegetables</i>	\$ 48
Ensalada del Chef / <i>Chef salad</i>	\$ 50
Ensalada Mixta / <i>Mixed</i>	\$ 42
Cazuelitas de Quesillo Fundido con:	
Chorizo Oaxaqueño	\$ 60
O Champiñones con Espinacas	\$ 52
O Flor de Calabaza	\$ 52

“los restaurantes hacen que podamos probar platillos que a veces, solo encontramos en días especiales, pero no siempre tienen el mismo sabor, porque por lo regular le echan cilantro a todo, cuando en nuestras casas ocupamos otras especias y eso siempre cambia el sabor”

Para Woortmann (2004), en la medida en que diferentes grupos étnicos o regionales discriminan entre lo que es comido por “nosotros” y lo que es comido

<sup>20</sup> Menú de restaurante primavera y comentario de un estudiante oaxaqueño , originario de los valles centrales de Oaxaca

por los “otros”, los hábitos alimenticios fomentan identidades y etnocentrismos.<sup>21</sup>

Dentro del mismo término, en el caso específico de la ciudad de Oaxaca y las comunidades de los Valles Centrales observamos el papel que la comida tiene en diversos ámbitos de la vida social, la relación de los oaxaqueños con su medio ambiente; este es el caso de sus famosos chapulines fritos que pueden ser sazonados con; sal con limón, ajo con sal o chile con limón, la sopa de guías<sup>22</sup>, los guisos de los días viernes o miércoles con la carne fresca, se pueden ver estos cambios en las comidas de fiesta y del día a día.

“Al amarillo del día lunes o el amarillo de carne manila, como le decía mi mamá se le pone pitona, a diferencia del amarillo de carne fresca que le ponemos cilantro.”<sup>23</sup>

En algunas comunidades de los Valles Centrales, la comida está ligada a lo que dio la cosecha y según las estaciones del año, esto es, los habitantes prefieren comer lo que en su momento producen y crían o la naturaleza les ofrece, sus platillos serán preparados con productos frescos. Ejemplo, los platillos de carne muchas veces solo son en días específicos, como en Teotitlán del Valle, las comidas de los viernes con carne de res o borrego o miércoles y domingos con carne de puerco, debido a que en esos días se mata y/o puede encontrar en el mercado la carne fresca.

“la comida del diario por lo regular es sin carne o con carne seca, ejemplo, unos frijoles negros con tlayudas o tortillas, con unos chiles de agua y su sal y limón, eso ya es una comida del diario, los miércoles y viernes hay carne fresca entonces en estos días podemos preparar algo ya con carne de puerco o res, el pollo lo podemos comer diario también, por la distribución comercial que se le ha dado, aunque anteriormente no era así, solo se comía en fiestas o reuniones, porque matabas el pollo que criabas y lo cocinabas en ocasiones especiales.”<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Citado en Güemes-Ricalde, F. J. y Ramírez-Cordero, B.

<sup>22</sup> Sopa oaxaqueña realizada con los tallos de la flor de calabaza

<sup>23</sup> Entrevista a cocinera de Zaachila

<sup>24</sup> Chef Abigail Mendoza, hablando de la diferencia de la comida del diario y de la de fiesta

En Zaachila, por ejemplo, hay un restaurante, negocio familiar, que solo da servicios los días miércoles, esto debido a que el producto que ofrecen llamado “Viuces”, famoso y apetecible en la comunidad, es preparado con las vísceras o menudencias del puerco y lo restante del puerco, por lo regular, es vendido al otro día en el conocido tianguis de ésta comunidad. Además, cabe recordar que Zaachila es uno de los pueblos de los Valles Centrales de Oaxaca reconocido por la venta de la mejor carne, gracias a ello su sobrenombre, “la carnicería de Oaxaca”, muy sabido por los oaxaqueños.



9. *Los tradicionales viuces*<sup>25</sup>

Igualmente encontramos importante la relación que tienen los inmigrantes con la tradición culinaria y sus papeles en su identidad como oaxaqueños y mexicanos, al encontrar restaurantes oaxaqueños atendidos por oaxaqueños en ciudades como los Ángeles, California. La forma en que muelen el frijol o las habas para poder llevarlos consigo, al emprender su experiencia migratoria y/o visitar a sus parientes. Cabe señalar que los migrantes oaxaqueños no sólo llevan los ingredientes de sus más apetecibles platillos cuando viajan o migran a otros países, sino también cuando se desplazan a otros estados de la República y a la ciudad de México o aun en otras regiones del propio estado de Oaxaca,

---

<sup>25</sup> Imagen de Carmen Leticia Pacheco en <http://sucedioenoxaca.com/2017/05/16/concluye-este-miercoles-feria-gastronomica-de-zaachila-en-cd-administrativa/>

encontrando oaxaqueños que reafirman ésa sazón oaxaqueña, en un platillo, salsa o bebida.

La comida moviliza al individuo a terrenos emocionales que van ligados con su historia individual y social, así pues el proceso natural de comer es un elemento más de la cultura. “Para Nunes dos Santos (2007), la manera como se come, lo que se come, dónde se come y cómo se siente quien come con relación a la comida son elementos relacionados con la identidad cultural.”<sup>26</sup>

Es el caso de oaxaqueños que tienen varios años viviendo en otro estado de la República, en ocasiones especiales como navidad, año nuevo o alguna celebración deciden preparar platillos oaxaqueños, como el mole con guajolote o la famosa masita, en cada oportunidad que tienen, regresan a su lugar de origen no solo para visitar a familiares sino para poder degustar ese sazón único de su pueblo.

Además, podemos observar el impacto que tiene la comida y la migración en los oaxaqueños al dar una vuelta por la ciudad de Oaxaca a cualquier mercado; igualmente en algunas comunidades podemos encontrar un local donde se venda pollo a la leña o a la parrilla, resultado de este intercambio de sabores y técnicas de cocción que los habitantes realizan en el ir y venir en su experiencia como migrante. Sin olvidar, no es casual que Oaxaca se ha destacado por dar a conocer y poner en el nivel nacional e internacional su cocina, es uno de los principales estados en exportar chocolate y mezcal a otros países.

---

<sup>26</sup> Citado en Güemes Ricalde, F.J. y Ramírez-Cordero, B.,2012:106



*10. Pollo al carbon.*<sup>27</sup>

Durante mi experiencia de campo, tuve la oportunidad de conocer a un trabajador de la construcción de la comunidad de Etna, que amablemente me invito a una comida familiar que se iba a realizar en su casa con motivo de ser la fiesta patronal de su pueblo y la visita de una de sus tías desde los Estados Unidos, lo que llamó mi atención de esta experiencia fue que llegué a la comida pero el platillo que servían era pollo a la leña, tipo rostizado, con arroz, después el señor me ofreció pollo con mole, diciéndome “ Si gustas pollo con mole, nos dices es que lo hicimos por que se le antojó a nuestra tía que viene del otro lado, a nosotros se nos antojó el pollo a la leña que casi no comemos”.

Ejemplo de esa relación que guarda la comida con las emociones o recuerdos que experimenta la gente al volver a degustar un platillo, como es el caso de la tía de este trabajador, que al ir y venir de un país a otro no tiene la oportunidad de comer

---

<sup>27</sup> Tomada por Maria Melina Montes Zamora en Zachilla



esos platillos con los que creció y que cuando regresa a su tierra la añoranza de sus recuerdos la llevan a querer consumir estos platillos. Mientras que el señor al consumirlos con más frecuencia busca probar esas nuevas cocinas que se crean en el intercambio de conocimientos.

Al estudiar la comida oaxaqueña pensamos en las representaciones que produce la publicidad turística a nivel nacional e internacional, ejemplo de ello es el conocido mole oaxaqueño, los tamales, las tlayudas, el mezcal o el téjate, sin sospechar que la comida oaxaqueña no se limita a estos platillos, se extiende a un sin número de platillos de consumo diario que ligan al oaxaqueño con su tierra, su gente y sus recuerdos, guardando un sazón único e ingredientes y técnicas específicas, que hacen de unos simples frijoles, una tortilla recién salida del comal o una sopa de guías, alimentos únicos, que arraigan a los individuos a una cultura y reproducen también la identidad del mismo.



### *11. Los tamales y el tasajo<sup>28</sup>*

El significado que tiene la gastronomía de Oaxaca para sus habitantes se manifiesta en múltiples experiencias de la vida, basta escuchar a Lila Downs cuando interpreta “la cumbia del mole”;

---

<sup>28</sup> Foto tomada por Maria Melina Montes Zamora

“Cuentan que en Oaxaca se toma el mezcal con café,  
Dicen que la hierba cura la mala fe,  
A mí me gusta el mole que Soledad me va a moler,  
[...] Se muele con cacahuete, se muele también el pan,  
Se muele la almendra seca, se muele el chile y también la sal,  
[...] Cuentan que en Oaxaca con agua es el chocolate,  
Dicen que en la fiesta torito se ha de quemar [...]

La chef Abigail Mendoza constata el orgullo que los oaxaqueños expresan a través del reconocimiento sobre el papel que tiene la tradición culinaria para una comunidad: “La comida es muy importante para el hombre porque siempre está presente en nuestra vida, desde el momento en que venimos al mundo hasta que morimos, un ejemplo es que cuando nacemos los familiares festejan nuestra llegada con una comida y al morir nos despiden ofreciendo alguna comida”<sup>29</sup>.

La comida expone una práctica cultural crucial en las esferas de la vida y muerte; se ofrece a las personas que nos acompañan en los momentos de festejo o duelo que experimentamos en el transcurso de la vida, llámense cumpleaños, bautizos, levantada de cruz, funerales, bodas, etc.

“Cuando hay difunto y se lleva la limosna con flores, se da una canasta con tres panes grandes y chocolate, si hay rezo en la noche se dan frijoles con un pedazo de chicharrón y cuatro tortillas, en la mañana se dan higaditos, cuatro tortillas, una taza de chocolate y pan y en la comida un plato de arroz y mole, cuatro tortillas.”<sup>30</sup>

Pero además, constituyen y trastocan un legado familiar, al ser prácticas que pasan de generación en generación cargadas de conocimientos que plasman diversas formas de preparar los alimentos, llamándolas recetas familiares, condicionando el uso o exclusión de ingredientes, técnicas y utensilios, contribuyendo a formar una manera peculiar de sazonar, preparar o servir un platillo, utilizando estos saberes a veces para crear un negocio familiar. Es el caso de algunas mujeres de Zaachila que se dedican a vender comida en el mercado

---

<sup>29</sup> Entrevista a la Chef Abigail, realizada el 6 de marzo del 2013

<sup>30</sup> Cocinera tradicional de Zaachila

pero sus platillos y formas de cocinar son conocimientos adquiridos a través del observar y ayudar a sus madres o abuelas desde que eran pequeñas.

“Empecé muy chica, “nacé en el mercado”, yo cobraba y mi mamá cocinaba, como no pude estudiar, yo quería estudiar medicina o leyes, pero no se pudo, me fijaba cómo mi mamá preparaba las cosas y pues yo le ayudaba aquí con el negocio, todo lo hago con cariño, vendo enchiladas, higaditos, amarillo de res, verde de espinazo, voy cambiando los platillos, también cocino luego en eventos que me piden el mole negro, coloradito, estofado, el amarillo, niño envuelto, el pollo enchilado, en barbacoa, mixiote y últimamente tipo Kentucky, yo lo acompaño con sopa y nopales.”<sup>31</sup>

Siguiendo a José Carlos Aguado y Ana María Portal (1991), hay que recordar que la identidad tiene dos evidencias ideológicas que son; el tiempo y el espacio, es decir, la identidad de un grupo o individuo depende del contexto e historia que experimente. Desde el campo gastronómico oaxaqueño se pueden colocar distintos globos identitarios representados en platillos, por ejemplo, a nivel internacional o nacional, el mole negro, los chapulines, las tlayudas o el chocolate; a nivel regional, puede variar dependiendo la región en la que nos encontremos, si lo hacemos desde la mixteca consideraríamos la macita, platillo parecido al pozole pero con mayor espesor o barbacoa, en el Istmo quizá unos tamales de iguana, o en los Valles Centrales el téjate o los siete moles: Haciendo de esta manera, referencia a la identidad gastronómica en un espacio o contexto específico y tiempo determinado de una colectividad.

Cabe señalar, el énfasis tan profundo de la historia con la identidad, haciendo la gastronomía oaxaqueña expresión de su historia, al preservar ingredientes prehispánicos que se fusionan con los traídos por los españoles, lo que descubre su pasado colonial, así como contemporáneo y su relación con las nuevas técnicas de cocción e ingredientes que trae consigo la globalización, donde las diversas culturas y sociedades parecen encontrarse más cercanas.

---

<sup>31</sup> Cocinera tradicional de Zaachila



12. La cocina, sitio de encuentros<sup>32</sup>

## 2.1 La tradición y la cocina oaxaqueña

La tradición implícitamente está ligada a un pasado, sin olvidar, que esto no implica que sea estática, “la tradición no puede existir sin la comida, la cultura, la comida es la vida misma, es el centro, la comida muestra y va de la mano de la tradición.”<sup>33</sup> Por lo que la comida, se vuelve un ejemplo de las transformaciones históricas que ha experimentado la ciudad de Oaxaca y los Valles Centrales, pero también, muestra como el día a día ayuda a refrendar y recrear esas tradiciones culinarias.

Por otra parte, el estado de Oaxaca es un lugar rico, en costumbres y creencias, también, en diversidad, constatándose en sus ocho regiones: Los Valles Centrales, la Costa, Papaloapam o Tuxtepec, Mixteca, Sierra Norte, el Istmo, la Cañada y la Sierra Sur, y cada una con sus propias tradiciones gastronómicas; esto es representado en la cocina oaxaqueña con sus siete moles, el coloradito con su singular color ladrillo, el negro el más conocido y complejo con sus 34

<sup>32</sup> Foto de: <http://www.sinembargo.mx/13-10-2013/780488>

<sup>33</sup> Entrevista realizada a Abigail Mendoza Ruiz

ingredientes, el amarillo llamado así por su color, el verde con su notable sabor que le dan las hierbas utilizadas en su preparación, el estofado o almendrado elaborado con almendra y acompañado de aceitunas, el mancha manteles con sus particulares ingredientes como el plátano macho y la piña y el chichilo con un sabor especial que le da la tortilla quemada, ya que anteriormente se consideraban siete regiones pero actualmente se consideran ocho, debido a la división de la Sierra en: Sierra Norte y Sierra Sur.

Para Paris Aguilar Piña:

La tradición dentro de los sistemas de alimentación reactualizan esa capacidad vital que se expresa en inventiva de obtención, producción y consumo alimentario; la capacidad social de reivindicar esas tradiciones se traduce en la capacidad creativa y de trascendencia individual y colectiva en la medida en que coloca al sujeto en un papel activo en referencia a su alimentación. (2001:18)

Tal es el caso de la cocinera tradicional Abigail Mendoza Ruiz, a partir del sueño que ella tiene de crear un libro sobre su vida y relación con la comida, ayudada por amigos que le proporcionaron los recursos para poder realizarlo, nos muestra su vida y como ella adquiere el conocimiento sobre las técnicas de preparación de la comida y el interés que sentía por aprender a cocinar, pero a la vez muestra parte de lo que son las costumbres y tradiciones de su comunidad. Lo anterior la lleva a distintos foros gastronómicos regionales, nacionales e internacionales para compartir las técnicas tradicionales de preparación de los alimentos y exhibir el orgullo e identidad de la cocina oaxaqueña. Por otro lado muestra el ingenio que ha adquirido a través de sus experiencias, en su restaurante, cuando menciona que al principio tenía solo platillos típicos, como las tlayudas, el mole acompañado con arroz, pero cuando le pedían sopas no sabía qué ofrecer, por lo que buscó la manera de hacerla, creando la sopa de chepiles (hierva aromática) y flor de calabaza con elotes tiernos acompañada con una quesadilla frita de dos quesos: uno del itzmo y el quesillo tradicional. (Núñez Miranda, 2011; 95)

“yo siempre en las conferencias que tengo en las escuelas, que a veces me invitan, les digo que no se olviden de los platillos que aprendieron en casa que de ahí nace lo que somos y hay que presentarlo siempre con orgullo, estar orgullosos de lo que somos”<sup>34</sup>

Por lo que, es pertinente hablar de una cocina oaxaqueña, considerando la cocina, como el lugar que constituye no solo un espacio físico, sino una manifestación de técnicas de producción y conservación de los alimentos, así como la dieta de un grupo o individuo, con sus preferencias y restricciones alimenticias, reflejo de sus tradiciones y momento histórico en el que se encuentra, ya que como mencionábamos anteriormente, los seres humanos junto con la cultura constantemente están afirmando y recreando su espacio social.

“El téjate es una bebida típica oaxaqueña, antes nuestros abuelitos la utilizaban como refresco, cuando se iban a trabajar al campo se la llevaban porque es una bebida refrescante y además les ayudaba a aguantar el hambre, hoy la ofrecen en las fiestas o la venden en días de tianguis, pero también no cualquiera puede hacerla porque se te corta y no se hace la espuma”<sup>35</sup>

La cocina desde el habitar doméstico, muestra la importancia que tiene como espacio social, es en la cocina donde se desarrollan los lazos familiares y por tanto culturales, es un lugar íntimo sobre todo para las mujeres oaxaqueñas, ya que es aquí donde, muchas veces se cría a los hijos; por ejemplo al estar cocinando las tortillas para la comida y se les ofrece a los niños mientras terminan de preparar los demás alimentos, preparando cada alimento con especial cuidado y cariño para ofrecerlo a sus seres más queridos, reflejando esa unión y las relaciones familiares; incluso ver a las niñas pequeñas que se acercan a ayudar a sus madres o abuelas con sus mini metates, transformando la cocina en un juego.

Destacando la cocina como un sitio importante, con la simple frase “se metió hasta la cocina”, esta frase comúnmente es utilizada cuando alguien pasa a un lugar sin que sea invitado por el dueño, reflexionando que la cocina es un lugar al que no

---

<sup>34</sup> Chef Abigail Mendoza

<sup>35</sup> Tejatera de Huayapam

cualquiera tiene acceso, ya que por lo regular es aquí donde muchas veces se generan lazos de apego, al ser un lugar donde se reúne la familia o los integrantes de una casa que al preparar y consumir los alimentos, también comparten historias y sentimientos.

En las Valles Centrales, voltear la mirada a la cocina nos acerca a entender la distribución del trabajo y su relación con el género, ya que son principalmente las mujeres las encargadas de mercar y preparar los alimentos, aunque cabe mencionar, que hay platillos en donde el hombre tiene un papel más activo en la preparación y la mujer solo se limita a acercar los ingredientes o utensilios.

Ejemplo de ello, es la barbacoa, que principalmente es elaborada por los hombres, debido al proceso que lleva, ya que, se mata el borrego, es lavado y preparado para llevarlo a un horno bajo tierra o los viuces que son preparados también por hombres, estos son la menudencia del puerco, es condimentada con ajo, limón, hierbas de olor y se fríe; pero no solo hay platillos también bebidas como el mezcal o el tepache. Son platillos y bebidas elaborados por hombres debido a que se considera, que llevan trabajos pesados como matar al animal que es grande o hay que llevarlos bajo tierra, en el caso de la barbacoa hay que llevar al borrego al horno o el tepache que se fermenta bajo tierra, necesitando mucha fuerza. Cabe destacar, que no se aminora el trabajo que hacen las mujeres.

“Desde hace 20 años, mi papá trabaja el puerco, este es un negocio familiar, los muchachos de la familia son quienes se encargan de matar, limpiar y guisar el puerco, nosotras solo arrimamos los ingredientes, el ajo, el limón, las hierbas de olor, para los viuces, la asadura del puerco se fríe, yo solo me meto para servir.”<sup>36</sup>

A través de la cocina tradicional transmitimos sentimientos, recuerdo e historia, por ejemplo, el pan amarillo, que antes era traído de ETLA a la ciudad de Oaxaca, algunas personas recuerdan que le nombraban al pan, pan de burro, debido a que lo transportaban en la espalda del burro adentro de unas canastas y lo protegían

---

<sup>36</sup> Entrevista de la señora Tayde, cocinera de Zaachila

con hojas de plátano. Por otra parte, los altares en día de muertos reflejan el luto, la alegría y los lazos familiares de las personas que los ponen, el duelo al recordar a sus fallecidos y la alegría al preparar la comida que les gustaba, provocando recuerdos de los momentos que compartieron y los lazos familiares, ya que en la ciudad de Oaxaca y con mayor frecuencia en las Valles Centrales al recoger el altar se reparten los alimentos, frutas y dulces entre las familias y miembros de la casa.

A su vez la cocina tradicional oaxaqueña, se ha caracterizado por sus texturas, olores y sabores particulares, adquiridos a través de la manera en que son procesados los ingredientes para crear un platillo, muestra de ello, el todavía existente uso del metate, sobre todo en comunidades de los valles centrales, que proporcionan al guiso un sabor y una textura única; además, los ingredientes usados, ayudan a definir esos olores y sabores, con sus múltiples chiles (de agua, chilcoxtle, chilhuacle, etc.) y hierbas (hoja santa, pitiona, hierba de conejo, etc.), reflejo de su relación con su medio ambiente.



*13. Cocinera tradicional de la comunidad de Zaachila mostrando la hierba “pitona” <sup>37</sup>*

---

<sup>37</sup> Foto tomada por Maria Melina Montes Zamora



Por otra parte, la cocina tradicional ayuda a la conservación de símbolos y valores relacionados con la memoria del gusto del grupo, es decir, la cocina refleja lo que un grupo puede considerar como producto consumible o no, al privilegiar unos ingredientes y técnicas en vez de otros, preservándolo por medio de las recetas que son pasadas regularmente por medio de la oralidad y observación de una generación a otra.

Dicho lo anterior, los mercados tradicionales, que también, forman parte de la cocina, nos revelan parte de la materia prima utilizada por las y los cocineros tanto tradicionales como cocineros actuales (chefs), resguardando estos gustos que conforman y caracterizan la cocina oaxaqueña; en ellos podemos encontrar desde los guajolotes vivos, hasta diversos chiles, los más populares son los de agua, frutos y verduras; también encontramos utensilios como: el metate, canastas, molinillos para el chocolate, comales de barro, etc., de esta manera en los mercados se puede observar la tradición y la vida cotidiana de los pueblos.



*14. Día de plaza Zaachila<sup>38</sup>*

---

<sup>38</sup> Tomadas por Maria Melina Montes Zamora



15. Mercado de Etlá<sup>39</sup>



16. Día de plaza en Ocotlán de Morelos<sup>40</sup>

En suma, la cocina tradicional oaxaqueña muestra la diversidad cultural y natural de las comunidades de los Valles Centrales y la ciudad de Oaxaca; al mismo tiempo nos muestra la creatividad y conocimiento de su gente, y la importancia de la vida cotidiana en el fortalecimiento de los lazos sociales y familiares. Siguiendo a Cristina Padilla Dieste (2006), las cocinas pueden convertirse en un medio, construido e identificado por la comunidad, que generan dinámicas de producción de alimentos y reproducciones culturales.

<sup>39</sup> Fotos tomadas por Maria Melina Montes Zamora

<sup>40</sup> Fotos tomadas Por Maria Melina Montes Zamora

## 2.2 Practicas culinarias en la vida cotidiana y el consumo popular

La vida cotidiana considerada como lo habitual, es decir, lo que sucede en el día a día, juega un papel importante en la clasificación y diferenciación de los gustos de una persona o cultura. Las prácticas cotidianas reflejan cómo los seres humanos crean y recrean el saber, en este caso el culinario. Es en la cotidianidad donde un pueblo muestra la capacidad que tiene para adaptar, modificar y reestructurar lo que llamamos “memoria cultural”. De acuerdo con Paris Piña (2001) lo cotidiano constituye el espacio social donde la tradición está en constante movimiento reorganización y significación.

Las mujeres juegan un papel importante en la cotidianidad de los pueblos, pues en ellas se origina la reproducción de la vida. En la cocina son ellas quienes transmiten los gustos alimenticios y las formas de preparación y conservación de los alimentos, esto lo hacen por medio de la oralidad de las recetas y de las historias que los alimentos guardan con la cocina de su pueblo.

Las prácticas culinarias que surgen dentro de la cotidianidad oaxaqueña son diversas y ejemplo de la diversidad social e individual que existe dentro de la sociedad, ya que si bien en la ciudad oaxaqueña podemos encontrar entre las fondas, restaurantes y mercados parte de la cocina tradicional, las y los habitantes de Oaxaca produce y recrea diversas alternativas del consumo de sus alimentos.

La cotidianidad construye diversas prácticas culinarias dependiendo del individuo, es decir, las practicas culinarias de una mujer en los Valles Centrales que trabaja en la ciudad de Oaxaca, es distinta a una mujer ama de casa. En las comunidades de los Valles Centrales, la comida del día a día va preparada por ingredientes que se tienen a la mano y por lo regular no llevan carne.

“La vida es diferente, ya que, muchos ahora trabajan en otros lados y ya no están trabajando en casa, si estas en casa vas a tener tus animalitos, pero si trabajas en la ciudad o en otra casa no tienes tiempo, ganas el dinero y vas a comprar lo que necesitas; antes en cada casa por muy humilde que fuera tenían animalitos y si no tenían qué comer los mataban. Ahora hay más mercados, aunque antes también los había pero no existía el transporte para llegar a ellos como hoy.”<sup>41</sup>

En Teotitlán del Valle los días miércoles, viernes y domingo podemos encontrar carne fresca, mientras que el resto de los días la comida se puede acompañar con carne seca (tripitas a la brasa o falda de res) o pollo, un guiso del diario pueden ser unos frijoles negros, con tortillas recién salidas del comal, unos chiles de agua, sal y limón. En la ciudad de Oaxaca hay más posibilidad de comer carne cualquier día de la semana o inclusive algún mole oaxaqueño. En tiempos anteriores sucedía lo mismo con el pollo, solo se comía el que se criaba en casa, ya que el transporte era escaso y no había la misma facilidad que existe ahora para poder ir de un pueblo a otro y poder comprar lo que se necesita, además de que el pollo actualmente tiene un mayor campo de mercado y distribución.

Los cambios en el consumo de alimentos son resultado del contexto social de las y los sujetos, por ejemplo un trabajador, estudiante o turista, tienen diferentes tipos de consumo de alimentos. Un elemento que es importante señalar, es que los turistas también influyen en la creación y recreación de la llamada “gastronomía oaxaqueña”, es decir, las prácticas que realiza un chef de un restaurante de la ciudad de Oaxaca se recrean a partir de los comensales que asisten a su restaurante, por lo que él puede basar sus prácticas culinarias en lo que la afluencia turística exija. Así la comida que se come en las casas oaxaqueñas puede ser muy diferente a la que se consume en los restaurantes.

La cotidianidad y su relación con las prácticas culinarias va depender del contexto, en las comunidades de los Valles Centrales las practicas culinarias de la vida

---

<sup>41</sup> Señora habitante de Teotitlán del Valle

diaria están más ligadas a lo que el entorno ofrece en ese momento e inclusive la forma de mercar varía de comunidad en comunidad, hay comunidades como Teotitlán que el mercado solo abre en las mañanas, en Etna se puede encontrar abierto hasta media tarde o Zaachila solo algunos puestos abren entre semana.

El zócalo de la ciudad de Oaxaca es un lugar que nos permite observar el consumo popular de los alimentos ligado a ese sentido de placear, esto puede verse en la comida que se ofrece y la forma en que está distribuido el espacio; por ejemplo los fines de semanas en las tardes y noches, los visitantes originarios de Oaxaca crean un ambiente agradable donde podemos disfrutar de la marimba o la banda, observar al señor de los helados que pasa con su carrito tocando su campana, la señora que pasa gritando “dulces o chicharrines” o el señor en su bicicleta vendiendo sus chicharrones y los globeros, mientras que en los restaurantes que rodean el parque, la gente disfruta del ambiente acompañado de un libro, una computadora o par de amigos de una rica taza de café o chocolate de agua o leche, o una cerveza.



*17. Kiosco de la ciudad de Oaxaca<sup>42</sup>*

Por otra parte, en la ciudad de Oaxaca como en los Valles Centrales muestran esa

---

<sup>42</sup> Fotos tomadas por Maria Melina Montes Zamora

relación inseparable de la cotidianidad con la tradición y los procesos globalizadores, siguiendo a Paris Aguilar Piña (2001) la alimentación se muestra como un fenómeno transhistórico y transcultural, muestra de ello, los mercados y sus alrededores llenos de diversos olores, colores y sabores, con sus frutas, verduras, semillas y chiles, diversidad de platillos ofrecidos en sus fondas y por lo regular siempre hay cerca un puesto de tacos al pastor o suadero, papás fritas preparadas (con diversas salsas), dulces tradicionales (mamonos, merengues, marquesote, empanadas de lechera, nicoatole), pollo asado, rostizado o a las brasas o chapulines con sal y chile o ajo; en la ciudad incluso hay restaurantes tipo café con repostería fina, comida china, pizzerías, hamburguesas al carbón, etc.

### **2.3 La comida en las ceremonias religiosas y festividades cívicas o familiares.**

La fiesta es un momento donde podemos ver la dinámica que surge entre la cocina y la tradición, espacio donde los saberes culinarios de un pueblo se transforman en un objeto tangible, en un platillo lleno de significados y símbolos. Alimentos preparados para ser compartidos.

Como ya vimos anteriormente la cocina tradicional tiene tiempos (almuerzo, comida, cena) y espacios (donde son consumidos) y una identidad social (cómo, con quien, donde y como se comen), aspectos que pueden ser vistos dentro de las festividades.

En el caso particular de la ciudad de Oaxaca y más aún en las comunidades de los valles centrales, para poder llevar a cabo una festividad tanto cívica, religiosa o familiar se necesita de una organización previa que puede llevar semanas o meses, como por ejemplo una celebración cívica o familiar como cumpleaños o

reuniones pequeñas, hasta las que llevan un año de organización como ferias gastronómicas o mayordomías. Incluso en algunas comunidades la organización de la fiesta está ligada con los días que hay carne.

Por otro lado, hay platillos específicos para las festividades, debido a su preparación que es más elaborada que la del día a día y los significados de los que son portados los platillos, por ejemplo el mole chichilo en algunas comunidades es ofrecido en días de luto o día de muertos, esto por el sabor amargo que da la tortilla quemada con la que es preparado, es preparado así con la intención de significar el duelo que atraviesan los familiares del difunto. En otras comunidades, como Zaachila o Teotitlán del Valle, se ofrece chocolate y pan; en la comida se dan higaditos, chocolate y pan, o chicharon con frijoles y chocolate. En las festividades de día de muertos se reparten charolas con pan, chocolate, dulces, mole y mezcal.

Hay otros platillos que solo son ofrecidos en bodas, bautizos o mayordomías y depende del nivel socioeconómico de las personas, así como también de los que van a colaborar con la festividad, ya que muchas veces de esto depende el tiempo que va durar la fiesta, por ejemplo un bautizo o boda puede tener varios tiempos, en el desayuno se puede ofrecer desde pan con chocolate, hasta higaditos, pan, chocolate y mezcal, después en la comida se sirve el plato fuerte, que puede ser alguno de los moles oaxaqueños, sequeza o mole zapoteco; aunque cabe mencionar que depende de la comunidad debido a que en comunidades como Abasolo, Santa María del Tule, San Miguel del Valle, Teotitlán del Valle o Tlacoahuaya se ofrece más la sequeza o el negro.

En un bautizo, por ejemplo, en algunas comunidades los padres se organizan entre ellos para saber cuánta gente va ser invitada, después se decide quién va preparar la comida si van a ser la mamá, las abuelas y tías del niño o se va a

recurrir a la comidera<sup>43</sup> del pueblo, se decide cuánto durará la fiesta y qué platillo se va a dar o si solo se a tenderá a los padrinos sin hacer una fiesta muy grande cuando ya se contempló todo y se lleva a cabo la celebración los padrinos deben llevar al niño a ser bautizado y después se lleva a su casa, aquí la familia atiende a los padrinos, hay una persona que se encarga de bendecir la mesa y los platillos que se van a dar, si se va a ofrecer desayuno se comparte chocolate y pan, después en la comida se sirve el plato fuerte y aparte se les da un plato grande a los padrinos con un pollo o medio pollo, se puede acompañar con carne de puerco o del guiso que se hizo, una olla con guajolote y una jarra de atole, esto depende del cariño que se le tiene a los compadres, este plato, olla y jarra es para que los compadres se lo lleven a su casa, mientras que el encargado de bendecir los alimentos y mesa forma un *itacate*<sup>44</sup> para los compadres que después será llevado a su casa, mostrando el cariño y respeto que se tiene por las personas que eligieron como compadres, lo anterior refirma los lazos sociales y familiares entre compadres; aunque cabe mencionar que esto también depende de los alcances económicos de las personas que organizan la fiesta.

En la ciudad de Oaxaca podemos ver el papel que juega la comida en las celebraciones religiosas como lo es la semana santa, en donde se celebra el “día de la samaritana” llevado a cabo el cuarto viernes de la cuaresma. Esta celebración se basa en un pasaje bíblico donde una mujer le regala agua a Jesús y que los oaxaqueños ligan con la señora Casilda<sup>45</sup>. Este día en escuelas, iglesias y comercios grandes colocan a fuera de sus puertas ollas de barro grandes forradas con flores y algunos recrean pozos, donde se regalan aguas frescas, de sabores como horchata con fresa, tuna, chilacayota, Jamaica y limón con chía, a todos los que pasan.

---

<sup>43</sup> Cocinera tradicional de pueblo encargada de la preparación de la comida en las fiestas

<sup>44</sup> Provisión de comida que se le da a algunos invitados en las festividades.

<sup>45</sup> Casilda Flores se conoce como la primera promotora de esta festividad, vendedora de aguas frescas en un negocio familiar obsequiaba agua en la capilla de Juan Diego.





18. Día de la samaritana 2001<sup>46</sup>

Por otra parte hay ferias gastronómicas organizadas por las comunidades donde muestran sus especialidades gastronómicas, como la feria del téjate, de la salchicha oaxaqueña, del mezcal, la nieve o el pan, donde hacen demostraciones y degustaciones de sus alimentos y que año con año tratan de que el próximo sobresalga cada vez más. Cabe mencionar que estos eventos son aprovechados por el gobierno como un atractivo turístico. La gastronomía como la puerta al conocimiento, la tradición y la historia de una cultura que puede ser tomada como un producto más de las industrias turísticas.

<sup>46</sup> Foto tomada en el corredor turístico en la ciudad de Oaxaca por Maria Melina Montes Zamora

### 3 Turismo, políticas públicas y publicidad gastronómica

La cocina es símbolo, sentimiento, color, aroma y sabor relacionados con el tiempo, el espacio y la historia de cada cultura o grupo social que trastoca redes socio-económicas-políticas, contribuyendo a la construcción de lazos de identidad, cohesión social y expresando lugar en la sociedad.

La comida mexicana a nivel nacional e internacional ha sido nombrada patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO en el año 2010, nombramiento que las empresas turísticas han aprovechado para sus propios fines, siempre con el apoyo de las políticas públicas. El discurso institucional considera al turismo como una herramienta para el “desarrollo”<sup>47</sup> y los discursos publicitarios constitucionales convocan a la audacia del turista: “Tienes que vivirlo” “Atrévete a vivir México” “Tienes que vivirlo: Oaxaca”, “Atrévete a ser turista en tu estado”<sup>48</sup>.

La comida al encontrarse inmersa en los procesos de globalización juega diversos papeles, se vuelve patrimonio tangible al materializarse por medio de los platillos, e intangible por medio de la oralidad de recetas o consejos culinarios que indican cómo servir, comer o preparar un alimento, este conocimiento que se transmiten de generación en generación que ayuda a la cohesión e identidad cultural de determinado grupo social.

Por ello, los estudios sociales consideran que la gastronomía está cargada de una serie de elementos que la hacen parte del patrimonio e identidad de un pueblo, que al situarse dentro de procesos globalizadores, como muchos otros recursos naturales y culturales, propicia que se transforme en un producto más de la industria turística.

La industria turística con la intervención de los medios de comunicación crea

---

<sup>47</sup> Ley de turismo del estado de Oaxaca aprobado en julio del 2011

<sup>48</sup> Slogans Promocionales turísticos de 2012-2014

publicidades que promocionan diversidad de platillos o bebidas, volviéndolos un producto que se aprovecha para desarrollar experiencias de viaje, valiéndose de la búsqueda del turista por la autenticidad o tradición en los lugares que visitan. Surge así la creación de un mercado turístico gracias a las políticas públicas, instituciones gubernamentales e iniciativas privadas que crean “rutas gastronómicas”, forjando de esta manera iconos culinarios que están en constante configuración. Estas políticas venden la idea de conservar lo auténtico y revalorar la esencia de los platillos, pero al mismo tiempo producen una homogenización culinaria. En Oaxaca la Ley de Turismo, el estado y el gobierno de Gabino Cué Monteagudo, manifiesta un supuesto interés por el desarrollo económico y social, situando a la gastronomía dentro del impulso que se le da al turismo cultural.

Por su parte, los oaxaqueños tienen un papel activo en el desarrollo de las experiencias de viaje que el turista desea tener; organizando eventos, ferias, concursos gastronómicos y visitas guiadas a mercados o mezcalerías, ayudando a la reafirmación y reconstrucción de la identidad, por medio de la formación de iconos gastronómicos.

### **3.1 Políticas públicas**

Considerando las políticas públicas como acciones que el gobierno promueve para solucionar una problemática ciudadana con la participación de los mismos, notaremos que las políticas públicas del turismo son dirigidas a la planificación, promoción y agilización de la actividad turística con el supuesto de conservar y fortalecer los bienes culturales y naturales de manera sustentable.

¿Pero qué tan cierto es este propósito? el “Plan de Desarrollo Turístico de Oaxaca”<sup>49</sup> en sus primeros artículos, se refiere a las bases para un desarrollo turístico con un aprovechamiento sustentable, es decir, un turismo que contribuya a conservar, fortalecer y salvaguardar los bienes culturales y naturales, pero que al

---

<sup>49</sup> Plan de Desarrollo Turístico de Oaxaca 2011

mismo tiempo genere un desarrollo económico, coordinándose los gobiernos tanto federales como estatales y municipales con sectores públicos y privados.

El plan es muy promisorio, pero el interés que tuvo el gobierno mexicano por convertir la cocina mexicana en un bien patrimonial, con el discurso de que es un bien material como inmaterial lleno de tradición y expresión de nuestra riqueza natural y cultural notamos una doble intención: la homogenización gastronómica y la reapropiación de la misma.

Así las empresas turísticas están encargadas de ofrecerle al turista un platillo que para su percepción cultural sea consumible, poniendo o quitando ingredientes o formas de preparación o presentación. De esta manera, la comida puede ser esencializada u homogenizada con el fin de satisfacer las demandas de un mercado, originando así la pérdida de su base gastronómica comunitaria. Por otro lado, también se contribuye al rescate de ciertos alimentos y prácticas culinarias que estaban perdiendo uso y significado a causa igualmente de los nuevos patrones de consumo, comida rápida, chatarra, etc.

Al colocar la comida dentro del patrimonio cultural o alimenticio, se va produciendo una patrimonialización de la comida, al ser esta, una práctica intergeneracional que va cambiando según el destino turístico, tiempo y espacio, que politizan a través de leyes o mandatos gubernamentales, programas del sector público y privado que propician cambios en la identidad y una destradicionalización así denominado este proceso por Rogerio Proenga Leite:

...para convertir al patrimonio cultural en algo ampliamente consumible, es necesario un doble movimiento, aparentemente paradójico: las políticas de intervención se ven obligadas a promover una cierta destradicionalización del patrimonio (entendida aquí bajo la idea de una flexibilización de los contenidos culturales locales, como forma de volverlos accesibles a los patrones globales de consumo) y, al mismo tiempo, necesitan rehabilitar ciertos aspectos locales de la cultura como medio inteligible de promover el reconocimiento de las especificidades locales (requeridas para la reactivación de las prácticas de consumo), mediante ciertos procesos de

retradicionalización de la cultura. (Proenga Leite Rogerio, 2010: 73)



19. Chocolate<sup>50</sup>

En la ciudad de Oaxaca y Valles Centrales se puede ejemplificar lo que señala Rogerio Proenga Leite (2010), ya que el gobierno y los restauranteros han tratado de resaltar algunos platillos como los moles, los tamales, chapulines o tlayudas, el mezcal, etc. que si bien son platillos que los oaxaqueños consumen, no conservan el mismo sabor, ni la manera en que son preparados en la vida cotidiana o festiva de las comunidades, además de que al convertirse en productos mercantilizados pierden parte de la ritualización de la que forman parte ya sea en el proceso de preparación, su presentación o su degustación, como bien lo cuentan sus oaxaqueños:

“Está bien que los restaurantes den a conocer nuestra gastronomía y ofrezcan los moles que en nuestros pueblo solo se cocinan en día de fiesta, pero lo que no me gusta es que muchas veces le echan a algunos platillos cilantro o le quitan ingredientes y pues no saben iguales.”<sup>51</sup>

Las políticas públicas derivadas del “Plan de Desarrollo Turístico de Oaxaca”,

<sup>50</sup> Foto de Maria Melina Montes Zamora. Las fotos ejemplifican la manera en que se estilizan los platillos, del lado izquierdo es la forma en que en los pueblos de los alrededores, valles centrales, comúnmente se consume mientras que la foto de la derecha son formas en las que se encuentra en los restaurante de la ciudad de Oaxaca.

<sup>51</sup> Estudiante oaxaqueño que vive en la ciudad de Oaxaca pero viene de los valles centrales.

buscan acercar a la comunidad al turismo con la idea que es un bien que hay que desarrollar, a partir de campañas de “concientización y cultura turística”, con el fin de dar a conocer al turista las virtudes de los denominados anfitriones, la manera en que la comunidad debe de tratar al turista y embellecer el entorno para satisfacer las expectativas del turismo.

Oaxaca es un estado cuyos mayores ingresos económicos dependen de la industria turística y las remesas de los migrantes. De esta manera el gobierno ha ofrecido apoyos a las comunidades con el fin de lograr el desarrollo y capacitación del sector turístico. Si bien Oaxaca gracias a la belleza natural y su diversidad cultural, ha logrado llamar el interés de los turistas, con el desarrollo de estas medidas ha incrementado las ganancias generadas por el sector turístico.

Si bien lo anterior puede dar la impresión de que el gobierno oaxaqueño realizó un buen trabajo, es importante recalcar que fundamentalmente ha buscado generar mayores ingresos económicos para los--, empresas turísticas, dejando de lado otros problemas sociales, como la desigualdad y la pobreza. Sin atender lo que los ciudadanos quieren, incluso en el “Plan de Desarrollo Turístico de Oaxaca”, no se hace partícipe al ciudadano de lo que desea dar al turismo y obtener del mismo, abriendo desigualdades de oportunidades dentro del mercado turístico.

“Esta condición de los pueblos provoca decepción entre los turistas, porque lo moderno se ha impuesto a la tradición, a la supuesta originalidad, que en parte se confunde con la pobreza” (Castellanos Guerrero, 2008:168.). Esta desigualdad social que se vive en las comunidades de los Valles Centrales y en la Ciudad de Oaxaca ha continuado a pesar del desarrollo turístico. Si bien la industria turística ha crecido, los beneficios económicos no han favorecido a los sectores más pobres de la población.



20. Pobreza o tradición<sup>52</sup>

### 3.1.1 La ruta gastronómica impulsada por SECTUR y la participación de CANIRAC<sup>53</sup>

El turismo vuelve lo patrimonial un recurso altamente explotable en el que el turista es un sujeto que se mueve dentro de un mundo globalizado, siempre conectado a muchas fuentes de información, que busca tener experiencias que distingan su viaje del que han realizado otros turistas. Esto ha propiciado que la industria turística provea y venda experiencias “únicas”. Dentro de este panorama encontramos la gastronomía, la cual se ha convertido en una representación esencialista de los pueblos y comunidades con el fin de satisfacer la demanda del turista que busca “lo auténtico”. Esto ha provocado muchas veces la pérdida de la base culinaria local.

...el patrimonio cultural de cada región juega un papel importante; los elementos tangibles e intangibles de una cultura son los que la distinguen de las demás, los que conforman su identidad. El viaje, el desplazamiento hacia esa otra cultura, representa una oportunidad extraordinaria de conocer, aprender y disfrutar de ella. De manera general, el turismo cultural se ha definido como una actividad que proporciona al turista una experiencia que supone una ampliación de sus conocimientos culturales. Y

<sup>52</sup> Fotos tomadas por María Melina Montes Zamora en el tianguis de Zaachila.

<sup>53</sup> Siglas de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados

brindan además, la posibilidad de vivir experiencias nuevas y diferentes... (Gonzalez Huezo, 2008: 328.)



## 21. Gastronomía en Zaachila<sup>54</sup>

En México con el nombramiento que se le dio a la cocina mexicana, se empezó a desarrollar un turismo gastronómico como el que se vive en algunos países de Europa con el turismo enológico, alimenticio o gastronómico, en el año 2010 con la intervención de SECTUR (Secretaría de turismo) y CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados) en todo el país se promocionaron rutas gastronómicas que tenían como su nombre lo decía algún platillo o bebida representativa de cada estado.

La cocina mexicana fue nombrada durante el 2010 como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Este reconocimiento otorgado por la UNESCO, coloca a México en una excelente situación para potencializar su oferta turística y detonar a la gastronomía mexicana tradicional y contemporánea como un atractivo único y diferenciador.<sup>55</sup>

Siguiendo a Tomás J. López-Guzmán Guzmán y Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares

<sup>54</sup> Fuente: publicidad del restaurante “La capilla”, en la comunidad de Zaachila. La publicidad a través del folclor generar un interés en el turista hacia las comunidades.

<sup>55</sup> Tomado del folleto rutas gastronómicas; Oaxaca en la ruta, Los mil sabores del mole, [www.rutasgastronomicas.mx](http://www.rutasgastronomicas.mx).



(2008), en tiempos recientes la demanda turística ha tenido cambios en lo que el turista quiere experimentar en sus viajes, los países buscan adaptarse a estas demandas surgiendo las rutas turísticas, pero ¿Cómo se conforma una ruta turística? No hay que olvidar que es un producto por lo que debe tener un eje que lo distinga y que a su vez sea cohesionador social, que se combine con factores culturales y ambientales, disponer de una forma para ser consumida, es decir, contar con una red de transporte y comunicación. En la creación de la “ruta turística” prevalece la participación de empresas públicas y privadas que fomentarán la promoción publicitaria.<sup>56</sup>

En México en el año 2010 se empezó a lanzar la iniciativa de un proyecto que desarrollara el turismo gastronómico en el país, teniendo como modelo a seguir el turismo gastronómico que se ofrece en algunos países europeos, como Francia o España. Así se promocionó: “México a través de sus sabores”, y en el estado de Oaxaca se realizó a través de la ruta gastronómica que introdujo SECTUR y CANIRAC, “Los mil sabores del mole”, que comprende Oaxaca, Puebla y Tlaxcala. También en conformidad con SECTUR se crea la “Ruta de los dioses”, que recorre los estados de Oaxaca, Veracruz y Puebla, que tiene como principal signo de identidad la gastronomía. En el caso de Oaxaca este es el complejo de los siete moles, los chapulines y el mezcal.

Estas rutas permiten al turista adentrarse a los vastos conocimientos de la cultura oaxaqueña, ya que se ofrece dentro de éstas la oportunidad no solo de conocer la forma de producción del mezcal, sino también deleitarse con un sinfín de platillos oaxaqueños, sin dejar de visitar monumentos históricos, sitios arqueológicos, conocer las artesanías, textiles, etc.

Esta significación del platillo también puede ser otorgada a través de más destinos turísticos –que lo comparten- o bien, de otras actividades propias que conforman el proceso de producción de una determinada comida; y

---

<sup>56</sup> Artículo en PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural, vol. 6, núm. 2, número especial Turismo gastronómico y enoturismo, 2008, pág. 160-165.

todos estos elementos en conjunto pueden integrar lo que hoy se conoce como “ruta turística”, la cual consiste en el recorrido por espacios geográficos cohesionados a través de un tema específico que los une, o de un factor integrador. (Castro-Ricalde, D. et al: 2011; 32.)



## 22. La Ruta gastronómica oaxaqueña<sup>57</sup>

Sin embargo, la publicidad de esta ruta a pesar de que aporta elementos gastronómicos de interés en la región, proporciona también información sobre actividades turísticas que el turista puede realizar y de los lugares que pueden ser de interés al recorrer los municipios de Ocotlán de Morelos, Etlá, Zaachila, Santa María del Tule, Oaxaca Centro y Huajuapán de León. Pero existe un problema con la ruta, si bien, en páginas de internet y algunas otras redes sociales podemos encontrar información sobre la ruta gastronómica; en Oaxaca, hay poca si no es que nula. Incluso en los módulos turísticos no proporcionan ni un mapa sobre la ruta y si se solicita la búsqueda sobre actividades gastronómicas, solo brindan algunos folletos de restaurantes o remiten al popular mercado “20 de noviembre”, sin que exista un elemento que cree una cohesión entre los lugares a visitar y su gastronomía.

Lo anterior muestra que la ruta gastronómica sólo está conformada por algunos emprendedores que rodean a un turismo más desarrollado, como el ecoturismo.

<sup>57</sup> Fuente: [www.rutasgastronomicas.mx](http://www.rutasgastronomicas.mx), la imagen muestra lo que se ofrece al turista.

Causando que solo se promueva en algunas páginas turísticas de agencia o de la institución que trata de desarrollarla, estás buscan la mercantilización de lo que produce la región y promover una nueva alternativa turística que genere más visitas y amplíe las ofertas turísticas.

En *situ* la ruta “Los mil sabores del mole”, no tiene una señalización, ni promoción como tal. Lo que SECTUR promociona en su página de internet es un recorrido por los municipios de Ocotlán de Morelos, Etlá, Zaachila, Santa María del Tule, Oaxaca Centro y Huajuapán de León, pero en sí lo que se ofrece es una lista de restaurantes y mercados, por ejemplo en Zaachila con su restaurante la Capilla o en Ocotlán su mercado, y al mismo tiempo, propone un listado de actividades que se pueden realizar durante la visita a los distintos municipios, como Santa María del Tule y su árbol del tule.

Resaltando la importancia de promover el desarrollo de una ruta gastronómica por el estado, ya que da pauta para el crecimiento de un turismo gastronómico, que permita generar mayores ingresos. Sin embargo incita a los oaxaqueños a que empiecen a cuestionar que platillos reafirman su identidad y redescubrir platillos que son parte de su cultura.

Pero también, esta limitada orientación muestra el interés de trasfondo que tienen el gobierno, la CANIRAC y la SECTUR, los protagonistas no son los platillos que elegirían los habitantes, en la ruta son los restaurantes elegidos los que señalan qué platillos promocionan. Estos restaurantes son evaluados según los parámetros de calidad de SECTUR Y CANIRAC a partir de una afiliación con ellos, esto ha generado una participación desigual entorno a la construcción de la gastronomía oaxaqueña.

“No se puede conservar lo que no se quiere y no se puede querer lo que no se conoce” (González Huezo, 2008; 332) entonces cómo el gobierno pretende generar un turismo que ayude a la conservación, preservación y revalorización de las tradiciones, y lo

que hace es tratar de acoplar dicha tradición a los parámetros que las instituciones creen, generarán mejor ganancia económica, pero el ingreso muy pocas veces llega a los depositarios de las tradiciones.

### **3.1.2 En busca de la tradición: Las iniciativas ciudadanas y las escuelas gastronómicas**

El gobierno a través de las políticas públicas genera campañas gastronómicas reconstituyendo platillos y espacios para satisfacer las expectativas que crean los turistas respecto a su viaje. Las campañas publicitarias impulsadas por el sector turístico y restaurantero, tratan de lograr una afluencia turística con el impulso que generan instituciones como CANIRAC y SECTUR al buscan promover el turismo en función de satisfacer las expectativas de los turistas.

Al mismo tiempo los oaxaqueños promueven eventos o iniciativas que utilizan para legitimar lo que para ellos representa su autenticidad como oaxaqueños creando un dialogo entre el sentir oaxaqueño y lo que el otro espera encontrar.

En este punto los mercados juegan un papel importante, ya que son estos, el sitio donde se expone el patrimonio tangible e intangible, donde la tradición se refuerza y recrea constantemente en el ir y venir de la cotidianidad, aquí es donde se empieza a instrumentar esa iniciativa de los oaxaqueños, decidiendo lo que se vende y lo que no, y la forma en que exhiben su patrimonio a los consumidores locales y a los consumidores foráneos.

Ejemplo de ello, es la forma en que venden el nicuatole, gelatina oaxaqueña hecha a base de maíz, leche y carmín natural, en algunas comunidades de los Valles Centrales, como Etna o Ejutla, ofrecen el nicuatole envuelto en hoja santa, mientras que en la ciudad de Oaxaca lo podemos encontrar alrededor de los mercados, envuelto en plástico o como gelatina. Otro ejemplo seria el téjate, los oaxaqueños lo acostumbran consumir en jícaras, mientras que al turista lo ofrecen

en vasos de plástico.



### *23. La oferta local y turística<sup>58</sup>*

Los mercados son los espacios donde se puede expresar la gastronomía en su esplendor por medio de olores, colores y sabores, no solo en platillos elaborados, sino la forma en que se organiza la comunidad, lo que se cosecha y se consume día a día, son los que van aportando cimientos a la gastronomía que se presenta al otro, sea de fiesta o la vida cotidiana. Dando paso a iniciativas que tienen

<sup>58</sup> Fotos tomadas por Maria Melina Montes Zamora

algunos chefs oaxaqueños dueños de restaurantes reconocidos, ofreciendo visitas guiadas a ciertos mercados, para después dar una clase para elaborar algún platillo que terminarán degustando.

Por otro lado, las políticas públicas turísticas impulsan la creación de escuelas con carreras afines al mercado turístico, pues uno de los objetivos de dichas políticas es fomentar en la comunidad, la idea de que el turismo es una herramienta eficaz para el desarrollo de la comunidad y a su vez instruir las formas en que deben de desarrollarlo y los modos de tratar al turista. Esto ha originado el surgimiento de varias escuelas con licenciaturas en turismo, administración de empresas y en este caso de chefs.

La demanda de estas escuelas gastronómicas ha crecido a nivel nacional . En el estado de Oaxaca se establecen principalmente en la ciudad de Oaxaca, estas escuelas guardan una singularidad: un interés por identificar a las comunidades a las que pertenecen sus estudiantes y guiarlos para que se adentren en los procesos gastronómicos de su cocina; así como, conocer la forma en que sus antepasados procesaban la comida, sus hierbas, especias, vegetales, frutos y proteínas. En estas escuelas también se está impulsando la gastronomía molecular, para fusionar los conocimientos ancestrales con nuevas técnicas.

Ejemplo de ello es la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca, que pide a los alumnos salgan a sus comunidades y recolecten recetas de platillos que ellos conocen y que toda la vida han consumido, promoviendo el despojo de sus saberes y el rescate de estas recetas autóctonas que alguna vez quizá vieron cocinar a su mamá, sus abuelas o tías, y conocer nuevos platillos. Sin embargo, estas iniciativas pueden no ser tan nobles, pues más que el rescate se busca el conocimiento de la tradición culinaria para poder mercantilarla.

Las iniciativas, no se quedan únicamente en recolección de recetas, se organizan congresos gastronómicos donde se invitan a Chefs locales e internacionales,

como es el caso de Abigail Mendoza y Alejandro Ruiz, que fusionan la comida oaxaqueña con otras técnicas.

“A los muchachos que estudian gastronomía aquí en Oaxaca les digo que por favor le den más reconocimiento a nuestra cocina, que nunca se avergüencen y deben de sentirse orgullosos, si tú le pones amor a la cocina en Oaxaca te sale por la presencia de sus chiles, hierbas, la presencia de los sabores oaxaqueños”<sup>59</sup>



Por otro lado, hay oaxaqueños que están creando iniciativas para dar a conocer su cultura, como lo es el proyecto “Aromas, colores y sabores de Oaxaca”, que a través de una página de internet y por medio de la red social *Facebook*, han compartido una serie de entrevistas con ciudadanos oaxaqueños para que desde sus distintas posiciones en la sociedad expresen su sentir con respecto a su gastronomía. Este proyecto está respaldado por la fundación Gastronómica Huaxyacac y la iniciativa privada, y apoyo de un grupo de personas capacitadas en ámbitos antropológicos, gastronómicos y musicales, que hacen investigaciones para publicar sus resultados en dicha página.

<sup>59</sup> Chef Tradicional Abigail Mendoza

<sup>60</sup> Publicidad del congreso de gastronomía y turismo de Oaxaca, llevado a cabo por las escuelas de gastronomía con ayuda de instituciones como CANIRAC y el gobierno oaxaqueño.



61

Por su parte los ciudadanos con pequeñas acciones locales, han tratado de promover su gastronomía, muestra de ello es la venta de platillos oaxaqueños, como chocolate atole, enmoladas con cecina, tostadas con chorizo oaxaqueño, estos platillos se realizan los domingos por las mañanas en distintos puntos de la ciudad de Oaxaca, por lo regular fuera de las iglesias o parques más visitados por locales y foráneos. También se realizan ferias gastronómicas que año con año se llevan a cabo, como en el caso de la feria del téjate en Huayapam.



24. Un día de almuerzo en el parque o fuera de la iglesia<sup>62</sup>

<sup>61</sup> Slogan publicitario del proyecto Aromas, colores y sabores de Oaxaca. Fuente:aromascoloresysaboresdeoaxaca.com

<sup>62</sup> Fuente: Maria Melina Montes Zamora tomadas en el museo del ferrocarril mexicano del sur. Ejemplo de los puestos que ponen algunos oaxaqueños los días domingos en parques o fuera de iglesias.





25. Feria del Tejate<sup>63</sup>

Los oaxaqueños van creando identidades gastronómicas; en un primer momento, dentro del propio núcleo familiar, en este espacio se desarrolla una pertenencia a una cultura culinaria. Posteriormente, en un segundo momento y con la intervención de los procesos propios de la globalización, los individuos se acercan a nuevas culturas gastronómicas, desarrollando gustos individuales que dependen de los grupos sociales en los que están insertos. De esta manera conjugan su cultura culinaria con los nuevos gustos.

### 3.2 El turismo gastronómico

Considero al turismo gastronómico como aquel que se realiza con el fin de conocer el lugar que se visita por medio de la comida, donde no solo se consumen platillos ya elaborados, sino que se llevan a cabo diversas actividades que nos acercan a la producción, elaboración y conservación de un producto ícono de la cultura local, a través de visitas guiadas a campos, fábricas y restaurantes en lugares específicos que por lo regular se encuentran cerca de sitios arqueológicos o monumentales coloniales.

En México se está empezando a incursionar en este campo, por medio de rutas

<sup>63</sup> Fuente: Maria Melina Montes Zamora tomadas en la Feria anual del Tejate 2013 en Huayapam de León.

gastronómicas y ferias de algún producto local. En el caso de Oaxaca la ruta como tal no ha sido desarrollada, su estrategia turística gastronómica está ligada más a ferias gastronómicas que se realizan año con año en fechas específicas, como por ejemplo, “la feria del téjate”, “la expo feria del Pan de yema y la talavera”, “la feria de la salchicha oaxaqueña”, “la feria del quesillo”.



## 26. Ferias gastronómicas

La famosa feria del téjate que se lleva a cabo año con año en la última semana del mes de marzo o principios de abril, por lo regular coincide con las vacaciones de semana santa, dicha fiesta se realiza en el poblado de San Andrés Huayapan, las mujeres pertenecientes a la “Unión de Mujeres Productoras del téjate” se encargan de poner sus puestos en la explanada municipal, donde llegan muchos turistas locales, nacionales y extranjeros, esta celebración permite conocer parte

de los platillos oaxaqueños ya que todo el pueblo se llena de fiesta y alrededor del evento se pueden consumir platillos como: el mole, el amarillito, tlayudas, memelitas, y bebidas como el tepache o mezcal.



### 27. Feria del Tejate<sup>64</sup>

La principal motivación del turismo gastronómico es visitar un destino por su comida, es decir, se viaja para comer; sin embargo, en el caso específico de Oaxaca el motivo principal por que se visita este destino, rara vez es solo para conocer su gastronomía, ya que los motivos suelen estar relacionados con otras motivaciones, como lo son el ecoturismo, sus sitios arquitectónicos o etnoturismo, pero recordemos que el desarrollo de este tipo de turismo en Oaxaca como en el resto del país es reciente.

<sup>64</sup> Fotos de la feria del tejate. Fuente: Maria Melina Montes Zamora

Empero, la gastronomía a pesar de que no sea el principal motivo de viaje, juega un papel importante dentro del turismo que se vive en Oaxaca, sin decir con esto que sea un elemento secundario, ya que la experiencia culinaria que se desarrolla en *situ* ayuda a que se tenga una experiencia favorable o desfavorable del lugar, logrando que al final del viaje se desee regresar para volver a degustar algún platillo o bebida.

### **3.2.1 La oferta gastronómica de las empresas y los servicios restauranteros**

La gastronomía se vuelve una fuente de información de la identidad del sitio que es visitado, pero que la industria turística transforma en producto principal o complementario de las experiencias de viaje. Los restaurantes junto con organizaciones como CANIRAC y el estado, por medio de tácticas publicitarias construyen imágenes de una gastronomía local, que sea aceptable ante la lupa turística, basada en estereotipos que se crean en sus imaginarios hacia los otros.

Siguiendo a Regina G. Schluter (2009):

...para que la culinaria local se convierta en popular y atractiva por su propio derecho debe ser filtrado por un establecimiento gastronómico orientado al turista. La comida local, al igual que las artesanías se hacen populares entre los turistas solamente después que es transformada de cierta manera y en un cierto grado. Los cambios se producen en diferentes dimensiones y varios aspectos para satisfacer a los turistas; platos foráneos son introducidos en la culinaria local y transformados para satisfacer los gustos locales. De este encuentro de las cocinas nativas e importadas pueden surgir nuevos platillos, incluso, nuevas cocinas.

Es aquí donde organizaciones como CANIRAC se ponen de acuerdo con el gobierno para crear políticas públicas e imágenes publicitarias de lo que se ofrece al turismo, creando imágenes estereotipadas de lo que es ser una cocinera tradicional o chef oaxaqueño y lo que se puede encontrar con cada uno, lo anterior ligado a fines económicos.

De esta manera surgen las campañas gastronómicas impulsadas por los sectores restauranteros con el fin de estimular la afluencia turística. Así se producen imágenes de la gastronomía oaxaqueña como un elemento de la vida tradicional que conjuga el paisaje y las expresiones culturales del lugar que se está publicitando.

Un claro ejemplo en Oaxaca, es la campaña “Festival de los Siete Moles” que hacen los restaurantes incorporados a CANIRAC, y que se lleva a cabo año con año durante julio-agosto, al mismo tiempo que se realiza una de las fiestas más importantes de Oaxaca, “la Guelaguetza”. Los restaurantes son quienes promueven una imagen de cómo se presenta o consumen los siete moles, originando la idea de que estos platillos se pueden comer a diario, cuando en la vida diaria no es así, algunos de estos platillos solo son consumidos durante fechas importantes.



Dependiendo la demanda se va creando la publicidad y junto a esta una imagen de lo que se pretende proyectar a los demandantes, ejemplificándose claramente en la publicidad dirigida al turismo nacional e internacional, donde se crean imágenes de chef con conocimientos internacionales y cocineras tradicionales que aun guardan las formas tradicionales, no solo de cocinar, sino de vestir y vivir. La propaganda turística va fraguando una supuesta gastronomía local como imagen de autenticidad e identidad culinaria, convirtiéndola en una marca consumible para el turismo.

---

<sup>65</sup> Publicidad turística del cierre al festival de los siete moles, hecha por SECTUR en 2011.



66

### *28. Publicidad y los estereotipos*

Muchas veces confunden a la pobreza con tradición, ya que se piensa que el ser nativo es vivir en una burbuja, donde la forma de vivir o vestir tiene que ser humilde, el actuar, hablar, pensar, cocinar no tienen que sufrir transformaciones con el paso del tiempo, porque si se cambia se deja de ser originario. Olvidando que la tradición no es estática, sino por el contrario al pasar el tiempo va cambiando con el día a día, como por ejemplo la comida que va reinterpretando la forma tradicional de procesar la comida.

“Cuando empecé con mi restaurante venía gente de otros países que me pedían una sopa y yo solo tenía frijolitos o una sopita de guías, que era lo que les servía, pero se veía simple, por eso me decidí a crear una sopa, cree la sopa de guías con mi toque de la quesadilla con tres quesos, las cosas van cambiando pero siempre hay que cocinar con el corazón y no olvidar sus raíces”<sup>67</sup>

Los restaurantes juegan un papel fundamental en la gastronomía oaxaqueña, pues son ellos principalmente los que se encargan de dar a conocer la comida local para que sea consumida por los turistas nacionales y extranjeros. Si se analizan los menús de los restaurantes se puede observar que la mayoría de ellos cuenta con una sección de “comida oaxaqueña” y por lo general ofrecen el mole

---

<sup>66</sup> Publicidad turística de Oaxaca. Fuente: folleto de Oaxaca travel proporcionado por los módulos de información turística.

<sup>67</sup> Entrevista con Abigail Mendoza

negro, el amarillito, las tlayudas, botanas oaxaqueñas, etc.

Los medios de comunicación contribuyen a legitimar íconos gastronómicos cuando transforman los platillos y las bebidas en un producto que se integra en las experiencias de viaje, de ésta manera se genera un mercado turístico cultural. La publicidad junto con restaurantes e instituciones turísticas producen imágenes y estereotipos del “ser oaxaqueño” y de los alimentos y bebidas que éste consume.

### **3.2.2 Turismo e identidad Oaxaqueña**

Como hemos visto a lo largo de este capítulo la comida tiene una estrecha relación con la identidad de una cultura que siempre está en constante movimiento, pues hay que recordar que no es estática y que con los procesos sociales como el turismo, puede tener cambios drásticos que propician nuevas formas de reproducir o presentar la identidad o que pueden generar la revalorización de elementos con los que ya se contaba y no se habían valorado.

La comida es parte de todo un sistema cultural, ligada a procesos, económicos, políticos y sociales que ayudan al individuo a sentirse parte de una cultura, si bien, la comida nos ayuda a satisfacer una necesidad biológica también nos satisface necesidades del alma, porque hay que recordar que la comida se hace con el fin de ser compartida, Oaxaca cuenta con un sistema alimenticio inmenso que crea lazos.

La gastronomía oaxaqueña, está ligada a símbolos y sentimientos de una comunidad, pero también crea identidades a niveles individuales, es decir, cada oaxaqueño tiene un platillo preferido de la extensa gastronomía que tiene, dependiendo de los recuerdos y sentimientos que se encuentran ligados a él, pero también va seleccionando qué platillos se consumen cuándo, con quién y dónde.

El turismo que se desarrolla en Oaxaca propicia intereses hacia la gastronomía

oaxaqueña, por parte del gobierno y las instituciones restauranteros que buscan sacar provecho de ella, a través de la creación de productos turísticos que les genere grandes ganancias económicas. El gobierno promueve escuelas y abre ofertas de trabajo relacionadas con el turismo, con ayuda de discursos esperanzadores, que sugiere una vida más digna para el oaxaqueño sin perder el patrimonio cultural del estado. Por otro lado surge un interés por parte de la comunidad oaxaqueña, que desea dar a conocer parte de su cultura por medio de su reafirmación y recuperación, a partir de iniciativas alternas a las ferias y exposiciones gastronómicas que realiza el estado, por medio de la organización de sus comunidades.

Los restaurantes reflejan la estratificación social de la comida, categorizando los platillos dentro de los menús, al clasificar la comida oaxaqueña como regional o comida oaxaqueña y comida gourmet. Así mismo en la oferta de los lugares para consumirlos, por medio de la publicidad dirigiendo al consumo local, regional y nacional a las fondas o mercados y al consumo nacional e internacional a los restaurantes. Sin embargo la distribución publicitaria también depende del nivel socioeconómico creando brechas para que se acentúen los estereotipos y las desigualdades.

Los chefs dentro de este panorama mercantil cultural gastronómico, se vuelven los principales portavoces de la vasta gastronomía oaxaqueña, ya que son ellos quienes tienen un papel más activo dentro de los procesos turísticos y mercantiles, al tener una relación más cercana con lo que buscan los turistas y lo que el gobierno desea conseguir. Pero también tiene una formación académica que le permite saber que la comida es más que solo un objeto que ayuda a saciar una necesidad, por lo tanto, tiene una obligación moral con la gastronomía local a la que pertenece, tratando de empoderar la culinaria local como cadena productiva y territorial consumiendo productos locales, buscando dar la oportunidad a los pueblos para que encuentren un espacio en estos procesos globales.



El turismo afecta a los procesos de identidad oaxaqueña, pero recordemos que es parte de un mundo globalizado, al darse una mercantilización de la gastronomía local que genera estereotipos de como es el otro, desigualdades en el aprovechamiento de los beneficios que da este patrimonio cultural, que supone es de todos, y donde por lo regular la hegemonía siempre es quien tiene mayor recompensas. Provocando exista una menor relación de unión en las comunidades debido a los desplazamientos de sus pobladores a la ciudad u otros lugares en busca de un mejor ingreso familiar.

El turismo genera la pérdida de espacios y al mismo tiempo la apropiación de ellos, espacios beneficiosos para las minorías que al estar siempre buscando sus derechos, ayudan a crear lazos de comunidad y contrarrestar los estereotipos creados por las industrias publicitarias turísticas y el gobierno. Construyendo sus propios escenarios para dar a conocer lo que ellos consideran es “ser oaxaqueño” y que a pesar de que en las escuelas tratan de reproducir una mentalidad de buenos anfitriones con discursos “hay que estar para servir y complacer al turista”, siempre surgen figuras que ayudan a motivar a que los oaxaqueños no olviden quiénes son y cuales su esencia, proporcionando herramientas que les permitan decidir qué o cómo quieren ser proyectados.

## Reflexiones finales

Con mi trabajo sé que hay puntos que mi perspectiva no me permite ver, por ejemplo; ¿Cómo se están desarrollando estos espacios de resistencia?, ¿Qué estamos haciendo los investigadores sociales y la academia para apoyar estas resistencias?, ¿las nuevas formas turísticas están ayudando a que se rompan estereotipos o va desarrollando nuevos?, etc. por lo que no doy por hecho que este aquí todo resuelto, considero que mi trabajo debe de servir para que surjan más dudas del papel que la comida juega en las relaciones sociales y como los investigadores sociales vamos a responder ante temas como este, motivando a que se desarrollen más investigaciones sobre el tema.

Así recordemos que la cultura es dinámica y que siempre está en constante cambio, pero es importante decir que estas transformaciones son aceptados colectivamente y van acompañados por sus bases históricas, sino corre el riesgo de perder su esencia y caer en una mercantilización cultural.

Como vimos a lo largo de este trabajo la comida forma parte esencial de la identidad de un grupo, en el estado de Oaxaca observamos que su gastronomía tiene tal importancia que es ícono nacional y a pesar de que se encuentra dentro de los procesos globales por la industria turística surgen procesos de resistencia que tratan de generar una oposición a éstos para reapropiarse de su cultura.

## Bibliografía

### Textos:

- Aguado José Carlos y Portal María Ana, “Tiempo, espacio e identidad social”, Alteridades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México, 1991.
- Aguilar Piña Paris, Anales de Antropología, Vol. 35, 2001, es editada por el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F.
- Álvarez, Marcelo, “La cocina como patrimonio [in] tangible” En: VVAA: Primeras Jornadas de Patrimonio Gastronómico. La Cocina como Patrimonio (in) tangible. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2002.
- Artiaga Meoño Luis Pedro, “Mixtas, hot dogs y shucos: aproximación a las transformaciones de la comida popular de la ciudad de Guatemala”, tesis de licenciatura en Antropología social, Nueva Guatemala de la Asunción, Guatemala, C.A. Agosto 2008.
- Castellanos Guerrero Alicia y Manchuca R. Jesús Antonio (comps), “Turismo, identidades y exclusión”, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Casa Juan Pablos, México, 2008.
- Castro-Ricalde, D. et al., “Los tesoros culinarios del sur del Estado de México”, Culinaria. Revista virtual especializada en Gastronomía, México: Universidad Autónoma del Estado de México, julio/diciembre de 2011, núm. 02 <Nueva Época> <[http://www.uaemex.mx/Culinaria/dos\\_ne/art\\_02.pdf](http://www.uaemex.mx/Culinaria/dos_ne/art_02.pdf)>.
- El Turismo Rural en América Latina, Revista digital N°3, CIET (Estudios y Perspectivas en Turismo).
  - Bernard Alicia, Domínguez Patricia, “Rutas de Arte y Gastronomía. Una propuesta inexplorada”, Puebla-México, 2001
- Goody Jack, “Cocina, cuisine y clase: estudio de sociología comparada”, Barcelona, Gedisa, 1995.

- Güemes-Ricalde, F. J. y Ramírez-Cordero, B., “Identidad en la Gastronomía de la Frontera México-Belice ¿Producto Turístico?”, *El Periplo Sustentable*, México: Universidad Autónoma del Estado de México, enero/junio 2012, núm. 22 <[http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo22/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo22/articulo_04.pdf)>.
- Lagunas David (coord.), “Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares”, Plaza y Valdés, México, 2007.
- Meléndez Torres Juana María, Cañez De la Fuente Gloria María, “La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro, el Saucito, Sonora, México”, Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.
- Matus Ruiz Maximino, “El ingrediente étnico alimentos y restaurantes oaxaqueños en los Ángeles”, CA., *RURIS*, vol. 3 num. 1, 2009.
- Nivón Eduardo y Rosas Mantecón Ana, “Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización”, Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa, Juan Pablos Editor, México, 2010.
- NUNES DOS SANTOS, Cristiane. Somos lo que comemos: identidad cultural y hábitos alimenticios. 2007, vol.16, n.2.  
Disponibileen:<[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322007000200006&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000200006&lng=es&nrm=iso)>.
- Núñez Miranda Silvia, “DISHDAA´W, “La palabra se entreteje en la comida infinita”. La vida de Abigail Mendoza Ruiz”. Fundación Alfredo Harp Helú, Proveedora Escolar, México, 2011.
- Padilla Dieste Cristina,” Las cocinas regionales, Principio y fundamento etnográfico”, Universidad de Guadalajara, Ponencia para el VII Congreso Internacional de Sociología Rural, Quito, Ecuador, 20 -24 de noviembre de 2006.
- PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural, vol. 6, núm. 2, número especial Turismo gastronómico y enoturismo, 2008.
  - González Huevo Maria Arabella, El patrimonio sorbo a sorbo. Gestión de turismo cultural sostenible para la región de Tequila.

- Schüter Regina y Thielellul Daniela, Gastronomía y turismo en argentina. Polo gastronómico Tomas Jofré.
- Tomás J. López-Guzmán Guzmán, Sandra M<sup>a</sup> Sánchez Cañizares, La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas.
- Pilcher M. Jeffrey, “Vivan los tamales, la comida y la construcción de la identidad mexicana”, Colección la falsa TORTUSA, edición reina roja, CONACULTA, CIESAS.
- Ramos Abascal María Isabel, “La construcción teórica de la gastronomía como producto turístico cultural en México.”, trabajo presentado el 14 de octubre del 2011, en el XIII Congreso Nacional y VII Internacional de Investigación Turística SECTUR/CESTUR, Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional realizado en el Instituto Politécnico Nacional, México, D.F., octubre 2011.
- Regina G. Schlüter, “Turismo y Patrimonio gastronómico una perspectiva”, CIET (Centro de Investigación y estudios Turísticos), Buenos Aires, argentina, enero 2003.
- Sánchez Martínez Alicia Verónica “La fiesta del gusto: La construcción de México a través de sus comidas”, Facultad Experimental de Ciencias. Universidad del Zulia. Apartado, Universidad del Zulia, 2012.
- Torres Díaz Gloria Paola, “El uso del mezcal en la gastronomía oaxaqueña”
- Uira María Oliveira Martins, Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista, La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un producto del turismo cultural, Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 20, 2011.

Paginas online:

- <http://www.viveoaxaca.org/2011/01/ciudad-de-oaxaca-de-juarez-mexico.html>
- <http://www.municipios.mx/oaxaca/oaxaca-de-juarez/>
- <http://www.zaachila.gob.mx/zaachila/semblanza-historica/>
- <http://sanandreshuayapam.gob.mx/>
- <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20068a.html>