

El alimento: un elemento cultural diferencial de la identidad de los pueblos

The food: differential cultural element of people identity

 <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i1.414>

YENCY MARCELA VELANDIA

 <http://orcid.org/000-0003-1391-0401>

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (Colombia)

marcela.velandia@anahuac.mx/ymarcev@gmail.com

Artículo de investigación

Recepción: 17 de septiembre de 2021

Aceptación: 27 de octubre de 2021

Cómo citar este artículo

Velandia, Y. (2021). El alimento: un elemento cultural diferencial de la identidad de los pueblos. *Sosquua*, 3(1), pp. 61-71. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i1.414>

Resumen:

La alimentación representa en el ser humano más que el hecho obvio y cotidiano de la ingesta de alimentos con el fin de proporcionar al hombre la nutrición necesaria que garantiza el normal funcionamiento y el mantenimiento de las funciones vitales, se puede considerar que simboliza la identidad de los pueblos gracias a las actuaciones que existen entre el comportamiento de los individuos y el alimento en sí. El presente documento se realizó con la finalidad de explicar la interrelación entre alimento, cultura y turismo. A través, de una revisión bibliográfica que permite al autor generar sus propios postulados al respecto, que podrán ser aprovechadas con fines académicos en futuras investigaciones. En los resultados se puede resaltar la importancia de conocer las vivencias, tradiciones y saberes de los pueblos con relación a la alimentación para así proyectar una adecuada gestión gastronómica que permita apoyar la actividad turística utilizando la alimentación como atractivo principal de destino.

Palabras clave: alimentación; identidad; cultura; turismo.

Abstract:

Food represents in the human being more than the obvious and daily fact of food intake in order to provide man with the necessary nutrition that guarantees the normal functioning and maintenance of vital functions, it can be considered that it symbolizes the identity of peoples thanks to the actions that exist between the behavior of individuals and the food itself. This text was carried out with the purpose of explaining the interrelation between food, culture and tourism. Through a bibliographic review that allows the author to generate his own postulates in this regard, which can be used for academic purposes in future research. The results highlight the importance of knowing the experiences, traditions and knowledge of the people in relation to food in order to project an adequate gastronomic management that allows to support the tourist activity using food as the main attractive of the destination.

Keywords: food; identity; culture; tourism.

Introducción

Este ensayo pretende abordar cómo la alimentación puede ser un elemento diferencial de las comunidades. Para ello, es importante recalcar que la alimentación representa en el hombre más que una necesidad fisiológica; la comida se transforma y pasa de ser comprendida entre el hecho obvio y cotidiano del ámbito doméstico, a un objeto que simboliza la identidad de los pueblos, a través de los saberes, sabores, técnicas y demás elementos que están inmersos en un plato de comida que llega a la mesa para ser degustado.

El comensal en primera instancia disfruta de un plato de comida por su apariencia. Después la preparación seduce los sentidos del hombre y se genera ese momento de intimidad justo con la ingesta del alimento, en el momento exacto de llevarle a la boca. Así, entra en juego el sentido del gusto permitiéndose saborearlo en todo su esplendor y así mostrar la satisfacción o disgusto al plato consumido. Como, lo menciona Maricela Hernández (2007):

Un plato es una especie de trinidad mundana, es a la vez alimento, cocinero y comensal. No puede faltar ninguno de los tres. El alimento biológico y universal pasa por manos que lo transforman y por paladares que lo saborean. (p. 245).

Como resultado, genera el diálogo entre los actores mencionados, independientemente de la zona geográfica, el idioma o la latitud, dado que la práctica y la trinidad son inmutables. En palabras de Vegas (2001) “La comida siempre es precisa” (p. 24). Una preparación alimenticia, un plato de comida, el aroma que surge de un ingrediente o de la mixtura de olores al integrarlos y pasarlos por diferentes técnicas y métodos de cocción; activan inmediatamente los sentidos. A su vez, evoca recuerdos y emociones, trayendo instantáneamente a la memoria alegrías, tristezas, angustia, frustraciones y otras sensaciones. Como causalidad de lo expresado con antelación se puede decir que la comida es más que un alimento que busca satisfacer la necesidad primaria de ingesta para la subsistencia básica.

El lector encontrará en este artículo una revisión teórica que pretende explicar algunas posibles relaciones entre alimento, cultura y turismo. Con el fin de ratificar la importancia de establecer y tener una gestión gastronómica de destino consolidada que permita aprovechar la variada oferta de platos que caracteriza a los territorios y que se preparan gracias a las vivencias, tradiciones y saberes de cada uno y que desde la óptica del turismo tienen un alto potencial para el desarrollo de la actividad turística.

Metodología

Para hablar de metodología, se hace necesario interpretar ¿qué es?; para ello, nos podemos entrar en su etimología, es decir, proviene de la integración de “método” y “logos”, siendo la primera raíz, modo o manera de proceder o de hacer algo; proseguido con “logos” que significa estudio, es decir, “el estudio de los métodos” (Hurtado de Barrera J. , 2012 , p. 104).

Este ensayo se abordó, teniendo de referente una metodología del orden cualitativo, refiriendo un tipo de investigación explicativa; puesto que, a través de recopilación de información mediante la consulta de fuentes secundarias formales como lo son las bases datos. Se pretende encontrar las posibles relaciones entre alimento, cultura y turismo.

La construcción se dividió en tres etapas, En primer lugar, se realizó una visualización general de las principales opciones de búsqueda y referencia que pueden englobar los referentes teóricos, posteriormente se realizó una etapa de verificación y análisis y finalmente se realizó la presente propuesta.

Resultados

El alimento es un objeto que sugiere a los comensales las costumbres y prácticas del territorio y de quien lo está brindando. Propone un dialogo entre las generaciones del pasado y del presente, en fin; cómo lo mencionó el filósofo y antropólogo alemán Ludwig Feuerbach en 1850 “somos lo que comemos” (Ok diario, 2021), aforismo que en la actualidad sigue siendo vigente. Prueba de ello es la necesidad de organizaciones internacionales que han dirigido su mirada para proteger y salvaguardar las prácticas gastronómicas de los pueblos. Ahora estas declaratorias son emitidas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Con el objeto de ir avanzado en la reflexión de cómo la alimentación puede ser un elemento cultural diferencial de las comunidades, se busca interpretar cuál es la relación etimológica de estos 2 conceptos.

Inicialmente, para hablar de cultura se hace pertinente comprender qué es la dimensión cultural. Como lo menciona Bolívar Echavarría (2010) esta dimensión es “un factor que actúa de manera sobre determinante en los comportamientos colectivos e individuales del mundo social, que también puede intervenir de manera decisiva en la marcha de la historia” (p. 16). Así, se muestra que la dimensión cultural está enmarcada en la relación existente entre los miembros de una comunidad y sus respectivas prácticas que se viven de forma cotidiana, mostrando una dimensión cambiante y dinámica; impartiendo en sí un sentido social.

Echavarría (2010) hace referencia del origen del término cultura. Este vocablo proviene de la sociedad de la Roma antigua, ellos: “enraizan la

palabra con la noción de -cultivo- y a su vez se relaciona con el -cultivo de la humanitas-” (p. 19), es decir, reconocer aquello que distingue al hombre de todos los seres. Esta humanitas se caracteriza porque es abordada desde 3 ejes: el primero, la relación de las comunidades con los dioses; segundo, del conjunto de las costumbres, las artes y la sabiduría; por último, la actividad de un espíritu metafísico encarnado en la vida humana.

Otro aspecto para resaltar del estudio realizado por Echavarría es el recuento histórico de la evolución del término cultura. Pasa de la concepción occidentalista y espiritualista (de la Roma antigua), a la antropología empírica funcionalista (Modernidad), para terminar en el postmodernismo.

Como se puede analizar hasta este momento, el significado de cultura ha tenido una transformación evidente en el transcurrir de los años, es decir, se ha interpretado como una idea opuesta a la concepción de civilización. En otros momentos, muestra el dinamismo de la cultura viva que se transforma constantemente con la evolución del hombre versus una cultura muerta o civilizada que solo existe en el pasado. Durante la Revolución Industrial la cultura estaba relacionada con el dialogo social, diferenciando el comportamiento y conocimientos que poseían los pequeños burgueses y los aristócratas. En la época de la Ilustración en Alemania se destacó el romanticismo, entre otros aspectos. Por su parte, el alimento nace del latín *alimentum* compuesto por la unión de la raíz “*alere*”, que significa alimentar, criar, nutrir o hacer crecer y el sufijo “*mento*” que hace referencia a medio, instrumento o modo (Diccionario etimológico, 2021).

En este sentido, se debe considerar que la cultura y la alimentación están estrechamente relacionadas. Charles Édouard de Suremain (2016) expresa “La alimentación es así una de las piedras angulares a partir de las cuales se desarrollan identidades individuales y colectivas” (p. 675). Con lo anterior se puede inferir que existe una relación con el postulado anteriormente citado de Maricela Hernández en el 2007, sobre la trinidad mundana de la alimentación; se adapta a la interacción entre, el cocinero, el comensal y la comida.

Respecto a esa triada, su primer elemento es el cocinero, quién se reconoce por ser el o las personas que tienen la intensión de preparar un plato. Son los dueños del saber, es decir, poseen el conocimiento apropiado sobre los pasos a seguir de las recetas, las técnicas y tiempos apropiados. Asimismo, han de realizar un proceso previo de planificación y alistamiento. Para ello, debe garantizar que cuentan con todas las materias primas necesarias para llevar a feliz término su propósito, crear un plato para su comensal.

Luego de ese instante, aparece el rol del segundo y tercer elemento de la trinidad: la comida y el comensal. Por su parte, la comida es la pieza

tangible y está estrechamente relacionada en todos los contextos del ser humano. Está presente en la cotidianidad para la subsistencia; así como en acontecimientos sociales, económicos, culturales, históricos, antropológicos, entre otros.

El crítico Ronald Tobin en 1990 acuña el término de gastro crítica entendido como una disciplina que “trata de estudiar la pertinencia para una obra literaria de las múltiples connotaciones del comer y beber en lo social, racial, geográfico, identitario, histórico sexual, antropológico, religioso, filosófico, médico, cultural, psicológico ideológico - político, genérico, lingüístico, etc.” (Maeseneer, 2012, p.77).

De esta forma evidencia que la comida y la bebida va más allá de un beneficio nutricional. Es un puente que conecta el pasado y el presente, provocando una conversación entre aquel que prepara el alimento y sus ancestros. Posteriormente el tercer elemento, el consumidor o comensal, quien cada vez más ha optado por un consumo consiente. Significa que va más allá del hecho obvio, cotidiano y domestico de la ingesta del alimento y de la atención dirigida a las propiedades organolépticas y nutricionales.

El comensal se enfoca en indagar cada vez más aquellos aspectos relevantes previos a la finalización de un plato. Por ejemplo, las formas de producción, el empaque que se utiliza, los orígenes de las materias primas, las buenas prácticas agrícolas, la justa retribución por el trabajo del productor; incluso, el minimizar o evitar el sufrimiento animal en la elaboración del producto alimenticio.

Con todo, es posible avanzar en análisis y establecer que la comida es un hecho social, como lo manifiesta Paloma Herrera “el comer es ese acto social en donde se mezclan memoria y moda, discurso y práctica, poder y saber, gusto y necesidad; dónde se definen los comportamientos y se establecen las diferencias” (Herrera Racionero, 2014, p. 16). De esta manera, se ratifican los elementos culturales de las costumbres, las artes y la sabiduría, que se aprecian según los contextos en los que está inmerso el ser humano y marcan el curso de la similitud o las diferencias de los pueblos.

También Ger en 1997 afirma que el comer es un hecho social, a través de la relación entre el consumo y el comportamiento colectivo o individual. Plantea que el consumo es el generador de diversas sensaciones tanto positivas como negativas. En sus palabras:

El consumo tiene el potencial de satisfacer y de deleitar, de enriquecer y de cultivar, de liberar y empoderar a uno mismo, y de construir y mantener grupos [...] cuanto mayor sea la participación, la actividad, y el desafío por parte del consumidor en el acto de consumo, el consumo será más engrandecido (personal y socialmente) [...] No obstante, el consumo tiene también el poder de frustrar, de alienar, de disolver las estrechas relaciones sociales y de dañar el tejido social, la cultura, la salud y el medio ambiente [...] Con envidia, la codicia, el descontento, el consumo no siempre está al servicio de la autoestima o la felicidad. (p. 112)

En efecto, el comportamiento está ligado a las emociones, donde el actuar del individuo puede ser o no moral. Así, se construyen unos valores que determinan el comportamiento de las comunidades. Se puede establecer, por tanto, que el consumo (y en este caso particular) de alimentos y bebidas puede ser interpretado desde dos ópticas: lo positivo con el deleite, el cultivo, la liberación y moderación de uno o más individuos (colectivo), el cual estará al servicio del autoestima y la felicidad. Desde el punto de vista antagónico está el lado el negativo con la frustración y alienación que puede llevar al deterioro sociocultural y medioambiental en las comunidades.

Con todo esto, la comida además de estar ligada a las prácticas sociales, aporta información importante sobre las normas de conducta conscientes o inconscientes de las comunidades. Entonces, el comer es considerado como un acto que permite visibilizar de forma gráfica la esencia de los pueblos en cuanto a sus hábitos, costumbres, comportamientos, reglas, sentimientos y otros.

La comida en contexto puede indicar el grado de reconocimiento entre los individuos; funciona como mediador entre las personas. El acto de dar y recibir comida, o el de comer en conjunto, permite entretener y reafirmar lazos de familia, amigos, compañeros o crear nuevos lazos. En ese sentido, Onnis visibiliza que “la comida es una práctica fundamental para la construcción y la reproducción de la familia, de los vínculos emotivos y de las relaciones de poder” (p. 36).

Por su parte, Morag Fraser (1994) sostiene que la mesa de la comida es “el lugar de las confesiones, risas, revelaciones de desastres, ritos de pasaje y de iniciación; más que en casa “es en la mesa donde se adquieren las capacidades y las experiencias familiares” (p. 15). Son capacidades que pasan a ser relevantes en la interacción entre el sujeto y sus semejantes, en las interacciones sociales, por ejemplo, donde los padres moldean las costumbres alimentarias de sus hijos, estableciendo qué, cuándo, cuánto y cómo comer, instaurando así los buenos modales en la mesa. Lo anterior sirve como ejemplo del fomento de creación de prácticas culturales desde el comportamiento, en palabras de Onnis (2016) “la comida se convierte así en un importante elemento entorno al cual giran los conceptos de educación, control, conformidad y de obediencia” (p. 37).

Otro elemento que se está viviendo en la actualidad, y afecta directamente a la comida, es el conflicto que se genera entre la modernidad y la tradición. Esta paradoja se ha originado, prácticamente con la evolución de la historia social del consumo.

Fernando J. Remedi en el 2017, hace una amplia descripción de la evolución mencionada con antelación, de la cual destacamos lo siguiente:

Durante las décadas de 1960 y 1970 el consumo fue subordinado a la producción desde una mirada economicista y productivista las cuales estaban en búsqueda del consumo. Posteriormente, se gestó la historia social, la cual buscaba resaltar “actividades, instituciones, modos de

pensamiento comunes, la conducta sexual, roles familiares, actitudes y prácticas relativas a la muerte, la alimentación y una extensa variedad de aspectos de la cotidianidad” (Remedi, 2017, p 72).

Este concepto sigue su transformación dando paso a la historia cultural, la cual surge de profundas discusiones que incluyen cómo la cultura incide en los significados y las formas de percepción que la gente tenía y usaba en los objetos, desplazando así los ejes materialistas existentes hacia mediados de 1980; reconfigurando las alianzas de la historia con la sociología, economía y demografía y generando un vínculo más evidente con la antropología.

Es así, como se gesta el movimiento desde el inventario serial y la cuantificación hacia el contexto del objeto, en otras palabras, es la relación que el hombre tiene con los objetos, es decir, reconocer “la forma de usarlos, verlos, pensarlos y la significancia que se les atribuía” (Remedi, 2017, p. 73).

La historia bajo la influencia de la antropología da origen a un nuevo concepto establecido como culturas alimentarias, entendidas estas “a través de sus clasificaciones del entorno, determinan qué es comestible, y que el acto alimentario comporta una dimensión material, pero también una abstracta, imaginaria, simbólica y social” (Fischler, 1995, p. 16).

Con el surgimiento de las culturas alimentarias se puede establecer el arraigo por la tradición alimenticia porque de acuerdo con esos comportamientos tanto físicos como psicológicos se identifican culturas y patrones de consumo que validan “las experiencias socioculturales subjetivas de individuos y grupos para crear identidades, expresarse, diferenciarse de otros, establecer formas de pertenencia y estatus social” (Milanesio, 2014, p. 12).

Tradición que se ha visto retada, por los nuevos contextos, entre ellos se resalta la globalización, mayor acceso a la información, disminución de tiempo, migración del campo a la ciudad, la inclusión de la mujer en las fuerzas laborales y otros elementos, han generado, cambios en la composición de la dieta de las poblaciones locales y por ende en los patrones de consumo.

Es aquí, donde se sugiere que los diversos actores de los territorios reconozcan las situaciones que se presentan, y sin temerle a las nuevas tendencias y dinámicas no se olviden de aquellos elementos culturales que les identifica como pueblos y se construyan nuevos contextos donde la identidad y la cultura sobresalgan.

Paloma Herrera Racionero resalta la importancia de las prácticas alimentarias simultáneas entre los objetos, singulares, novedosos y especialmente interesantes, que pueden interpretarse, desde el reconocimiento de la autenticidad, generación de valor y el diferencial que distinguen la naturaleza de las comunidades y sus habitantes. Ahora bien, se debe tener en cuenta cuál es la relación existente entre la comida y el turismo. Aunque en primera instancia no se ve tan relevante, desde

finales del siglo XX se han venido desarrollando estudios que muestran el surgimiento y desarrollo del turismo gastronómico como subcategoría del turismo cultural.

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019a), define que el turismo gastronómico “es un tipo de actividad que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida, con productos y actividades afines. Además de experiencias auténticas, tradicionales e innovadoras” (p. 45). Entre las actividades afines del turismo gastronómico se contempla visitar a los productores locales, la participación en ferias o festivales alimentarios y la asistencia a clases de cocina.

Esta tipología tiene subtipos como el turismo enológico, cuya motivación se centra en conocer viñedos y bodegas. El turista se centra en todo el contexto que existe en relación con el vino, como son las catas y/o degustaciones, así como la adquisición de los vinos propios del lugar visitado o de las zonas circundantes.

En sus estadísticas, la OMT ha demostrado que el turista cuando realiza la distribución del presupuesto de viaje dispone de un tercio del total de provisión para la comida, factor que puede ser aprovechado desde la oferta del destino. Joxe Aizeaga (director general de Basque Culinary Center) afirma: “Cuando viajamos nos gusta conocer la cocina local del destino, explorar sus restaurantes, saborear los productos típicos, las tradiciones, y a poder ser, vivir experiencias sorprendentes, únicas y especiales” (OMT, 2019b, p. 7)

Vale la pena resaltar que se debe tener especial cuidado en el reconocimiento de las prácticas que se le muestran al turista. Como lo menciona Agustín Santana Talavera (2003), en no caer en el condicionamiento de la demanda en relación con la imagen y los estereotipos, generando destinos de fantasía, monocolor u homogéneos, con otras características que ocasionan que el diferencial esté conformado por ínfimos retazos de originalidad (p. 32). De esta manera, se da paso a una de las principales conclusiones de este artículo: a la hora de desarrollar nuevos productos turísticos deben caracterizarse por factores innovadores, diferenciales y auténticos.

Finalmente, es el momento de devolverle a las culturas alimentarias ese rol de grandeza que ha sido opacado por la cotidianidad, sin embargo: “las comidas buenas para comer también son buenas para pensar” (De Suremain, 2016, p. 676). Por tanto, es necesario proyectar una gestión cultural en torno a las culturas alimentarias y, a su vez, empezar a descender a la gestión turística por medio de la comida como elemento identitario. Por este camino se llegaría a una interacción del gobierno, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad (Moragues, 2006, p. 145).

Conclusiones

Resulta relevante mencionar la importancia de la gestión gastronómica dado que está compuesta por la variada oferta de platos que se preparan gracias a las vivencias, tradiciones y saberes de los pueblos, que desde la óptica del turismo tienen un alto aprovechamiento para la industria turística.

El alimento tiene una estrecha relación con el comportamiento del ser humano, fenómeno que ha sido estudiado por diversos autores, y es aquí, donde ese comportamiento pasa a ser comprendido como un elemento cultural que no solo define a una persona sino a un grupo específico.

La alimentación es más que el simple hecho cotidiano de la ingesta del alimento con el fin de proporcionar al hombre la nutrición necesaria que garantiza el normal funcionamiento y el mantenimiento de las funciones vitales del ser vivo.

La alimentación es un elemento cultural inmerso en el ser humano, puesto que representa la relación existente entre el comportamiento gracias a las actuaciones que existen entre el comportamiento de los individuos y el alimento en sí.

Se hace necesario profundizar entre la relación existente sobre la comida, el comensal y el cocinero para comprender como integrar la actividad turística donde la gastronomía sea el atractivo y se logre satisfacer las necesidades y expectativas culturales del comensal y del oferente.

Este ensayo pretende ser un referente para futuras investigaciones relacionadas con la temática propuesta, con la finalidad de comprender cada vez más la estrecha relación existente entre la cultura, la identidad y el turismo como ejes de desarrollo de las comunidades.

Referencias bibliográficas

- De Suremain, C.-É. (2016). Culturas culinarias: Comida y sociedad en Asia y África. *Revista Estudios de Asia y África*, 3(158), 675 - 681. <https://doi.org/10.24201/eea.v51i3.2250>
- Diccionario etimológico. (2021, 4 de abril). *Alimento*. <http://etimologias.dechile.net/?alimento>
- Echavarría, B. (2010). *Definición de la cultura*. Ítaca.
- Fraser, M. (1994, 15 de diciembre). *Australia makes a meal of the family duels*. Sidney Morning Herald.
- Ger, G. (1997). Human development and humane consumption: Well-Being beyond the "Good Life". *Journal of Public and Marketing*, 16(1), 110 - 125. <https://doi.org/10.1177/074391569701600110>
- Hernández, M. (2007). En torno a un plato de comida: aproximaciones al mundo de la comida y el comer. *Revista Espacio Abierto*, 16(2), 243 - 260.
- Herrera Racionero, P. (2014). Del Comer al nutrir: la ignorancia ilustrada del comensal moderno. *Revista Reis*, (139), 201-212.
- Maeseneer, R. (2012). *Devorando a lo cubano: una aproximación gastro crítica a los textos relacionados con el siglo XIX y el periodo especial*. Iberoamericana-Vervuert.
- Milanesio, N. (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Siglo XXI.
- Moragues, D. (2006). Gestión Cultural y Gestión Turística. *En Turismo, cultura y desarrollo* (pp. 144 - 150). Agencia Española de Cooperación Internacional.
- Ok diario. (2018, 18 de julio). *¿De dónde proviene la expresión "somos lo que comemos"?* <https://okdiario.com/curiosidades/donde-proviene-expresion-somos-lo-que-comemos-2681435>
- Onnis, L. (2016). *El tiempo congelado, anorexia y bulimia entre el individuo, familia y sociedad*. Gedisa editorial.
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2019a). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. OMT.
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2019b). *Definiciones de Turismo de la OMT*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Remedi, F. J. (2017). Modernidad alimentaria y afrancesamiento. Ciudad de Córdoba (Argentina) en el tránsito del siglo XIX al XX. *Historia Crítica*, 71 - 92.
- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Revista Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31 -57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Vegas, F. (2001). *La ciudad sin lengua: ensayos*. Editorial Sentido.