

Análisis de las cocineras tradicionales en las plazas de mercado de afluencia turística en Bogotá

Traditional Female Cooks Analysis in Touristic Influx in Bogotá Markets

 <https://doi.org/10.52948/sosquua.v4i2.784>

KAREN ROCÍO BELTRÁN RUEDA

Corporación Universitaria Minuto de Dios
(Uniminuto)
Colombia

JORGE ALEXANDER MORA FORERO

Corporación Universitaria Minuto de Dios
(Uniminuto)
Colombia

karen.beltranr@uniminuto.edu*

<https://orcid.org/0000-0002-8761-726X>

jorge.moraf@uniminuto.edu**

<https://orcid.org/0000-0001-7764-0370>

Artículo de investigación

Recepción: 12 de agosto de 2022

Aceptación: 22 de octubre de 2022

Cómo citar este artículo:

Beltrán, K., y Mora, J. (2022). Análisis de las cocineras tradicionales en las plazas de mercado de afluencia turística en Bogotá. *Sosquua*, 4(2), 9-24.

Resumen:

Las cocineras tradicionales son personas que conservan representaciones características del territorio; el oficio culinario es una muestra de la tradición de una cultura. Esta investigación indaga el rol de estas personas y cómo se convierte en un insumo para el desarrollo del turismo en las plazas de mercado con afluencia de turistas en Bogotá. Por tanto, su objetivo consiste en analizar el papel de la cocinera como mujer portadora del conocimiento culinario, así como su aporte al patrimonio inmaterial y al desarrollo turístico local. Por consiguiente, se realizaron entrevistas semiestructuradas para identificar los conocimientos que tienen sobre la cocina colombiana y la forma en la que se adquieren estos conocimientos. Como resultado, las cocineras son portadoras del patrimonio inmaterial y representantes de la identidad cultural; la mayor parte de sus conocimientos culinarios se han obtenido por medio de tradición familiar o a la experiencia laboral. En conclusión, ellas mantienen vivas las tradiciones culturales a otras generaciones lo cual tiene un gran potencial para el turismo gastronómico.

Palabras clave: patrimonio cultural inmaterial; patrimonio vivo; roles de género; culinaria.

Abstract:

Traditional female cooks are people who preserve characteristic representations of the territory, since the culinary craft is a sample of the culture traditions. This research investigates the role of these people and how this becomes an input for the development of tourism in Bogotá markets. Therefore, it aims to analyze the role of the cook as a carrier of culinary knowledge and her contribution to intangible heritage and local tourism development. To achieve this paper, it conducted semi-structured interviews to identify the knowledge they have about Colombian Cuisine, and the way they acquired this knowledge. As a result, cooks are bearers of intangible heritage and representatives of cultural identity; most of their culinary knowledge has been obtained through family tradition or work experience. In conclusion, they keep cultural traditions alive to other generations which has great potential for gastronomic tourism.

Keywords: intangible heritage; living heritage; gender role; culinary.

Introducción

Históricamente, el papel del cocinero para hombres y mujeres se entiende como conceptos diferentes. Como afirma Sánchez et al. (2020), las mujeres se están refiriendo como cocineros y los hombres como chefs; aunque ellas siguen trabajando duro para obtener algún reconocimiento, los hombres reciben más atención y crédito como chefs en la industria de la restauración. Además, la noción de cocinero cae por debajo de la jerarquía del chef en

una brigada de cocina. Según lo establecido por Herkes y Redden (2017), la cocina profesional es una actividad de hombres y la casera es asociada con de mujeres, vinculada al trabajo doméstico.

Durante mucho tiempo, el sector gastronómico ha sido un sector con una mayor participación de hombres. Sin embargo, en los últimos años la industria reconoce a las asociaciones, como la guía Michelin con sus “Estrellas Michelin”, utilizadas para calificar la comida y el servicio del mundo. También está la lista *The World's 50 Best Restaurants* (en español, los 50 mejores restaurantes del mundo) de la empresa William Reed, hecha por más de 1000 expertos, que proporciona las mejores experiencias culinarias para el turismo gastronómico. Ambas han trabajado para dar mayor visibilidad al trabajo de las mujeres como cocineras. Por ejemplo, *The World's 50 Best Restaurants* recientemente nombró a la chef colombiana Leonor Espinoza como la mejor chef femenina. De otro lado, en su investigación sobre género e identidades en las cocinas colombianas, Castilla y Vernot (2017) establecen que una de las razones por las que las mujeres no llegan a estas listas es que los conocimientos aprendidos como mujer (por ejemplo, el práctico doméstico de actividades como la cocina) aún no se reconocen como deberían; asimismo, enfatizan en que pueden existir otros factores relacionados con la clase y la raza. Como es una industria impulsada por el dinero, este podría agregarse como otro factor.

Las conclusiones preliminares del *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo*, presentado en 2011 por la Organización Mundial del Turismo (OMT) han reconocido la falta de reconocimiento hacia la desigualdad en la distribución de los beneficios entre hombres y mujeres en el sector turístico, también afirma que la discriminación y los estereotipos de género mantienen a las mujeres haciendo trabajos de cocina, limpieza y hospitalidad (OMT, 2011). En la segunda edición del informe se deduce que las mujeres son más de la mitad de la fuerza laboral y no alcanzan suficientes puestos de liderazgo y gestión (OMT, 2019).

Ahora bien, según el Departamento Nacional de Planeación (DANE, 2020), entidad encargada de las estadísticas nacionales, en su informe sobre participación de las mujeres en el mercado laboral, en Colombia existe una distribución desigual del trabajo entre ambos géneros. La carga diaria total de las mujeres es de dos horas y diez minutos superior; además, la mayoría de las horas trabajadas son “no remuneradas”, restringiendo su autonomía económica. En términos salariales, la brecha salarial ha disminuido, pero una diferencia en los ingresos de las mujeres sigue siendo un 12% menor que la de los hombres.

En México la figura de la cocinera tradicional femenina se ha utilizado como emblema nacional; ha sido empleada por eventos turísticos como el *Encuentro de cocineras tradicionales - Convención de cocineras tradicionales*. Como bien lo mencionan Reyes-May et al. (2017) y Matta (2019), se realiza con el objetivo de resaltar el trabajo de estas cocineras, portadoras del patrimonio gastronómico. En Colombia existen muy pocos proyectos que impulsen a las cocineras como patrimonio vivo y representación del patrimonio cultural. Uno de ellos es sobre cocineras de los mercados en Popayán de la región sur (Gálvez-Abadía et al., 2013). Aunque se es-

tán dando pasos significativos en la costa pacífica (sur) de Colombia, por ejemplo, existen investigaciones sobre las cocineras tradicionales como sujetos de estudio (Ruíz y Blandón, 2020; Galak y Escobar, 2019; Escobar-Rivera, 2015); todavía no se han encontrado estudios de otras regiones de Colombia.

Esta investigación se lleva a cabo en plazas de Bogotá. Como refieren Stadel y del-Alba (1988), *las plazas* son lugares dedicados a mercados periódicos; son espacios donde ocurren intersecciones sociales, rurales y urbanas que se fusionan a medida que acontecen relaciones y transacciones económicas o culturales. En este caso, las plazas elegidas para este estudio son los mercados diarios, donde se guardan y venden productos agrícolas; también se comercializan alimentos preparados, artefactos culturales, flores y hierbas.

Este trabajo tiene como objetivo destacar el papel de las mujeres como cocineras tradicionales, con el fin de contribuir al desarrollo turístico de estos mercados a través de ellas, como portadoras de conocimiento. En consecuencia, la investigación busca la respuesta a la pregunta: ¿cuál es el papel del cocinero tradicional como portador de conocimientos culinarios para el desarrollo turístico en cuatro mercados de Bogotá? Por lo tanto, los cocineros tradicionales de los mercados distritales de Bogotá pueden visibilizarse para la difusión del patrimonio y la generación de recursos para uso turístico.

Patrimonio gastronómico.

El patrimonio guarda los conocimientos y costumbres tradicionales de nuestros antepasados, transmitidos de generación en generación (Baratero et al., 2020). Del mismo modo, la identidad de una sociedad se refiere a la cultura e historia que las comunidades locales utilizan como propuesta de valor para potenciar la oferta turística (Kravets y De Cornago, 2008). Especialmente, la gastronomía se ha convertido en uno de los principales atractivos ya que promueve el intercambio cultural (Carvache et al., 2017a); con esta se puede vivir una experiencia de vida diferente y obtener un conocimiento cultural de ella (Mora, 2019). Asimismo, este es un rastro de identidad de las comunidades que refleja elementos propios como la agricultura, productos, platos y costumbres tradicionales, la forma de comer y servir, aspectos que pueden ser atractivos para los extranjeros (Acle-Mena et al., 2020). Un turismo patrimonial consolidado requiere una oferta gastronómica de buena calidad; un sector agroalimentario y una implicación del sector público; así como políticas públicas de promoción y salvaguarda del patrimonio gastronómico y cultural (Aguirregoitia y Fernández, 2017). Además, implica que la gastronomía tiene una sólida relación con la vida rural y el segmento de servicios (Baratero et al., 2020).

Por lo tanto, se deben identificar los elementos del territorio y generar acciones para salvar el patrimonio gastronómico (Skowronek et al., 2019). Entonces, la valorización del patrimonio agroalimentario puede jugar un papel en la revitalización económica del territorio, a partir de las posibles articulaciones de los productos alimenticios, favoreciendo particularmente el área rural, donde la inserción de nuevas acciones es una herramienta para la generación de ingresos

complementarios, adicionales a las actividades tradicionales (Thomé-Ortiz et al., 2017). En ese sentido, es importante desarrollar estrategias sostenibles que ayuden a la comunidad a mejorar su estilo de vida y promover un turismo que contribuya a su economía local (Mora et al., 2019; Mora-Forero y Pérez, 2021).

En adición, hay que destacar el valor de construir rutas gastronómicas que impliquen aspectos ambientales, paisajísticos y culturales, teniendo en cuenta las opiniones y percepciones de los turistas para satisfacer sus necesidades (Castellón y Fontecha, 2018). En consecuencia, las instituciones públicas, privadas y académicas deberán garantizar la salvaguarda, conservación y promoción de la cocina tradicional, para lo cual deben responder a planes, programas y proyectos específicos en diferentes campos (Meléndez y Cañez, 2009). Como resultado, el objetivo principal de la política es valorar y salvaguardar la diversidad y el conocimiento cultural, las prácticas alimentarias y los productos de las cocinas tradicionales de Colombia, como factores fundamentales de identidad, pertenencia y bienestar de su población.

Turismo gastronómico.

Actualmente la gastronomía es considerada un atractivo turístico, debido a su relación con los aspectos patrimoniales (Mora, 2019). Asimismo, las comunidades se han interesado en desarrollar productos turísticos relacionados con esta. De hecho, según Oliveira (2011), algunos viajeros realizan actividades gastronómicas con el fin de conocer el territorio y verlo como una experiencia turística. Incluso Acle-Mena et al. (2020) afirman que para algunos turistas la gastronomía es su principal motivación porque ven la posibilidad de aprender más sobre la cultura con solo probar los platos tradicionales de cada destino. En adición, Saavedra et al. (2021) menciona que es esencial vincular los aspectos comunitarios y de sostenibilidad para garantizar el éxito de las iniciativas turísticas.

La motivación del turista gastronómico demuestra que, sobre todo, eligen el destino para probar nuevos productos y platos tradicionales (Hernández-Ramírez, 2018). Aquí es donde destaca la importancia de la gastronomía como patrimonio cultural; en especial, aquellos aspectos influyentes provocados por el hecho de que existe una cocina con identidad propia. De igual forma, Testa et al. (2019) afirman que otro factor de causa es la sostenibilidad social y ambiental de estos lugares, lo que la posiciona con un papel fundamental en la competitividad de los destinos turísticos.

Orgaz-Agüera y López-Guzmán (2015) aseguran que es una gran oportunidad para mejorar la oferta turística ya que se considera el potencial histórico-cultural combinado con la gastronomía local. Tal como mencionan Carvache et al. (2017b), los turistas disfrutan de las nuevas propuestas culinarias y lo consideran como un potencial a la hora de visitar un destino. Por su parte, Torres (2017) afirma que algunos países utilizan la mixología molecular con cócteles que representan el destino, contribuyendo a la diversidad nacional y cultural, favoreciendo así la actividad turística.

Adicionalmente, Su (2015) sostiene que a algunos turistas les gusta probar nuevos alimentos en los lugares que visitan con el fin de experimentar una cultura gastronómica diferente; asisten a festivales que motivan su viaje y convierten la gastronomía en un factor clave para ofrecer un destino. Por esa razón, Ascanio (2009) enuncia que la propuesta de actividades como las rutas gastronómicas es significativa para aumentar el número de visitantes, ya que esta se considera una opción importante para exponer y conocer los lugares donde se despliega la gastronomía tradicional. Por último, algunos autores concluyen que el tipo de viajero que aprecia la gastronomía de un lugar es también un promotor y potenciador de los cambios socioculturales, influyendo progresivamente en la construcción de la vida cotidiana en los territorios de las poblaciones humanas (Mazón et al., 2012; Rubio et al., 2022).

Roles de género en la cocina.

El rol de género en la cocina está marcado por la división de los trabajos remunerados y no remunerados, siendo estos últimos exclusivos de las mujeres. En un estudio reciente sobre las brechas de género en Colombia (ONU Mujeres, DANE y CPEM, 2020) se menciona que la responsabilidad de alimentar a la familia aún recae en las mujeres; además, el cuidado no remunerado y el trabajo doméstico es una de las restricciones que enfrentan las mujeres para obtener más horas para trabajar. Por su parte, Meah y Jackson (2013) repasaron que las relaciones de hombres y mujeres con la cocina doméstica ha cambiado, en algunos hogares los hombres también participan en la cocina como pasatiempo y no como una actividad constante. Sin embargo, la responsabilidad de alimentar a la familia sigue recayendo en las mujeres.

A su vez, Kurnaz et al. (2018) evidencian la posibilidad del reconocimiento de las mujeres en las cocinas profesionales, pero deben trabajar más que los hombres y tener su aceptación también es un factor clave. Las autoras también destacan que algunas ventajas de las mujeres chefs son su paciencia, organización y trabajo en equipo. No obstante, entre las desventajas se ubica estar físicamente débiles, la dificultad de adaptarse a las horas de trabajo, teniendo en cuenta que son turnos largos que requieren tiempos de cocción específicos, ya sea muy temprano o muy tarde en la noche. Además, afirman que el maltrato, la humillación y, en algunos casos, el acoso laboral al que están expuestas, es lo que más molesta a las mujeres chefs en las cocinas profesionales.

Matta (2021) destaca el gran empoderamiento que han tenido las mujeres cocineras en el sector de la gastronomía y el patrimonio cultural. Sin embargo, también muestra la gran presión que el sector del patrimonio ejerce sobre estos representantes de la cocina tradicional. Ahora bien, factores políticos intervienen muchas veces y ensombrecen el objetivo y los esfuerzos de estos eventos, como presentar la gastronomía de mujeres indígenas que quieren destacar, dar a conocer y valorar su patrimonio cultural. Asimismo, esta autora se relaciona con el término de empoderamiento en el campo de las cocineras tradicionales; afirma que se refiere a los ideales de emprendimiento de estas mujeres,

quienes tienen la idea de que solo ellas son las responsables de mejorar sus condiciones de vida a través de estas actividades. Las cocineras tradicionales de los mercados son estas mujeres trabajadoras, encargadas de difundir el patrimonio culinario, que trabajan para mantener a sus familias, pero su trabajo y conocimiento no son reconocidos (Sarmiento, 2018).

Metodología

El propósito de esta investigación fue visibilizar el papel de la cocinera tradicional como mujer portadora de conocimientos culinarios y determinar las aportaciones al patrimonio gastronómico con el fin de desarrollar productos turísticos en torno al patrimonio gastronómico local. La estructura metodológica utilizada se basa en un enfoque cualitativo y el tipo es descriptivo. Los participantes de este estudio fueron abordados en los mercados desde noviembre de 2021 hasta abril de 2022 y la participación fue voluntaria. Solo se eligieron mercados turísticos para este estudio; adicionalmente, la relación entre los mercados y el número de participantes se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Número de cocineros por mercado

Nombres de mercados	Número de participantes
Plaza de Mercado La Perseverancia	6
Plaza de Mercado La Concordia	5
Plaza de Mercado El 12 de octubre	2
Plaza de Mercado Paloquemao.	5
Total	18

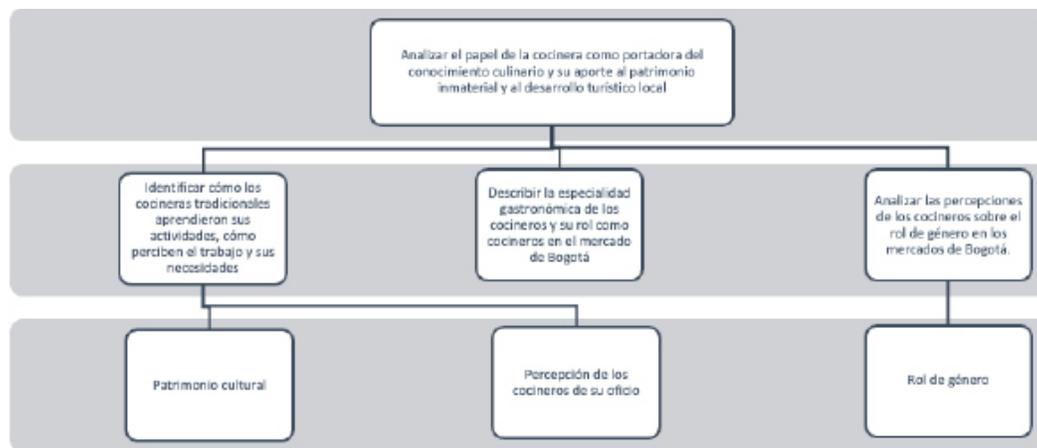
Fuente: elaboración propia.

En ese sentido, se llevó a cabo un método de muestreo intencional al permitir uno homogéneo donde los participantes comparten características similares en términos de género, trabajo, cultura y experiencias de vida (Etikan et al, 2016), esto ayuda a centrarse en los implicados que harán una mejor contribución al objetivo de la investigación. En este marco se aplicaron entrevistas presenciales a un total de dieciocho cocineros de diferentes restaurantes de los mercados, grabadas con el consentimiento firmado de cada cocinero.

La entrevista fue estructurada con doce preguntas abiertas, direccionadas hacia tres categorías: patrimonio cultural, percepción de los cocineros sobre su oficio y rol de género. Como el período elegido todavía tenía una restricción en Bogotá debido a los casos de Covid-19, algunos restaurantes estaban cerrados en las visitas. Para el análisis de los datos recogidos se utilizó el método de triangulación múltiple, definido como la combinación de dos o más tipos de sistematizaciones, como la metodológica, teórica, de datos y observadora. Está basado en utilizar más de un nivel de análisis (Aguilar y Barroso, 2015) que permite determinar una solución al problema existente.

De igual manera, se propusieron categorías de análisis para el desarrollo de entrevistas a través de objetivos de investigación como se muestra en la figura 1:

Figura 1. Desarrollo de categorías de estudio



Fuente: elaboración propia.

Resultados

Los resultados de esta investigación se presentan en la siguiente sección con el fin de analizar el papel de las mujeres como cocineras tradicionales y actores del patrimonio gastronómico y cultural para el turismo. Para esto, se hablará sobre las respuestas de las entrevistas; por otra parte, los hallazgos se obtuvieron después de un análisis y compilación de datos cualitativos. Las siguientes tablas son datos descriptivos de las entrevistas.

Tabla 2. Iniciación como cocineros

Categorías	Herencia familiar	Trabajo para satisfacer las necesidades	Empoderamiento	Estudios técnico
Respuestas relacionadas con la iniciación a la cocina.	La mayoría de los cocineros entrevistados comenzaron a cocinar como una tradición familiar, las madres y abuelas inculcaron la cocina a una edad temprana. Las familias provienen de cocinas de origen.	Algunos de los cocineros mencionaron que se convirtieron en cocineros como una necesidad para satisfacer sus necesidades y responsabilidades.	Otros cocineros mencionan que comenzaron su negocio en los mercados con el apoyo de la familia.	Una de las cocineras mencionó que comenzó con cursos de cocina básica y ha mantenido un interés en la cocina, por lo que comenzó a trabajar en esto.

Fuente: elaboración propia.

Como se describe en la tabla 2, el principal punto de partida en la cocina fue la herencia familiar, ya que para estos cocineros es un oficio que se hereda y enseña en sus hogares. Los participantes también destacaron el empoderamiento y la necesidad de trabajar para satisfacer sus necesidades como una razón para haber comenzado a trabajar como cocineros.

Tabla 3. Percepción sobre su oficio

Categorías	Respuestas
La culinaria como oficio heredado	La mayoría de las cocineras tradicionales mencionan que aprendieron las habilidades y recetas de madres y abuelas, es decir, desde la cuna familiar. Algunos de ellos obtuvieron sus conocimientos a través del tiempo y la práctica, trabajando en este tipo de restaurantes desde una edad temprana. Uno de los cocineros menciona que este oficio viene con sus mentalidades ya que estaba “dentro de sus almas”.
Percepción de Cooks en su oficio	Las cocineras mencionan que les gusta su trabajo. Aunque algunas comenzaron por obligación, hoy se han encariñado con el trabajo y realizan sus tareas con gusto. Solo una de ellas indica que es por obligación y lo que más les gusta a algunas es cómo los clientes muestran gratitud hacia ellas, cuando los comensales les dicen que sus platos son buenos. Una de ellas alude a una vocación ya que a uno le debe gustar para seguir haciéndolo con gusto y para enseñarlo a los demás.
Necesidades	<p>Varios de los cocineros mencionan que una de sus necesidades es mantenerse al día, seguir aprendiendo y poder asistir a capacitación por tratarse de un trabajo que requiere tiempo.</p> <p>Un participante dijo que les gustaría ver un mayor compromiso por parte del personal del restaurante; otro mencionó más espacio en el mercado ya que es muy pequeño, entre otras cosas relacionadas con los restaurantes. La mitad dice que no tiene ninguna necesidad específica y uno de ellos menciona la económicas.</p>

Fuente: elaboración propia.

Como se muestra en la tabla 3, no todos los cocineros obtuvieron sus conocimientos culinarios de sus antecedentes familiares, también del trabajo; por tanto, es un oficio heredado y empírico. Los cocineros aprecian su trabajo y sienten gratitud hacia él; en cambio, no es un trabajo muy bien remunerado para algunos.

Tabla 4. Patrimonio culinario y cultural

Categorías	Datos
Cocina colombiana, conocimiento y especialidad	Cinco de los cocineros establecen que los restaurantes donde realizan su trabajo representan la cocina de la región de Boyacá, que se encuentra en la región centro; en cambio tres de ellas en la región Caribe. Por su parte, cinco de las señoras manifestaron que los restaurantes donde trabajan tienen platos de diferentes regiones, por lo tanto, son restaurantes de comida tradicional colombiana pero no de una región en particular.
El papel de los cocineros en el patrimonio cultural y el turismo	En relación con las cocinas que representan y los platos típicos que preparan y prefieren preparar, un grupo reproduce la cocina de los departamentos de Boyacá y Cundinamarca, dos regiones centrales, pero solo un cocinero representa la cocina tradicional bogotana. La otra mitad suele preparar platos de todas las regiones, sin representar ninguno, pero sí destacan por uno: el que más suelen vender y en el que su preparación suele recibir elogios. Los cocineros se sienten muy bien en su papel de cocineros y afirman que están satisfechos y contentos con sus actividades en los mercados. Expresaron que es un trabajo agradecido ya que, por un lado, la gratitud de los comensales se siente muy bien y, por otro, ellos mismos también muestran agradecimiento hacia el trabajo al ser lo que han vivido; además, han sostenido a sus familias a partir de esta actividad.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla a continuación se describe información sobre su percepción sobre los roles de género en estas cocinas.

Tabla 5. Conclusiones sobre el papel de género

Categorías	Datos
Rol de género	Algunos de los cocineros mencionan que ven algunas diferencias entre los cocineros masculinos y femeninos. Algunas coinciden en que hay desigualdad en las tareas asignadas y en la cantidad de trabajo; incluso, una expresa que son más degradantes: las labores que deben hacer las mujeres son más humillantes que las de los hombres, como las de limpieza. Una de ellas indica que sí ve diferencias, pero no precisamente en el restaurante donde trabaja. A pesar de responder que no ve ninguna diferencia, dice que los hombres han tomado un papel importante en la cocina, pero no hay muchos ocupándose en

estas cocinas de mercado, lo que demuestra que en dicho lugar el papel más fuerte es el de la cocinera. Catorce de los participantes coinciden en que no hay diferencias notables en cuanto al trabajo de hombres y mujeres en la cocina de estos mercados; afirman que hay respeto e igualdad de condiciones y sienten que hay un buen trabajo en equipo.

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

Para finalizar, se identificó que los procesos de aprendizaje de las cocineras tradicionales se producían a través de la transferencia de conocimientos, heredados de la familia; algunos aprendidos empíricamente, otros por necesidad. Sin embargo, todas las cocineras tienen una gran pasión por sus trabajos y están muy orgullosas de la ocupación que realizan. El agradecimiento hacia su trabajo y la gratitud que los clientes les muestran son percepciones muy importantes de su trabajo como cocineros. Las necesidades de las cocineras tradicionales, en su mayoría, son educativas y las de algunas de ellas, las que poseen los puestos, son principalmente hacia el espacio y la capacidad de los mercados.

La mayoría de los cocineros dicen que saben cómo preparar platos de diferentes regiones. Esto demuestra que la profesión culinaria es variada, lo que expone la gran capacidad que deben adaptar a su papel como cocineros. Adicionalmente, la mayoría de ellos se sienten satisfechos en su rol y es algo muy gratificante al hacer un trabajo que les gusta y les permite tener apoyo económico.

La cocina tradicional y los restaurantes de los mercados tienen una importante representación de mujeres en sus cocinas. La mayoría de las cocineras no sienten que haya una gran diferencia entre el trabajo de hombres y mujeres en sus restaurantes. Sin embargo, quienes afirman que hay desigualdad perciben estas diferencias en la carga de trabajo. Aseguran que es más pesado y hacen hincapié en la asignación de tareas, ya que se encargan de la limpieza y preparación previa de los alimentos. Es importante mencionar que algunas participantes o sus familias son dueñas de sus negocios, lo que nos demuestra que son mujeres empoderadas, responsables de mejorar las condiciones de sus familias a través de su trabajo y esfuerzo en estas cocinas.

Para concluir las cocineras tradicionales femeninas mantienen el patrimonio cultural de la gastronomía a través de la enseñanza de estos platos a las generaciones futuras, preparándolos a turistas de estos mercados, para que así más personas conozcan los platos tradicionales de Bogotá y Colombia. Son estas cocineras las que, con su trabajo diario en estos mercados, permiten que el patrimonio gastronómico se mantenga vivo, enseñando sus técnicas y recetas a las personas que vienen a trabajar con ellas, ya sean familiares, cocineras empíricas o estudiantes. Los cocineros hacen posible que más personas conozcan los platos de esta ciudad a través de estos escenarios culturales, económicos y sociales donde el turista conoce las entrañas de la ciudad.

No obstante, uno de los problemas que enfrentan es la falta de reconocimiento y apoyo de la comunidad, pues representan la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial. En cambio, a su trabajo no se le da ese valor y, lo que es más importante, no reconocen el valor de su trabajo ellos mismos.

A pesar de que ser cocinero es, a veces, una actividad por necesidad, se puede concluir que la mayoría de ellos expresan gratitud por su trabajo y dicen que lo hacen con placer y amor por lo que realizan todos los días. Un hallazgo interesante es que la percepción de las diferencias de género de estos cocineros en los mercados es baja, al contrario de lo esperado; aunque sí muestran algunas diferencias como la carga de trabajo y la asignación de tareas, a pesar de que no todas las perciben. Una posible explicación para esto es que, siendo la jefa de la cocina, la cocinera tradicional supervisa, bien sea que se trate de un negocio familiar o por la cantidad de cocineras que trabajan en los mercados, en comparación con algunos cocineros masculinos.

Estos resultados reflejan que las mujeres cocineras sí utilizan sus conocimientos para potenciar la oferta turística de lugares con el apoyo de otras entidades (Baratero et al., 2020). Esta idea coincide con Carvache et al. (2017a) ya que promueven el intercambio cultural a través de su obra; también con la propuesta por Meah y Jackson (2013), donde la presentación de la cocina doméstica es femenina y la profesional es masculina. Sin embargo, encontramos que la figura de la cocina tradicional es más una cocina doméstica que una profesional.

Al contrastar la teoría revisada podemos observar que las mujeres como cocineras en los mercados representan ese empoderamiento y esa capacidad resiliente para salir adelante por su cuenta, con sus negocios o sus trabajos en estos restaurantes (Matta, 2021). En la cocina tradicional las mujeres cocineras no perciben que exista una diferencia de género notable, al contrario de lo que afirman Kurnaz et al. (2018) sobre la profesional.

Sin embargo, es necesario destacar que la cocina tradicional de los mercados es reconocida por una mayor participación de mujeres que de hombres. La cocina casera y la profesional se fusionan allí a través de estas mujeres, como la representación del empoderamiento, el patrimonio y el servicio a los clientes, turistas y trabajadores del mercado que obtienen comidas caseras tradicionales en estas cocinas.

En futuras investigaciones sobre esta área de investigación se recomiendan otras categorías teóricas como el empoderamiento y el emprendimiento de las mujeres en los mercados y las cocineras tradicionales como empresarias. En cuanto a los estudios de roles de género, se puede revisar la comparación de las actividades realizadas por cocineros masculinos y femeninos, de modo que se puedan estudiar los grados de dificultad de las tareas. Posteriormente, como proyecto cultural, se puede pensar en una propuesta en la que los cocineros tradicionales son el vínculo docente con la cocina tradicional colombiana. Es necesario que el sector de las academias apoye a estos actores culturales a través de procesos de formación para que también puedan empoderarse en su papel de portadores del patrimonio cultural inmaterial.

Referencias

- Acle-Mena, R., Santos-Díaz, J. y Herrera-López, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10(2), 237-248. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Aguilar, S. y Barroso, J. M. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (47), 73-88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36841180005>
- Aguirregoitia, A. y Fernández, M. D. (2017). La gastronomía como recurso turístico en la provincia de Alicante. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(3), 25-45. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6133518>
- Ascanio, A. (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 321-325. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635013>
- Baratero, M., Martínez, M., Camarasa, E. y Molinari, C. (2020). *El Patrimonio Culinario y la Herencia Cultural* [Ponencia]. I Congreso Parlamento Virtual de Folklore de América. Coffar, Argentina. <http://www.coffar.org.ar/congreso20/congreso2020/disertantes/48PatrimonioCulinario/Patr.%20Culinario%20Trabajo%20Grupal%20AProdeMus-COFFAR.pdf>
- Carvache, M., Carvache, W. y Torres-Naranjo, M. (2017a). Análisis de satisfacción: La gastronomía de Samborondón-Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 731-745. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180752116013>
- Carvache, M., Carvache, W., Orden, M. y Macas, C. (2017b). Satisfacción y motivación de la demanda gastronómica en General Villamil Playas, Ecuador. *RITUR – Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(1), 68-84. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2710>
- Castellón, L. y Fontecha, J. (2018). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, 22, 167-193. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.09>
- Castilla, F. y Vernot, D. (2017). Homogeneización, género e identidad en las cocinas de Colombia. En *Cultura en América Latina prácticas, significados, cartografías y discusiones*. Universidad de la Sabana. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7212125>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020, abril). *Participación de las mujeres colombianas en el mercado laboral* [presentación de diapositivas]. DANE. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/Informe-participacion-mujer-mercado-laboral.pdf>
- Etikan, I., Musa, S. A. & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- Galak, E. y Escobar, J. (2019). Las prácticas corporales de la cocina típica. El "habitus de cocina" y el "saber/sabor" de las cocineras tradicionales de Tuluá (Colombia). *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 11(29), 35-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6984036>
- Gálvez, A. (Ed.). (2013). *Informe proyecto: Fortalecimiento de La Red de Señoras Cocineras de La Plaza de Mercado del Barrio Bolívar "Mesalarga" de Popayán, Cauca*. Ministerio de Cultura. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14704.97284>
- Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Revista CUHSO*, 28(1), 154-176. <https://doi.org/10.7770/cuhs0-v28n1-art1236>
- Herkes, E. & Redden, G. (2017). Misterchef? Cooks, Chefs and Gender in MasterChef Australia. *Open Cultural Studies*, 1, 125-139. <https://doi.org/10.1515/culture-2017-0012>
- Kravets, I. y de Cornago, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 2(2), 1-16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3240044>
- Kurnaz, A., Selçuk, S. & Kılıç, B. (2018). Evaluation of Women Chefs in Professional Kitchens. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 119-132. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.275>
- Mazón, T., Colmenares, M. y Hurtado-Sánchez, J. (2012). Turismo gastronómico y turismo de masas: la satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm. Gran Tour. *Revista de Investigaciones Turísticas*, (6), 122-141. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/33468>
- Matta, R. (2019). Mexico's Ethnic Culinary Heritage and Cocineras Tradicionales (Traditional Female Cooks). *Food and Foodways*, 27(1), 211-231. <https://doi.org/10.1080/07409710.2019.1646481>
- Matta, R. (2021). Documenting the UNESCO Feast: Stories of Women's 'Empowerment' and Programmatic Cooking. *Social Anthropology*, 29(1), 188-204. <https://doi.org/10.1111/1469-8676.12990>
- Meah, A. & Jackson, P. (2013). Crowded Kitchens: the 'Democratisation' of Domesticity? *Gender, Place & Culture*, 20(5), 578-596.
- Meléndez, J. & Cañez, G. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales*, 17, 181-204. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008
- Mora, J. (2019). Gastronomía, patrimonio cultural inmaterial en la gestión del turismo local. En R. Gutiérrez (Comp.), *El turismo gastronómico sostenible: Ruta Bochica Potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia* (pp. 28-49). Fundación Universitaria San Mateo. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/issue/view/5>

- Mora, J., Yamova, O. & Murtuzaliev, T. (2019). Community-Based Tourism as the Leading Approach to the Rural Development. En W. Strielkowski (Ed.), *Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics* (pp. 503-510). Springer.
- Mora, J. & Pérez, A. (2021, mayo 20-21). Community-Based Avitourism as a Tool for Environmental Appropriation. En C. Silva et al. (Eds.), *Proceedings of the 4th International Conference on Tourism Research*. Aci, Porto, Portugal.
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: el turismo gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(3), 738-752. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Global Report on Women in Tourism 2010*. OMT. <https://dx.doi.org/10.18111/9789284413737>
- OMT. (2019). *Global Report on Women in Tourism* (2a ed.). OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- Organización de las Naciones Unidas Mujeres, DANE y Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. (2020). *Mujeres y Hombres: brechas de género en Colombia*. ONU Mujeres. <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2020/11/mujeres-y-hombres-brechas-de-genero-en-colombia>
- Orgaz-Agüera, F. y López-Guzmán, T. (2015). Análisis del perfil, motivaciones, y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA: Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 5(1), 43-52. <https://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/19058>
- Reyes-May, O., Rodríguez-Cih, J., Kantún-Ramírez, M. y Alonzo-Baez, W. (2017). *Cocineras tradicionales de Yucatán: sustentabilidad y legado del Mayab*. ECORFAN. https://www.ecorfan.org/actas/A%20I%20II/AT%20II_9.pdf
- Rubio, L., Rodríguez, M., Cote, S. y Barón, J. A. (2022). Las plazas de mercado como espacios territoriales de turismo gastronómico, valoración de la gastronomía típica bogotana. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 31(1), 128-145. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v31n1.88754>
- Ruíz, A. y Blandón, K. (2020). *Fortalecimiento del tejido social a través de las prácticas tradicionales de la cocina afrocolombiana. El caso de las cocineras de la playa del morro, en Tumaco, Nariño* [Tesis de doctorado, Universidad Santiago de Cali].
- Saavedra, J., García, R., Martínez, O. y Mora, J. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/12418>
- Sánchez, A., Icaza, G. y Valle-Pérez, M. (2020) Las mujeres en la cocina. Un análisis desde la perspectiva de género. En R. Durán y A. Sánchez

- (Coords.), *El papel de las mujeres en el turismo y la gastronomía: historia, retos y perspectivas* (pp. 9-18). Río Subterráneo.
- Sarmiento, C. (2018). *Placeando, la cultura del mercado* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/38141?locale-attribute=fr>
- Skowronek, E., Brzezińska-Wójcik, T. & Stasiak, A. (2019). Culinary Heritage as an Opportunity to Make Lubelskie Voivodeship's Tourist Offer More Attractive (E Poland). *Quaestiones Geographicae*, 38(1), 85-95. <https://doi.org/10.2478/quageo-2019-0005>
- Stadel, C. & del Alba, L. (1988). "Plazas" and "Ferias" of Ambato, Ecuador. *Yearbook. Conference of Latin Americanist Geographers*, 14, 43-50.
- Su, Y. (2015). Reflexiones sobre las especialidades locales y el turismo gastronómico. *Estudios chinos*, 4(1), 15.
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M. & Migliore, G. (2019). Culinary Tourism Experiences in Agri-tourism Destinations and Sustainable Consumption—Understanding Italian Tourist's Motivations. *Sustainability*, 11(17), 4588. <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- The World's 50 Best Restaurants*. (2022). <https://www.theworlds50best.com/list/Individual-Awards>
- Thomé-Ortiz, H., Renard-Hubert, M. y De Jesús Contreras, D. (2017). Turismo culinario y patrimonio histórico: La ruta de la sal prehispánica en Zapotitlán Salinas, México. *Dosalgarves*, 30, 72-84. <https://doi.org/10.18089/DAMej.2017.30.6>
- Torres, C. (2017). *Mixología molecular aplicada a cocteles con licores representativos del Ecuador y su aporte a la diversidad gastronómica nacional* [Trabajo de grado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25109>