



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EL CAMBIO DE LOS PATRONES DE CONSUMO DE ALIMENTOS DE
LOS MEXICANOS URBANOS EN EL CONTEXTO DE LA
GLOBALIZACIÓN

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

PRESENTA:

PAULINA GRISEL ZEPEDA PALMA



ASESOR: LIC. ROSALÍA FLORES MATEOS

MEXICO, D.F.

2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis Padres

ÍNDICE

Introducción	1
1. Consumo y motivaciones del mercado nacional	11
1.1 El condicionamiento de las clases sociales en la alimentación	15
1.2 La clase media y su estilo de vida	18
1.3 Búsqueda de estatus social	21
2. Marco contextual: la alimentación del Mexicano	24
2.1 Patrones tradicionales de consumo de alimentos	29
2.1.1 Identidad y cultura del pueblo mexicano	45
2.2 Patrones actuales de consumo de alimentos	50
2.2.1 Gastronomía cosmopolita	58
3. La Globalización en los productos alimentarios	68
3.1 El <i>fast food</i> en los centros comerciales	77
Conclusiones	96
Fuentes de consulta	100

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito el estudio de los patrones que han adoptado los consumidores mexicanos respecto a la ingesta de alimentos importados de otros países, teniendo como base las actuales tendencias globalizadoras, así como sus estilos de vida.

De este modo, por medio de la investigación se pretende analizar cómo, paulatinamente y teniendo en cuenta los estilos de vida y el estatus social de los niveles socioeconómicos (C+, C y D+)* se han introducido en un mercado gastronómico cosmopolita que a principios del siglo XX aún era privativo de las clases con mayores recursos económicos.

Se analizará de qué manera la publicidad ha influido y la globalización ha modificado los estilos de vida de los consumidores con nivel socioeconómico C+, C y D+ y si es así, indagar y determinar los factores que contribuyen al hecho de que a pesar de que la gastronomía internacional se ha propagado y ha estado presente siempre en nuestro país, era privativa de sectores de clase alta, sin embargo actualmente y gracias en gran medida a la expansión de los *fast food* el consumo de alimentos internacionales se haya expandido a niveles socioeconómicos más bajos dando lugar no sólo al crecimiento de este nicho de mercado, sino contribuyendo al mismo tiempo al decremento del consumo de alimentos típicos de la gastronomía mexicana.

La investigación comprende el estudio de importantes plazas comerciales del D.F y área metropolitana. (Centro Comercial Santa Fe, Perisur, Perinorte y Plaza Oriente) donde los consumidores de clase media tienen la posibilidad de ingerir alimentos característicos de países como Estados Unidos, China, Italia, Árabe, Japonesa, por ejemplo, ya sea por estilo de vida o placer.

“En alimentación se puede distinguir entre necesidades absolutas, que vienen a satisfacer la necesidad biológica de comer, y necesidades relativas, que suponen, en realidad, una carrera de insatisfacciones, a la búsqueda de un gusto más placentero y de una forma de relieve social más elitista”¹.

*Clase media. Para mayor información sobre los niveles socioeconómicos consultar:

<http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

¹ González, Turmo Isabel. *Comida de rico, comida de pobre. Los hábitos alimenticios en el Occidente Andaluz (Siglo XX)*. p. 67.

La incorporación de los habitantes de clase media en un proceso de trabajo, generalmente ha ocasionado la adopción de diferentes hábitos alimenticios debido al ritmo de vida, los horarios laborales, la distancia que deben recorrer para llegar al hogar, así como el acceso y cercanía de diversos lugares para comer.

Existen dos tipos de consumidores que suelen acudir al *fast food*: por una parte los *singles* quienes son personas que viven solas, de manera independiente de su familia y el no tener que compartir su salario les inclina a ciertos “lujos” como el tipo de alimentos que consumen, dado su nivel económico y estilo de vida suelen acudir entre semana a lugares donde se vende comida rápida, ya que generalmente trabajan gran parte del día y no tienen la posibilidad ni el tiempo suficiente para comer en su casa, por lo que acuden a lugares donde cuentan con una gran diversidad de alimentos como hamburguesas, pizzas, sushi, gyros*, tacos, kebab*, bollos, pakora,* por ejemplo. que se derivan de la variedad de franquicias como Sushi Itto, Benedetti's, Alpen House, Tacos Árabes, China Town, entre otras.

En cambio, existe otro tipo de consumidores que suelen asistir a este tipo de lugares habitualmente los fines de semana; son familias cuyos ingresos económicos les permiten a sus integrantes darse el gusto de disfrutar por lo menos los fines de semana de la comida internacional, esto también les permite salir de la rutina de la comida casera que suelen consumir el resto de la semana.

Antes del auge del *fast food* y de la globalización en la alimentación, la implementación de franquicias y su apogeo en México a raíz del Tratado de Libre Comercio (TLC) en 1994, el taco y la torta eran el alimento de comida rápida por excelencia de los mexicanos. El crecimiento de la población en el D.F. dio lugar a la proliferación de negocios como: restaurantes, fondas, cocinas económicas, taquerías. “Se estima que en el Distrito Federal transitan cerca de 4 millones de personas al día, usuarias sobre todo de la zona centro”,² sin embargo el éxito de los *fast food* además de deberse a los

*Gyros: son el producto estrella de la *fast-food* griega. Es un grueso pan de pita relleno de virutas de carne de cerdo, patatas fritas, cebolla, pimentón y *tzatziki*, la famosa salsa de yogur. Existen también variedades de carne de pollo (*kotópulo*) y cordero (*dóner*), esta última muy poco habitual. <http://www.diariodelviajero.com/grecia/comida-rapida-en-grecia-buena-y-barata>

*Kebab: típico de Turquía, consiste en carne, previamente adobada, que se cocina mientras gira en un asador y que, más tarde, se introduce en un pan especial. Se le puede añadir cebollas o jitomates, u otras verduras y, como toque final, la salsa que prefieras, ya sea picante, agria, etc. Se prepara con carne de cordero, sobre todo con la pierna, o de vaca.

<http://saborgourmet.com/kebab-tipico-de-turquia/>

*Pakora: tradicional receta de la gastronomía india que consiste en freír verduras rebosadas con harina de garbanzos. También se la puede elaborar con pollo y muy diversas clases de vegetales, como la cebolla, espinaca, berenjenas, coliflor, patatas, tomates y muchos más. Lleva abundante condimento, sobre todo cilantro y algo de pimienta. Puede comerse en plato pero también con la mano, acompañados de alguna salsa agridulce.

<http://sobreindia.com/2009/05/06/pakora-hindu-una-receta-de-la-india/>

nuevos estilos de vida y búsqueda de estatus por parte de los consumidores, radica en el servicio que ofrecen (rápido y más o menos limpio), las instalaciones con las que cuentan (mesas, sillas, sanitarios, un lugar cómodo) y la atención que le brindan al comensal. En cambio existen negocios de tacos y tortas que literalmente se encuentran sobre las calles de la ciudad o incluso son demasiado informales como los tacos de canasta por lo cual el consumidor tiene que adaptarse a las condiciones, es por ello que algunas personas cuyos ingresos económicos se lo permiten, prefieren acudir a un establecimiento formal de comida rápida.

El problema que se plantea en el presente trabajo es el hecho de que en la actualidad nos encontramos en un contexto de múltiples cambios no sólo tecnológicos sino del mismo modo económicos, políticos y sociales, los cuales han modificado nuestras costumbres y estilos de vida. Dichos cambios se fundamentan en una dinámica globalizadora que se manifiesta en diversos ámbitos de la vida cotidiana como la alimentación, entendida como una “necesidad vital para el ser humano, un estímulo placentero para los órganos de los sentidos, un instrumento de comunicación y vinculación social, un medio básico de expresión cultural, así como del sentido de identidad y forma de expresión de cada cultura”³. Un ejemplo de dicha dinámica globalizadora, lo podemos apreciar en el incremento del consumo de alimentos asociados a otras culturas, puesto que estamos inmersos en un modo de producción capitalista donde los alimentos también constituyen una mercancía, producto y servicio.

“La globalización es ante todo una situación en la que se ha producido una interconexión a escala mundial de mensajes, personas, empresas, instituciones y países en los terrenos económico, político y cultural a través del desarrollo de un sofisticado y complejo sistema de comunicaciones”⁴. Este fenómeno de integración mundial se ha dado de una manera amplia y rápida. “La caída de las barreras aduaneras, la formación de bloques económicos, la velocidad de las comunicaciones, los cambios tecnológicos y el flujo de capitales internacionales son las principales fuerzas que están moldeando un nuevo orden mundial”⁵.

El crecimiento y expansión de empresas transnacionales a escala mundial forman parte del proceso globalizador que cobra auge en el siglo XXI. Precisamente debido a la entrada y apogeo de empresas multinacionales, nuestros hábitos de consumo de alimentos han experimentado modificaciones, de hecho la propagación de modas y costumbres es uno de los principales efectos de la globalización.

² Del Muro, Sánchez José Guadalupe Ricardo. *Don Taco y Mister Hamburger: El simbolismo identitario del taco en la alimentación de los mexicanos*. p. 76.

³ Luna, Susano Nayeli Vianey. *Desigualdad social y gasto alimentario, en zonas urbanas, en México. El cambio en los patrones de consumo*. p. 4.

⁴ Lisón, Arcal José C. *La globalización que nos quieren vender. Una visión cultural*. p. 14.

⁵ Bassi, Eduardo. *Globalización de Negocios: construyendo estrategias competitivas*. p. 25.

“Las empresas capitalistas hace tiempo que han aprendido a reconocer la gran diversidad de las audiencias y, por tanto, de posibles mercados, de ahí que sus productos suelen diseñarse o bien muy específicamente para un segmento concreto, lo cual conlleva ciertas limitaciones, o bien con una línea más ambigua para abarcar el máximo espectro de posibles consumidores. A pesar de todo, las empresas multinacionales, que venden sus productos en muchos países diferentes, han tenido que desarrollar estrategias distintas de acuerdo con las características culturales particulares del entorno”⁶.

En el siglo XIX las familias que vivían en las principales ciudades del país y tenían mayores recursos económicos, podían darse el lujo de en ocasiones incorporar alimentos internacionales en su dieta, sin embargo no todos tenían este privilegio debido al gasto y dificultades que implicaba el traslado de los alimentos.

“La clase social determinaba cómo y qué se comía en la vida cotidiana. Mientras la aristocracia criolla mantenía en su casa una sólida tradición gastronómica e incorporaba a ella novedades extranjeras, los cada vez más numerosos mestizos disfrutaban de una comida barata y nutritiva, y la gran mayoría indígena conservaba una dieta que apenas les aseguraba la subsistencia cotidiana y en ocasiones un poco de goce”⁷.

Paulatinamente, la actividad de comer con la familia en casa ha ido decreciendo, en cambio el hecho de acudir a los restaurantes de comida rápida se ha convertido en un acontecimiento cada vez más atractivo para las personas, permitiendo de este modo ahorrar tiempo y esfuerzo en la preparación de la comida. Además de los beneficios que los comensales pueden obtener cuando consumen en un restaurante de comida rápida, el auge de lugares como Mc Donald’s, Burger King o Kentucky Fried Chicken, se ha debido en gran medida a la actividad publicitaria que han desarrollado.

La proliferación de establecimientos de comida rápida se dio a partir de la segunda mitad del siglo XX, sin embargo “tuvo su momento culminante en 1985, cuando Mc Donald’s abrió su primer establecimiento en el Distrito Federal y aceleró la modificación de los hábitos alimentarios en la clase media mexicana, al promover nuevos sistemas de mercadeo, con servicios de atención rápida y comida para llevar. Paralelamente, en esos años se popularizó el uso de platos y cubiertos desechables y el servicio de atención al cliente en su propio auto”⁸.

Una de las características de los centros comerciales, es que agrupan una gran variedad de departamentos, lo cual facilita mayor eficiencia al momento de hacer las compras; en

⁶ Lisón, Arcal José C. *op. cit.*, p. 73.

⁷ González de la Vara Martín. *La cocina Mexicana a través de los siglos. V. Tiempos de guerra.* p.30.

⁸ Del Muro, Sánchez José Guadalupe Ricardo. *Don Taco y Mister Hamburger: El simbolismo identitario del taco en la alimentación de los mexicanos.* p. 35.

lugar de acudir a diversas tiendas localizadas en diferentes puntos de la ciudad, las personas pueden acudir a un centro comercial en donde encuentran tiendas especializadas, lugares de entretenimiento y espacios dedicados exclusivamente para comer cuya diversidad de oferta alimenticia, atrae a los múltiples consumidores.

“A finales de los años ochenta, la Ciudad de México enfrentó un anárquico y acelerado proceso de cambio en los patrones de su actividad comercial, que se expresó en la proliferación de mega centros comerciales, tiendas departamentales y autoservicios. A partir del modelo de *Malls* estadounidenses que reprodujeron Plaza Satélite, Plaza Universidad (1970) y Perisur (1980), pioneros en el (...) modelo (conglomerado de tiendas y áreas de alimentos y diversión) se extendió en los cuatro puntos cardinales de la zona metropolitana: Plaza Coyoacán, Galerías, Pabellón Polanco, Plaza Inn, Plaza Aragón, Interlomas”⁹.

Los tradicionales hábitos alimenticios en comida rápida (tacos y tortas) del mexicano, se ven hoy en día complementados e incluso sustituidos por alimentos internacionales principalmente a nivel urbano y entre las clases medias y altas. Estos cambios no sólo en la cocina mexicana sino en las cocinas del mundo han dado lugar al riesgo de perder algunos alimentos regionales, lo que a su vez daña la identidad de los pueblos, puesto que la comida además de reflejar el estilo de vida de una sociedad representa una parte significativa de su cultura.

Bourdieu plantea que “el habitus es a la vez, en efecto, el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasamiento de esas prácticas. Es en la relación entre las dos capacidades que definen al habitus donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida”¹⁰. Por ende los estilos de vida son “productos sistemáticos de los habitus que, percibidos en sus mutuas relaciones según los esquemas del habitus, devienen sistemas de signos socialmente calificados (como “distinguidos”, “vulgares”, etc.)”¹¹

Dada la concentración de habitantes que hay en el Distrito Federal, el número de taquerías existentes en él, es mayor que, en cualquier otra entidad de la República. “De acuerdo con cifras de la entonces Secretaría de Comercio, al finalizar el siglo Veinte (1999) existían en México alrededor de 180 mil taquerías y torterías, de las cuales el 60 por ciento aproximadamente estaban ubicadas en la Ciudad de México. No obstante, el número real de taquerías en el Distrito Federal se desconoce. Existe una “cifra negra”,

⁹ *Ibíd.* p. 65.

¹⁰ Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. pp. 169-170.

¹¹ *Ibíd.* pp. 171-172.

según la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (Canirac), en la que por cada restaurante formal hay dos puestos ambulantes”¹².

Las taquerías han proliferado en lugares como los alrededores del Zócalo, también suele haber un sin número de ellas en sitios donde hay negocios, oficinas, edificios comerciales, así mismo cabe señalar que tras la creación del Metro muchas taquerías se han expandido igualmente en los alrededores de las estaciones.

El taco es considerado un alimento identitario de la cultura mexicana que ha sido parte de la dieta de los mexicanos, sin embargo este hábito de consumo se ha visto modificado principalmente por la entrada de empresas de origen estadounidense que se especializan en comida rápida como el sándwich o la hamburguesa.

En los últimos años, la manera de alimentarse de la sociedad se ha ido modificando, sobre todo en las clases media y alta, a causa en gran medida a sus hábitos de consumo alimentario, los cuales pueden definirse como el “conjunto de prácticas alimenticias que se repiten hasta volverse costumbre, entre las que destacamos, los alimentos que constituyen la dieta habitual de la población y el lugar de consumo de dichos alimentos”¹³, dichos hábitos se encuentran estrechamente vinculados con aspectos económicos, sociales y culturales.

La comida rápida, es un fenómeno que se ha dado especialmente en zonas urbanas donde la población, debido a su estilo de vida y necesidad de alimentación requiere de una industria de alimentos que permita un rápido, fácil y accesible consumo de los mismos. Dada la situación laboral, el ritmo de vida y la falta de tiempo a la que suelen estar sometidos los mexicanos de zonas principalmente urbanas y de clase media que realizan alguna actividad remunerada prefieren por facilidad, comodidad y ahorro de tiempo consumir alimentos del *fast food*, de tal modo, cada vez es menos común que se coma en casa. Si bien es cierto que la comida rápida ha favorecido la falta de tiempo de los consumidores, también ha repercutido por el hecho de no ser una alimentación sana y balanceada.

“En el sector de servicios es muy común la figura de la franquicia (*franchising*: concesión), mediante la cual las grandes cadenas transnacionales “rentan” su marca o su emblema a inversionistas locales, obligándolos a mantener niveles de calidad similares a los existentes en los establecimientos del país sede de la empresa matriz”¹⁴. A través de este sistema se han creado algunas cadenas de taquerías como Taco Inn,

¹² Del Muro, Sánchez José Guadalupe Ricardo. *Don Taco y Mister Hamburguer: El simbolismo identitario del taco en la alimentación de los mexicanos*. p. 56.

¹³ Luna, Susano Nayeli Vianey. *Desigualdad social y gasto alimentario, en zonas urbanas, en México. El cambio en los patrones de consumo*. p. 6

¹⁴ Del Muro, Sánchez José Guadalupe Ricardo. *op. cit.*, p. 36.

El Fogoncito, El Farolito, por ejemplo y se encuentran compitiendo en el mismo terreno del *fast food*.

Durante los últimos años los restaurantes y franquicias de comida extranjera en el país han ido en aumento, de tal modo que de acuerdo a la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), del total de ventas anuales en la división de alimentos y bebidas, alrededor del 50% corresponde a establecimientos de comida internacional principalmente estadounidense, española, italiana y japonesa¹⁵. La demanda de los consumidores cosmopolitas ha dado lugar al constante desarrollo de franquicias y restaurantes asociados a la comida internacional.

México es un país que se caracteriza por poseer una amplia riqueza gastronómica, sin embargo diversos factores como la modificación de los estilos de vida, la búsqueda de estatus dentro de la sociedad, la implementación de estrategias como la publicidad para captar la atención de los consumidores, así como la expansión de empresas y franquicias transnacionales, cuyo origen deviene de un fenómeno como la globalización, han dado pauta a que el consumo de la gastronomía autóctona haya decrecido en la clase media y a su vez prolifere la homogenización respecto al consumo de determinados alimentos que se agrupan dentro de la famosa y denominada *fast food*.

La importancia de estudiar el fenómeno se debe a que en un mundo predominantemente capitalista como el que hasta la fecha existe, han aparecido y van surgiendo cambios en diversos ámbitos, que tienen que ver con la vida y las actividades del hombre, dichos cambios han dado lugar a modificaciones en las estructuras sociales y estilos de vida determinados por los hábitos de consumo de los individuos.

El comprender los patrones de consumo de determinada sociedad, nos habla mucho de las características de los integrantes de dicha sociedad. Este punto es fundamental en el ámbito publicitario, ya que al entender al consumidor, es decir qué necesita y qué quiere, por qué y para qué, podemos lograr emitir un mensaje que realmente sea eficaz, le interese al público, cumpla con los objetivos propios de la publicidad, por ello entender al consumidor nos da la pauta para desarrollar una buena comunicación publicitaria.

El estudio específico de los defensores de nivel socioeconómico C+, C y D+ que consumen alimentos de origen Japonés, Italiano, Árabe, Chino, de cocina contemporánea y cocina fusión, es relevante para analizar los factores que han incurrido en este fenómeno.

La hipótesis que se maneja es que: el consumo de alimentos de otros países comerciados por cadenas de comida rápida continua masificándose debido a la

¹⁵ López, Alma. *El auge, franquicias de restaurantes y comida extranjera*. En <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=28206&pagina=7>

accesibilidad de los costos para los ciudadanos capitalinos de la clase media, por lo que la tendencia en el consumo de comida rápida internacional se consolidará.

El objetivo general del trabajo es analizar los factores que influyen en los patrones de consumo de alimentos internacionales de los capitalinos de clase media. Los objetivos particulares son: 1) estudiar los patrones de consumo de alimentos de los consumidores de nivel socioeconómico C+, C y D+ para entender por qué la gastronomía internacional ha dejado de ser exclusiva de los sectores más altos de la sociedad. 2) Describir los hábitos de consumo en materia de comida rápida de los consumidores del D.F de nivel socioeconómico C+, C y D+. 3) Conocer motivaciones por las que los consumidores incorporan alimentos internacionales en su nutrición cotidiana. 4) Analizar por qué la entrada de franquicias en México ha contribuido al decremento del consumo de alimentos típicos del país.

El tipo de investigación que se realiza para analizar el fenómeno es una investigación básica, con el propósito de entender el problema y corroborar el supuesto de investigación planteado. En cuanto al nivel de investigación que se implementará será explicativo debido a que se estudiará cómo y por qué el consumo de alimentos de otros países comerciados por cadenas de comida rápida continua masificándose, por consiguiente a través de este nivel de investigación se pretende dar una explicación del objeto de estudio además de la definición (la cual conlleva a un nivel de investigación exploratorio) y la descripción del mismo (donde se involucra el nivel descriptivo).

Se desarrollarán dos etapas de investigación, es decir documental y de campo, en la primera etapa se recurrirá a la consulta de documentos bibliográficos, hemerográficos, electrónicos y audiovisuales que permitan contar con referentes sobre el tema abordado e información teórica susceptible de ser comprobada y confrontada en la realidad. En la segunda etapa se realizará una investigación de campo que consistirá en acudir a cuatro centros comerciales representativos (Santa Fe, Perisur, Perinorte y Plaza Oriente), localizados en diferentes puntos del Distrito Federal y área metropolitana.

La técnica cualitativa que se implementará durante la investigación de campo será la observación, con el propósito de analizar cómo están estructurados los espacios donde se desenvuelven los sujetos susceptibles para la investigación, así como las características y comportamientos que estos últimos manifiestan en dicho espacio. Cabe mencionar que se recurrirá al cuestionario como instrumento de medición el cual servirá como herramienta para recolectar datos con el propósito de describir y entender mejor a la población que se pretende estudiar.

La estructura del trabajo se integra en un **primer Capítulo** que parte por explicar acerca de las motivaciones tanto personales como sociales que tiene el mercado nacional en

relación al consumo de productos y servicios y dado que los alimentos son también objetos de consumo y cumplen una función de mercancía el ser humano actúa de manera simbólica al momento de ingerir alimentos. El consumir determinados alimentos crea identidad, nos habla de una persona y de su estilo de vida.

Hay necesidades que son innatas del ser humano como es el caso de la alimentación, sin embargo la manera en que cada individuo satisface sus necesidades está directamente asociado con factores como el entorno cultural, capacidad económica, historia, experiencias y educación. Cabe señalar que una vez que el individuo satisface sus necesidades básicas va creando más hasta el punto de llegar a las necesidades de autorrealización. La desigualdad que prevalece entre las clases sociales se encuentra en relación directa con la divergencia de hábitos alimenticios en la población mexicana.

Así mismo se habla sobre la clase media y su estilo de vida, entendido este como las diferentes formas de vida que tienen los individuos que se hacen perceptibles a través de sus actitudes, intereses, actividades que realizan, bienes y servicios que adquieren por ejemplo. La alimentación es uno de los elementos esenciales al momento de analizar el estilo de vida de la clase media mexicana. Se explicarán los motivos que originan que la clase media no sólo consuma para satisfacer sus necesidades básicas sino de manera implícita en el acto de comer están inmersas otras necesidades de reconocimiento y autorrealización por ejemplo.

En el **Capítulo II** se pone especial énfasis en contextualizar las diferencias existentes entre los patrones tradicionales y actuales de consumo de alimentos. En primera instancia se habla sobre la identidad y cultura del pueblo mexicano en el sentido de que el acto de comer implica más que una simple acción para satisfacer una necesidad básica del hombre, también está vinculada con las tradiciones de un pueblo. Una gran variedad de alimentos típicos que se preparan en la actualidad a lo largo y ancho de México, son símbolo de nuestra cultura no sólo por el hecho de ser preparados en nuestro país, sino por su historia y el significado que representa para determinada sociedad, esto a su vez conlleva al paso de valores, creencias y costumbres.

Un elemento fundamental en la cultura del mexicano, es el maíz, del cual se desprenden múltiples derivados como la tortilla, que forman parte de la dieta diaria de muchos mexicanos. Otros alimentos y bebidas tradicionales de México son el chile, los frijoles, el mole, el chocolate, el pulque así como el tequila.

Nuestra tradición gastronómica no sólo tiene que ver con los alimentos, sino involucra los utensilios empleados en dicha actividad, los roles de los integrantes de la familia, en especial el papel de las mujeres, así como las antiguas rutinas alimentarias que cada día son menos comunes.

Ahora bien, una vez estudiados los patrones de consumo tradicionales se abordan los actuales, lo cual conlleva al análisis de los cambios en la estructura social que han ocurrido a través del tiempo dando como resultado la incorporación de otras tradiciones culinarias, cada vez en mayor medida y accesibilidad para más personas.

La internacionalización de los productos, los procesos de industrialización y urbanización son fenómenos que han modificado la manera de alimentación que antes tenían en comparación a las que hoy en día predominan en las familias mexicanas. Las actuales condiciones de vida moderna han permitido la proliferación de prácticas como el *fast food*. Dentro de la comida rápida algunos alimentos internacionales que han tenido aceptación en el país son propios de cocinas como la China, Japonesa, Española, Italiana, Francesa, Árabe y Argentina por ejemplo.

Por otro lado, en el **Capítulo III** se pone especial énfasis en analizar la influencia de la globalización en el ámbito alimentario. Así mismo, se pondrá atención en los cambios sociales y económicos por los que ha pasado México hasta el punto de llegar a la actual apertura económica.

El modelo capitalista que prevalece en estos días ha impuesto un modo de producción y determinados procesos de consumo, que tienen que ver con la industrialización y con la premisa de generar más en un menor tiempo. Empresas transnacionales y modelos comerciales como el sistema de franquicia han incentivado la globalización de alimentos. La industria de la comida rápida ha crecido a pasos agigantados como consecuencia en gran medida al contexto económico global.

Se expone cómo los centros comerciales se han convertido en un lugar idóneo para el establecimiento de áreas de comida rápida y han tenido éxito debido, entre otras cosas, a que son lugares céntricos en su mayoría de veces ubicados cerca de sitios donde laboran personas, además son vistos por el consumidor como una opción rápida, cómoda, segura y donde encuentran una variedad de alimentos para poder elegir.

Finalmente, se llega al punto de explicar cómo efectivamente los nuevos estilos de vida que surgen y se desarrollan bajo el actual contexto globalizador han dado pauta al cambio de los hábitos de consumo de alimentos principalmente de los mexicanos que se desenvuelven en las urbes y que suelen contar con ciertas características socioeconómicas, es decir que se agrupan en la denominada clase media.

1. Consumo y motivaciones del mercado nacional

Una de las actividades que caracteriza a sociedades como la nuestra es el consumo constante de productos, bienes y servicios, este comportamiento va más allá de la satisfacción de necesidades básicas como puede ser la alimentación, ya que se involucran una serie de motivaciones, ya sea de carácter personal o social. Los seres humanos no sólo consumimos e ingerimos alimentos con el propósito de nutrirnos, sino que también actuamos de manera simbólica en el sentido de que los alimentos son igualmente objetos de consumo, los cuales entran dentro de la dinámica del mercado.

El consumo es el último paso de un proceso económico que inicia con la etapa de la producción la cual involucra una serie de actividades cuyo propósito es la creación y suministro de bienes y servicios; continua con la distribución que implica poner al alcance del consumidor y en los sitios correspondientes los productos y servicios para que puedan ser aprovechados; el consumo conlleva a la adquisición de dichos bienes y servicios para la satisfacción de necesidades.

El consumo actual, no implica únicamente el hecho de comprar, sino más bien está inmerso dentro de un complejo sistema en el que confluyen diversos intereses influidos por instrumentos como la publicidad y los medios de comunicación. Dichos intereses han dado lugar a un escenario en cual los alimentos cumplen la función de mercancías.

Al ser mercancías, los alimentos también cuentan con diversas estrategias de promoción y producción, lo cual permite una oferta abundante entre la cual los consumidores tienen la posibilidad de poder elegir sobre lo que comen, debido a ello la comunicación cuenta con un papel fundamental por la variedad de mensajes que sirven como vinculadores entre el consumidor y el producto. “La industria alimentaria invierte en publicidad y promoción cantidades nada despreciables, que se traducen en unas estrategias de valoración y de lanzamiento muy parecidas en todas partes”¹⁶.

Los alimentos que consumimos son en su mayoría productos que no precisamente producimos nosotros, sino que adquirimos del mercado, con ello además de comprar el producto, compramos las actividades y el tiempo que se requiere para llevarlas a cabo. Por ejemplo, cuando ingerimos alimentos del *fast food* compramos y pagamos el tiempo y trabajo de producción, conservación, limpieza y preparación.

La razón fundamental del consumo es obtener algo con el propósito de satisfacer una necesidad determinada. Los seres humanos nacen con necesidades que son elementales para su sobrevivencia, tales como la alimentación, el agua, el aire y el abrigo, sin embargo los individuos tienen muchas otras necesidades que no son innatas,

¹⁶ Cáceres, Nevot Juanjo. *Comensales, consumidores y ciudadanos. Una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XXI*. p 92.

ya que “al convertirnos en miembros de una cultura específica adquirimos necesidades psicogénicas, como las necesidades de estatus, poder y afiliación (pertenencia)”¹⁷.

Los medios y las vías que los consumidores emplean y llevan a cabo para obtener lo que necesitan son diversos. Por ejemplo para obtener alimentos, se puede recurrir a producirlos uno mismo, se pueden conseguir intercambiando bienes, o que alguien más te los ofrezca como forma de regalo, o bien comprándolos al pagar cierta cantidad por ellos.

El modo en que cada individuo satisface sus necesidades depende de su historia, experiencias, aprendizaje, así como de su entorno cultural. Dichos factores tanto personales como culturales “se combinan para crear un deseo, que es la manifestación de una necesidad. Por ejemplo, el hambre es una necesidad básica que todos debemos satisfacer; la falta de alimento crea un estado de tensión que puede reducirse mediante la ingesta de hamburguesas con queso, galletas Oreo con relleno doble, pescado crudo o germen de soya. La ruta específica que se sigue para reducir el impulso está determinada cultural e individualmente. Una vez que se alcanza la meta, se reduce la tensión y disminuye la motivación (por el momento)”¹⁸.

“Los consumidores satisfacen sus necesidades de placer en muchas formas. Aunque nuestros requerimientos fisiológicos básicos demandan el consumo de alimentos, algunas veces éste ocurre aún cuando no tenemos hambre. En estos casos, comemos algo simplemente porque deseamos disfrutar la experiencia de consumo misma”¹⁹.

Abraham Maslow propone una pirámide por medio de la cual establece la existencia de una jerarquía de las necesidades humanas, es así como una vez satisfechas las necesidades básicas, se desarrollan nuevas necesidades, hasta llegar a un nivel que es el de la autorealización. La pirámide se encuentra dividida en cinco niveles.

El primer nivel es el fisiológico, el cual es el más básico debido a que involucra las necesidades primarias y fisiológicas de los seres humanos como lo es la respiración, alimentación, beber agua, tener sexo y dormir. Debido a dichas necesidades han proliferado las industrias alimenticias y dentro de estas precisamente podemos abarcar el *fast food*, ya que para cubrir este tipo de necesidades, el hombre consume alimentos de diversa índole, características y grado nutrimental, así mismo las empresas han puesto a disposición del consumidor una gran cantidad de bebidas que van desde agua simple y refrescos de múltiples sabores hasta bebidas energizantes. Mientras que otras industrias se han enfocado en la creación de objetos como colchones, almohadas, edredones entre otros, para que los consumidores puedan descansar.

¹⁷ Solomon, Michael R. *Comportamiento del consumidor*. p 123.

¹⁸ *Ibid.* p 119.

¹⁹ Blackwell, Roger D. *Comportamiento del consumidor*. p. 239

El segundo nivel tiene que ver con la seguridad y protección, dentro de este rubro entra la salud, el empleo, los recursos y la propiedad. Para satisfacer este tipo de necesidades, las personas suelen adquirir seguros médicos. Incluso la Industria farmacéutica se ha visto beneficiada debido a las necesidades que tiene el hombre de sentirse seguro.

La tercera fase es la de afiliación y afecto que tiene que ver con las necesidades de asociación, participación y aceptación. Debido a las necesidades de relacionarse, agruparse y ser parte de una comunidad y sociedad, el ser humano tiene la necesidad de compañerismo, la amistad y el amor. Ser parte de un club social o deportivo por ejemplo puede lograr cubrir esta necesidad.

El cuarto nivel es el de reconocimiento que tiene que ver con necesidades como el respeto a uno mismo, la confianza, independencia, libertad, éxito, aprecio, estatus, dignidad. Cuando no existe el pleno desarrollo de este nivel puede crearse un complejo de inferioridad. Este nivel puede satisfacerse por ejemplo adquiriendo productos de marcas prestigiadas como Adidas, Nike, etc., asistir a determinada Universidad, acudir a un club de golf o realizar actividades que no suele realizar el grueso de la población, ir a museos etc. , también dentro de esta categoría podemos integrar a las agencias de viajes.

Finalmente el quinto y último nivel es el de la autorrealización, estas necesidades son las más elevadas y se llega a ellas una vez que las demás han sido alcanzadas o al menos en gran parte logradas. En este nivel se encuentra la resolución de problemas, la falta de prejuicios, la espontaneidad y creatividad por ejemplo.



El deseo puede entenderse como una “forma particular de consumo que se utiliza para satisfacer una necesidad”²⁰. Los deseos son variados y cambiantes mientras que las motivaciones “son los procesos que hacen que las personas se comporten como lo hacen y surge cuando aparece una necesidad que el consumidor desea satisfacer. Una vez que se activa una necesidad, existe un estado de tensión que impulsa al consumidor a intentar reducir o eliminar la necesidad, la cual puede ser utilitaria (es decir, el deseo de lograr algún beneficio funcional o práctico, como cuando alguien se vuelve vegetariano por razones de nutrición) o hedonista (es decir, la necesidad de una experiencia que incluye respuestas emocionales o fantasías (...)). El estado final deseado es la meta del consumidor”²¹.

Una motivación tiene como propósito la satisfacción de la necesidad. Los comportamientos motivados suelen originarse de las necesidades no satisfechas, puede surgir a raíz de diferentes incentivos, los cuales puede estar representados en productos, servicios o incluso individuos.

El comportamiento del consumidor tiene que ver tanto con fuerzas y fenómenos internos del individuo como con la influencia de su entorno, de tal manera que para entender el comportamiento del consumidor es indispensable analizar diversos factores como: características sociodemográficas, estatus social, cultura, el estilo de vida que tiene, hábitos de compra, sus necesidades, motivaciones y deseos. “Una de las premisas fundamentales del campo moderno del comportamiento del consumidor es que a menudo la gente no compra productos por lo que hacen, sino por lo que significan. Este principio no implica que la función básica del producto no sea importante, sino que los papeles que los productos tienen en nuestras vidas van más allá de las tareas que desempeñan. Los significados más profundos de un producto pueden ayudarlo a destacar de entre otros bienes y servicios similares”²².

Además del gusto individual, las preferencias alimentarias, es decir lo que comen las personas, cómo, con quién y por qué lo comen dependen de factores que a simple vista podrían parecer de poca importancia, sin embargo cuestiones como el estatus, prestigio, la aceptación dentro de determinados grupos sociales y la publicidad por ejemplo, son elementos de la misma cultura que cumplen un rol relevante en la determinación de las preferencias alimentarias.

Debido a fenómenos como la globalización y los cambios demográficos, cada día las modificaciones de comportamiento del consumidor mexicano son menos predecibles.

²⁰ Solomon, Michael R. *Comportamiento del consumidor*. p 122.

²¹ *Ibid.* p 118.

²² *Ibid.* p 14.

“En 1990: 42% de la población se encontraba en el segmento de entre 20 y 54 años, sin embargo en 2005 se elevó a 49%, se proyecta que para 2015 será de 52%. Por otro lado, las personas mayores de 55 años de edad han pasado del 8% en 1990 a 11% en 2005 y se calcula que para 2015 representará el 15% de la población”²³.

Existe una marcada diferencia de los hábitos de consumo entre las poblaciones rurales y concentrarse en el ámbito urbano, de manera que los patrones de consumo fueron cambiando de una dieta básicamente rural a otra urbana, lo que de entrada marca una distinción en la utilización de insumos para la comida, donde unos eran más naturales y otros más procesados”²⁴.

A raíz del acelerado proceso de industrialización y urbanización que se ha dado en el país los hábitos de consumo de la población se han transformando. Dichos procesos han dado lugar a la desigualdad de los hábitos de consumo entre la población.

1.1 El condicionamiento de las clases sociales en la alimentación

La desigualdad de hábitos de consumo de alimentos entre la población nacional se encuentra estrechamente vinculada a la economía y a la desigualdad entre las clases sociales. El término clase social puede entenderse como “la división de los miembros de una sociedad en una jerarquía de clases con estatus distintivos, de manera que a los miembros de cada clase les corresponda relativamente un mismo estatus y, comparados con éste, los miembros de todas las demás clases posean un estatus ya sea mayor o menor”²⁵.

El pertenecer a determinada clase social, depende de ciertas características como los valores que se comparten, los intereses que se tienen, el estilo de vida, la posición social, los recursos económicos que se poseen, la educación, así como determinados comportamientos sociales y comunes, es así como los miembros de una clase específica suelen compartir dichas particularidades.

Generalmente las sociedades tienen tres clases principales que son alta, media y baja, sin embargo se suelen presentar algunas distinciones. A pesar de que la mayoría de las

²³ Zapata, Adela. *El comportamiento del consumidor mexicano*. En <http://mx.nielsen.com/press/Elcomportamientodelconsumidor.shtml>

²⁴ Duana, Ávila Danae. *Patrones de consumo alimentario en México de 1992 al 2002. El caso del maíz, trigo y frijol*. p.1. En <http://www.eumed.net/libros/2009d/619/patrones%20de%20consumo%20en%20Mexico.htm>

²⁵ Schiffman, Leon G. *Comportamiento del consumidor*. p. 372.

sociedades cuenta con una estructura jerárquica, la dimensión así como la composición de cada una de las clases depende de las condiciones y situación de cada país.

Las estructuras de la clase social son importantes porque tienen una fuerte influencia sobre las normas y los valores y, por consiguiente, sobre el comportamiento. (...) la influencia de la clase social no es una restricción cultural; tan sólo refleja el hecho de que las personas con experiencias similares tienden a exhibir estilos de vida y conductas parecidos²⁶ Los miembros de una clase suelen interactuar y por lo tanto verse influidos por miembros de su misma clase social, sin embargo las normas y conductas que han adoptado los miembros de una clase pueden influir en los consumidores de clases diferentes.

Dados los constantes cambios ocurridos principalmente durante el siglo XX hasta la fecha las sociedades han experimentado transformaciones sociales, económicas y hasta culturales. Como muestra de ello podemos analizar los patrones actuales de consumo de la sociedad específicamente en el campo de la alimentación. “El consumidor de hoy es muy diferente del consumidor de hace algunos años (...). Los consumidores modernos: buscan productos mejores, más baratos, rápidos, de larga duración y desechables, todo al mismo tiempo”²⁷.

“En las sociedades tradicionales la clase, la casta, el pueblo o la familia determinan en gran medida las opciones de consumo de un individuo. Sin embargo, en una sociedad de consumo moderna las personas son más libres de seleccionar un conjunto de productos, servicios y actividades que los definen y, a la vez, de crear una identidad social que comunican a los demás”²⁸ El hecho de elegir, comprar, y usar determinado producto o servicio da a conocer quiénes somos, nuestras conductas, por qué nos comportamos de determinada manera, con quién queremos identificarnos y que nos identifiquen.

Lo mismo ocurre en el caso de los alimentos, las personas pueden consumir ciertos alimentos ya sea por gusto o porque en realidad pretenden que se les aprecie de determinada manera. El comer un cierto tipo de alimentos y en determinados lugares nos habla tanto de un estilo de vida como de una clase social. Constantemente los individuos buscan que terceras personas los perciban de determinado modo, puesto que tienen la necesidad de proyectar hacia el entorno social, la imagen de sí mismos que

²⁶ Douglas E. Allen and Paul F. Anderson, *Consumption and Social Stratification: Bourdieu's Distinction*. pp 70-73. En Hoyer Wayne D. *Comportamiento del consumidor*. pp. 328-329.

²⁷ Cohen Marshal. *El comportamiento del consumidor. Quiénes son, por qué compran y cómo se puede anticipar cada uno de sus movimientos*. p.25.

²⁸ Solomon, Michael R. *Comportamiento del consumidor*. p 209.

ellos desean. Dicha imagen depende en gran medida de los productos y servicios que consume.

“Para los analistas del consumidor, seis variables son especialmente útiles para comprender la clase social de un consumidor, a saber: La ocupación, el desempeño personal, las interacciones, el patrimonio, las orientaciones hacia los valores y la conciencia de clase”²⁹. Cabe mencionar que el hecho de pertenecer a determinada clase social condiciona o repercute en el comportamiento del consumidor de hecho existe un apego ya sea voluntario o inconsciente hacia algunos patrones de consumo.

La educación y los estudios es también un elemento distintivo entre las clases sociales. En un principio las únicas beneficiadas y con derecho a educación fueron las elites, sin embargo la apertura de los conocimientos técnicos y científicos, se vinculó al proceso de industrialización. Paulatinamente la clase media pudo favorecerse de la situación. Precisamente uno de los fenómenos comunes que se ha venido dando de manera global es la tendencia a la profesionalización y especialización de las actividades laborales.

Los patrones de consumo tienen que ver con “la capacidad de gasto que tienen las personas la cual está en función directa del ingreso que perciben, pues a pesar de que hay otros factores como la cultura y la ubicación geográfica, la principal sigue siendo el ingreso”³⁰. Existen fracciones de determinadas clases sociales que imponen su propio estilo de vida como dominante en la sociedad a través de la creación e implementación de símbolos, gustos y modas que van creando y modelando las tendencias dominantes.

En estrecha vinculación a la clase social, se encuentra el tipo de alimentación que se consume. Paulatinamente la oferta de comida y bebida se ha ampliado y diversificado. Hoy en día son muy notables los cambios que tienen que ver con los espacios vinculados con la preparación de alimentos y bebidas, ya que además de las típicas fondas, han proliferado los restaurantes y franquicias de comida rápida, aunado a ello se han implementado restaurantes *gourmet*, que se trata de un nuevo tipo de oferta que desarrolla todo un “concepto”. El estilo de estos sitios es informal, los platillos y las bebidas se pretenden cosmopolitas, combinan en sus menús especialidades de países distintos, la decoración oscila entre el *kitsch* deliberado y el *desing*, y los precios no son tan elevados como en un auténtico restaurante de alta cocina. El público al que van dirigidos este tipo de lugares es más bien joven, con cierto nivel de compra y alto capital cultural, la quintaesencia de la clase media urbana. En ocasiones estos lugares también poseen un espacio de venta de artículos como cava de vinos y *delikatessen* (mostazas, salsas, mermeladas, pastas, aceites, vinagres y salchichonería de calidad superior).

²⁹ Blackwell, Roger D. *Comportamiento del consumidor*. p. 347.

³⁰ Duana, Ávila Danae. *Patrones de consumo alimentario en México de 1992 al 2002. El caso del maíz, trigo y frijol*. p.3. En <http://www.eumed.net/libros/2009d/619/patrones%20de%20consumo%20en%20Mexico.htm>

Paralelamente, además de la oferta internacional, también ha aparecido otro tipo de restaurantes de “nueva” cocina mexicana que reinventa, actualiza y embellece los platillos típicos³¹.

Los grupos urbanos que se asientan en metrópolis como el Distrito Federal reproducen estilos de vida más orientados a patrones de consumo cosmopolitas y sofisticados.

1.2 La clase media y su estilo de vida

El estilo de vida y personalidad de los consumidores nos permiten un mayor conocimiento de su comportamiento. El estilo de vida puede conceptualizarse como “los modos de vivir de los consumidores que se reflejan en sus actitudes, intereses y opiniones. La personalidad es definida como los patrones del comportamiento individual que son consistentes y duraderos”³².

Los estilos de vida varían dependiendo de las actividades que se realicen, los intereses, opiniones y recursos que se tengan, por ejemplo no todas las personas utilizan su tiempo libre en ir al cine y ver películas o no a todos les interesa el futbol. De este modo dichas variables van definiendo los estilos de vida de los individuos. La alimentación es uno de los intereses que definen el estilo de vida de un individuo

De acuerdo con el informe presentado en el portal de internet de la AMAI sobre “Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del gasto”, la clase media se encuentra arriba del promedio poblacional de bienestar. Representa alrededor del 17.9% de la población y esta caracterizado por haber alcanzado un nivel de practicidad adecuado, así mismo aspira a un mayor bienestar en entretenimiento y tecnología. Dos terceras partes de este segmento tienen vivienda propia. Tienen ligeramente más holgura que el promedio para gastos de educación, esparcimiento y comunicación, vehículos y pago de tarjetas. Cabe señalar los alimentos representan el 18% del gasto³³.

La clase media, es un sector que se preocupa por consolidar su estilo de vida y su poder de compra. Hoy en día cuestiones como la profesión o los ingresos percibidos, no representan la principal preocupación para la clase media, el hecho de obtener un título universitario, un buen trabajo e ingreso han pasado a segundo plano. Actualmente para entender a la clase media es necesario analizar el gasto y consumo que realiza debido a que dichos factores se han vuelto una característica distintiva de esta clase, lo cual a su vez da la pauta para entender su cultura material.

³¹ López, Santillán Ricardo. *Clase media capitalina: recomposición de su espacio social y urbano (1970-2000)*. p. 154.

³² Assael, Henry. *Comportamiento del consumidor*. p. 13.

³³ López, Romo Heriberto. *Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del gasto*. Noviembre 2009. En <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

La cultura material de cada clase determina en gran medida el gasto y consumo que realiza. Existen objetos, bienes y servicios que más allá de satisfacer una verdadera necesidad del individuo, representan un valor simbólico, incluso el no poseerlo o adquirirlo llega a convertirse en una situación frustrante para los consumidores. Por ejemplo la clase media no sólo consume bienes y servicios para satisfacer sus necesidades básicas, sino principalmente para obtener ciertos beneficios como bienestar, confort y lujo. “Por un lado, el gasto representa el aspecto puramente cuantitativo del proceso, esto es, el monto del dinero destinado a la obtención de satisfactores. El consumo, por su parte, supone los aspectos cualitativos y simbólicos; en consecuencia, éste no reposa en los bienes y servicios *per se*, sino en el valor social que se les atribuye”³⁴.

La dinámica de consumo representativa de la clase media es importante dada su función sociocultural. En muchas ocasiones la necesidad, el precio, la calidad o la disponibilidad de un producto o servicio no son de suma importancia para el consumidor más bien el sentido de consumo responde a valores simbólicos y no tanto a valores monetarios, es decir le dan mayor importancia a la función simbólica que representan los objetos para ellos. Por ende dichos objetos no se ostentan únicamente por el bienestar material que producen, sino de igual modo por la satisfacción psicológica que causan, es por ello que el consumo se convierte en una categoría cultural de acuerdo al significado social que se les asigna a determinados productos y servicios.

La clase media metropolitana es definida por su cultura material. Entre las actividades características de dicha clase esta la renovación constante de sus prendas de vestir, aparatos electrodomésticos, mobiliario del hogar, aparatos de comunicaciones y tecnológicos como los celulares, además de ello, suelen adquirir productos relacionados con la belleza y cuidado personal, así mismo realizan actividades de ocio y culturales.

La clase media se ha apartado progresivamente de la austeridad y el rigor característico de la generación precedente que la forjó como una clase social más numerosa. La generación actual, y particularmente la clase media de las grandes ciudades, se integró desde más joven y con mayor brío a la dinámica del consumo conspicuo. Este cambio puede ubicarse aproximadamente a partir de la segunda mitad de la década de 1980, cuando se acelera la apertura comercial (y cultural) del país, lo que engendró súbitamente estilos de vida más cosmopolitas y urbanos³⁵.

La dinámica económica y social que ha experimentado la Ciudad de México durante las últimas décadas, se asemeja más a la de otras ciudades del mundo que inclusive a las ciudades medias del país. La dinámica urbana de la ciudad se fue desarrollando a partir

³⁴ López, Santillán Ricardo. *Clase media capitalina: recomposición de su espacio social y urbano (1970-2000)*. p. 115.

³⁵ *Ibid.* p. 134.

de la implantación de fenómenos económicos, socioculturales y espaciales que se fueron dando a escala global. Particularmente el Distrito Federal a diferencia de otras ciudades del país ha seguido una tendencia generalizada a nivel internacional, que es propia de otras grandes metrópolis del planeta. La clase media capitalina no es ajena a este acontecimiento, por el contrario, este estrato es la más favorecida gracias a la infraestructura urbana. De tal manera que es innegable la manifestación de las dinámicas urbanas

Durante el período de crecimiento económico sostenido que caracterizó a México desde la década de 1940 hasta mediados de los años 1970, las clases populares fueron integrándose a la clase media³⁶. La dinámica de cambio social en la que se encuentra la clase media capitalina está ocasionando que sus representaciones simbólicas se estén reconstruyendo dando lugar no sólo a la modificación de los estilos de vida, sino también a los cambios culturales.

La cultura material de nuestro país se ha ido edificando en función de la influencia exterior dominante, ha ido incorporando elementos de culturas como la europea y la norteamericana. “Bauer propuso que estas influencias, o más bien, la adopción de elementos de las culturas dominantes pasaba por la comida, el vestido y la vivienda, pero hoy en día hay más elementos por considerar”³⁷.

Actualmente fracciones de la clase media capitalina intentan reproducir una dinámica que se ve influida por el exterior, de tal manera que imponen un consumo ostentatorio, a través de bienes y servicios que se consideran como distintivos y demuestran la constante competencia que se da entre los consumidores con el propósito de hacer más visible su triunfo personal.

Se privilegian actividades que tienen que ver con espacios de consumo este cambio sociocultural tiene que ver con la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, quienes los fines de semana procuran evitar quedarse en casa y preparar alimentos. Por ende una de las actividades frecuentes entre la clase media son las salidas “a comer en la calle”.

De hecho, acompasado a este cambio sociocultural están las exigencias profesionales y las condiciones físicas de la metrópoli. En los hogares dónde ambos cónyuges trabajan, los largos desplazamientos, los embotellamientos y la dificultad de “volver a casa” a la hora de la comida hacen frecuentes las comidas en restaurantes, fondas, loncherías o cocinas económicas, por ejemplo. Así, la mayor parte de los empleados durante los días hábiles están obligados a comer fuera de sus hogares. Pero el caso de los fines de

³⁶ *Ibíd.* p. 16.

³⁷ López, Santillán Ricardo. *Clase media capitalina: recomposición de su espacio social y urbano (1970-2000)*. p. 134.

semana la lógica es cualitativamente distinta: también se privilegia el comer fuera de casa, pero en este caso no obligados por los horarios de trabajo y los desplazamientos, sino como parte de las actividades de ocio pues esto evita la preparación de la comida y el ulterior aseo de los utensilios. De hecho la creciente demanda de comida preparada y la concepción de “salir a comer” como parte del ocio ha hecho que aumente y se diversifique la oferta de este tipo de servicios³⁸.

El predominio de lugares de este tipo responde a los actuales estilos de vida y a los criterios estéticos y de confort que busca la clase media.

1.3 Búsqueda de estatus social

Existen diversos motivos que pueden orillar a una persona a consumir alguna cosa, uno de ellos es la búsqueda de estatus social. En muchas ocasiones las personas adquieren productos o servicios con el propósito de crear cierta impresión ante la sociedad. Generalmente lo que se busca es ser reconocido como una persona con un determinado nivel de riqueza y prestigio. De acuerdo a su estatus social los individuos buscan satisfacer sus necesidades motivacionales con el propósito de lograr cierta distinción

El estatus “se refiere a menudo a las respectivas categorías de los miembros de cada clase social, en función de factores específicos (...) Por ejemplo, la riqueza (monto de los activos económicos), el poder (grado de elección o influencia personales sobre otros individuos), y el prestigio (grado de reconocimiento otorgado por otras personas)”³⁹

La jerarquía de clases sociales le da mayor o menor estatus a una persona en relación a otras, dependiendo de su ubicación en dicha jerarquía, es por ello que los miembros de una clase social específica pueden percibir que los miembros de otras clases diferente a la suya, pueden tener mayor o menor estatus que ellos.

La clase social puede incluso considerarse como una motivación de conductas como la adquisición, uso y desecho de productos y servicios por parte del consumidor. Muy frecuentemente se suele juzgar a las personas por lo que poseen, lo cual se encuentra vinculado al consumo ostentoso, dada esta circunstancia los consumidores ven más allá de bienes y servicios, símbolos de estatus que les confieren un lugar en la jerarquía social.

La adquisición de artículos llevada a cabo por los consumidores, no sólo refleja su actual clase social, sino de igual manera sus aspiraciones, esto puede dar la pauta para

³⁸ *Ibid.* p. 154.

³⁹ Schiffman, León G. *Comportamiento del consumidor*. p. 372.

explicar algunas conductas que el consumidor suele realizar. “Al adquirir artículos que los miembros de su clase social por lo general no pueden comprar, los consumidores pueden aumentar su percepción de valía propia o de autovaloración. Ver el éxito material de sus semejantes puede estimular también el deseo de símbolos suntuosos de estatus”⁴⁰.

En el caso de la sociedad de mercado, el estatus generalmente se relaciona con el poder de compra de los consumidores, es decir que los individuos que cuentan con un mayor nivel de compra o una mayor capacidad para consumir se considera que tienen más estatus a comparación de consumidores que tienen más restricciones respecto a lo que pueden comprar o no.

Cuando los consumidores tienden a compararse con individuos que se encuentran en una peor situación, refuerzan su autoestima, en cambio si deciden compararse con alguien que posee más muy probablemente se sentirán un tanto inferior. Por ello, muchos consumidores buscan elevar su posición social basándose en el consumo de artículos y servicios de lujo que les brindan estatus.

La clase social puede funcionar como un marco de referencia para el desarrollo de actitudes y comportamientos de los consumidores. Existen casos en los que los integrantes de una determinada clase social imitan el comportamiento y actividades de otra clase, con el propósito de aspirar a mejorar su posición de clase.

Los estratos de las clases sociales son una base que permite la segmentación del mercado de productos y servicios. Incluso se “han logrado relacionar diversos aspectos del uso de un producto con el hecho de pertenecer a una clase social determinada”⁴¹. En cada clase social existen actitudes y patrones de conducta compartidos por sus integrantes, cuyas características las diferencian de otras clases. Cabe señalar que frecuentemente los individuos tienden a adoptar determinados hábitos alimentarios dependiendo del grupo social en el que conviven.

En el caso de la comida, los individuos pueden ganar o perder estatus dependiendo del tipo, calidad y cantidad de alimentos que consuman. Por ejemplo, para algunas personas el consumo ostentoso de alimentos es sumamente significativo para dar a notar su clase social o bien darse a notar entre su grupo, es por ello que tanto la cualidad como la cantidad de los alimentos sirven como indicadores del estatus socioeconómico de los consumidores.

⁴⁰ Hoyer, Wayne D. *Comportamiento del consumidor*. pp. 335-336.

⁴¹ Schiffman, León G. *op. cit.*, p. 373.

“La introducción de una economía monetarizada ha contribuido en gran medida a la promoción del buen comer como signo extremo de riqueza y símbolo de estatus socioeconómico. Podría incluso decirse que es la marca de una clase social”⁴².

A comparación de otras sociedades en las que la riqueza económica se demuestra a través de fiestas tradicionales en las que se ofrece una vasta cantidad de alimentos, en la sociedad en la que nos desenvolvemos los capitalinos, la dieta alimenticia se encuentra fuertemente vinculada a los recursos económicos y a los estilos de vida, convirtiéndose así en un símbolo representativo del estatus socioeconómico de los individuos. De hecho, cabe señalar que el prestigio que se les ha dado a los alimentos como símbolo de estatus socioeconómico ha tendido a predominar a en la actual sociedad industrial cuyo distintivo es precisamente el interés en los bienes materiales, la riqueza y la competitividad económica.

⁴² Contreras Jesús. *Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres*. p. 155.

2. La alimentación del Mexicano

El hambre es un fenómeno fisiológico e inherente del ser humano, la alimentación constituye una de las necesidades básicas de cualquier hombre, por ende y para satisfacer dicha necesidad “introduce en su cuerpo, a través de la boca y de su aparato digestivo, una serie de sustancias orgánicas e inorgánicas que supuestamente irán a proporcionarle los elementos requeridos para su adecuado funcionamiento. Estas sustancias, además, satisfacen su paladar y, con enorme frecuencia, le dan placer”⁴³.

La manera de alimentarse de cada individuo depende de diferentes factores como pueden ser los fisiológicos, psicológicos, sin embargo también pueden influir aspectos sociales y culturales, no perdiendo de vista la situación económica de cada individuo. Las personas al ingerir determinados alimentos se dejan llevar por sus impulsos, dependiendo de sus gustos, hábitos y costumbres, pero las posibilidades entre poder elegir una determinada comida depende en muchas ocasiones de su condición económica.

Durante los últimos años México le ha apostado al desarrollo de la industria y servicios, ha pasado de ser un país rural, sustentado en la economía agrícola, a ser un país urbano, esta modificación en el modelo económico, ha dado como consecuencia alteraciones sociales, incluyendo en el campo de la alimentación. “El proceso de transición socio-económica se puede encontrar en aspectos muy concretos, como en el de la alimentación, que ha estado cambiando rápidamente durante estos 30 años, pasando de una dieta rural de autoconsumo de maíz y frijol, a una dieta comercial más variada”⁴⁴.

La conducta alimentaria de determinado individuo puede cambiar, ya sea radical o paulatinamente dependiendo de sus hábitos y costumbres. “Por hábito alimentario, entenderemos a las prácticas que se repiten, hasta adquirir fuerza de ley, es decir, se vuelven costumbre”⁴⁵. Comer comida rápida, generalmente con las manos, en un determinado lugar por ejemplo en un centro comercial en específico entre semana o fines de semana y con determinadas personas, ya sea de manera individual, con compañeros de trabajo, amigos o familia son factores susceptibles de habituación.

La revolución industrial que tuvo su apogeo durante el siglo XIX también repercutió en los hábitos alimentarios de los individuos, esto debido a que la producción en serie de igual modo se aplicó para los productos alimenticios. Nacieron un gran número de

⁴³ Doode, Shoko. Pérez, Emma Paulina. *Sociedad, economía y cultura alimentaria*. p. 399.

⁴⁴ *Ibíd.* p. 273.

⁴⁵ Luna, Susano Nayeli Vianey. *Desigualdad social y gasto alimentario, en zonas urbanas, en México. El cambio en los patrones de consumo*. p. 35.

fábricas de alimentos, las cuales se encargaron de comercializar una vasta cantidad de productos comestibles. Un fenómeno que se dio a la par de la revolución industrial fue el hecho de retomar la tradicional forma de alimentarse, es decir, la hora de la cena era una actividad en la cual se reunía toda la familia y los miembros de la misma además de degustar los platillos preparados por la ama de casa se juntaban para conversar.

Sin embargo en la actualidad se han visto una serie de modificaciones en los hábitos alimenticios, se ha pasado de la cocina doméstica al comedor colectivo, los individuos que solían comer con su familia y en su hogar, ahora saborean sus bocados en un lugar en el que se encuentran otras decenas de personas a su alrededor, es por ello las áreas de *fast food* han tenido gran auge en los centros comerciales. Algunos factores que han repercutido en este fenómeno son la creación y apogeo de las zonas industrializadas, la distancia que existe entre el trabajo y el hogar, el horario de trabajo, la incorporación de la mujer al trabajo y las cuestiones económicas por ejemplo.

Lamentablemente, en México como en muchos otros países, la realidad alimentaria la determina la clase social, ya que quienes tienen los medios y recursos económicos necesarios tienen la posibilidad de alimentarse y adquirir los productos alimenticios que desean, mientras las clases menos favorecidas incluso en no pocas ocasiones pasan días sin comer o efectuando una sola comida durante todo el día.

La elección de alimentos tiene mucho que ver con la posición económica de los individuos, precisamente uno de los indicadores tanto del bienestar económico como nutricional de una persona dependiendo de su edad y sexo, lo determina su dieta alimenticia.

A pesar de que la gente es consciente en muchas ocasiones de los aportes nutrimentales de los alimentos de aquellos que son “buenos” y “malos” para su salud, cuestiones como el sabor y el costo son factores más determinantes en la elección de los alimentos, incluso se puede decir que el gusto queda en muchos casos sometido a los factores económicos, por ejemplo si una persona no cuenta con determinada cantidad para pagar un platillo, no puede satisfacer su gusto, lo cual conlleva a la reducción de posibilidades alimenticias, esto con base en su poder adquisitivo.

En general los hábitos alimenticios hoy en día no siguen ninguna regla nutricionalmente adecuada, esto principalmente al estilo de vida que han adoptado los individuos, la mayoría no comen a determinada hora del día, se saltan comidas a causa de la falta de tiempo, no lleva una dieta adecuada con base en sus requerimientos nutrimentales, sustituyen alimentos necesarios como frutas, verduras y granos por comida rápida, todo esto se traduce en la carencia de un régimen alimenticio adecuado.

Los cambios socioeconómicos que prevalecen en la sociedad han influido de manera determinante en una actividad importante en la vida de todo individuo como la alimentación, esto se nota en el número de comidas realizadas al día, el horario en el que frecuentemente realizan dichas comidas, la forma en que se lleva a cabo esta actividad y el contenido o bien los alimentos ingeridos.

En nuestra sociedad coexisten diferentes culturas alimentarias que tienen que ver con el origen de personas provenientes de otros países. La identidad de nuestra sociedad puede ser expresada a través de nuestra comida, sin embargo y debido a la aceptación comercial de alimentos de origen internacional, también confluyen, sobretodo en las ciudades, múltiples restaurantes como los japoneses, italianos, chinos, libaneses, entre otros. Es así como dentro de una misma sociedad podemos encontrar una gran diversidad de identidades que se expresan a través de su comida.

En México existe una gran variedad de alimentos típicos, que a su vez caracterizan a las diferentes zonas geográficas, sin embargo algunos alimentos que podemos resaltar como símbolo de nuestra cultura alimentaria popular son: los tacos, el chile, tamales, enchiladas y tortas, incluso en no pocos casos estos alimentos forman parte de la dieta cotidiana del mexicano y son unos de los principales nutrientes de nuestra población.

Dada la gran importancia que tienen alimentos como el taco, la torta y la enchilada como símbolo de la gastronomía y cultura nacional, en la actualidad se llevan a cabo en el país, particularmente en el Distrito Federal, eventos como la Feria del taco, la torta y la enchilada, cuyo objetivo primordial es promover la cocina tradicional mexicana.

Del 27 al 31 de julio del 2011 se llevó a cabo en la explanada de la Delegación Venustiano Carranza la octava feria de la torta donde participaron alrededor de 50 torterías del D.F. A la feria asistieron más de 250 mil personas y se impuso un nuevo récord mundial al elaborar la torta más grande con 50 metros de longitud. El Jefe Delegacional de ese período, Alejandro Piña Medina, destacó la necesidad de preservar y fomentar la variedad culinaria de México, así como fortalecer la industria gastronómica afectada por la proliferación de la comida rápida extranjera, debido a que en la última década las ventas de este tradicional platillo han disminuido 60% ante la influencia de alimentos como las hamburguesas, pizzas y fideos instantáneos. Así mismo, señaló que en el país hay alrededor de 20 mil 500 establecimientos dedicados a la venta de este alimento, de los cuales, 2 mil 500 están en la Ciudad de México y 18,000 en provincia; mientras que en Venustiano Carranza se asientan 480 torterías registradas ante la

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)⁴⁶.

El hecho de realizar este tipo de eventos es destacable no sólo porque se incentiva la economía, sino también porque se promueve y rescata la gastronomía típica de México, sin embargo muchos de estos eventos carecen de una adecuada difusión y organización, lo cual conlleva a que más allá de incrementarse el número de asistentes vaya decreciendo.

Realmente este tipo de eventos muestra la gran diversidad de platillos que hay en México, por ejemplo en el caso de estos tres alimentos, es decir el taco, la torta y la enchilada, se derivan múltiples variantes así como combinaciones de ingredientes. Algo peculiar y atractivo es la denominación que reciben algunas de las variantes existentes, por ejemplo: los tacos de lengua, las enchiladas levanta muertos o las tortas ahogadas.

En el 2011, del 2 al 11 de septiembre se realizó la Novena Feria de la enchilada en la Delegación Iztapalapa. A esta edición asistieron alrededor de 300 mil personas y se superó el Récord Guinness de la enchilada más larga del mundo, impuesto por la misma demarcación en el año 2010. Los comensales podían degustar enchiladas típicas de cada uno de los estados que conforman la República Mexicana. Así mismo, se realizaron algunas exposiciones con el fin de resaltar el valor del maíz y algunos de sus derivados como los tamales y el atole. La feria es considerada el segundo evento más importante de la Delegación, después de la representación de la pasión de Cristo en Semana Santa⁴⁷.

Precisamente entre los principales objetivos de estas actividades, al igual que la Feria del taco y la torta, es promover la cocina tradicional mexicana, impulsar el desarrollo local y regional, así como reactivar la economía de los restauranteros participantes quienes son principalmente de la demarcación.

Por su parte, la segunda feria del taco se llevó a cabo del 22 de septiembre al 1 de octubre del 2011 en la plaza de Garibaldi. Este evento fue organizado por la Delegación Cuauhtémoc y tenía como objetivo difundir tanto el platillo así como el tipo de música de Mariachi. En esta feria también se buscó romper el récord del taco más grande del mundo con una longitud de mínimo de 45 metros⁴⁸.

⁴⁶ PREPARA VCARRANZA LA 8va FERIA DE LA TORTA. 20 de Julio de 2011. En http://www.vcarranza.df.gob.mx/prepara_torta.html

⁴⁷ Feria de la Enchilada; esperan 300 mil asistentes a Iztapalapa. 25 de Agosto de 2011. En http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_notas=763843

⁴⁸ Comienza Feria del Taco y el Mariachi en Garibaldi. 22 de Septiembre de 2011. En http://www.lasillarota.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=21582:comienza-feria-del-taco-y-el-mariachi-en-garibaldi&Itemid=61

A través del tiempo la degustación se ha ido refinando, debido a que el hombre ha aprendido a desarrollar su sentido del gusto. Primeramente partió de prácticas simples como lo era la recolección de alimentos crudos, posteriormente con la invención del fuego, el ser humano empleó este medio para sus actividades culinarias, ya después vino la cocción de los alimentos y finalmente la condimentación, por ejemplo en la actualidad observamos en el mercado una gran variedad de sustancias y aderezos que van desde líquidos a polvos para hacer más apetecible y darle un mejor sabor a cierta comida.

“El sentido del gusto no sólo sirve al ser humano como medio de sobrevivencia, sino que, como su nombre lo indica, a través de este sentido se conjugan los placeres más exquisitos que se pueden disfrutar: el placer por la comida y el gozo que produce el degustar los diferentes platillos”⁴⁹.

Cuando ocurrió accidentalmente el descubrimiento de América se dio también un intercambio de alimentos y especias que enriquecieron las costumbres culinarias de los pueblos Americanos y Europeos. En el caso de la conquista, además del mestizaje de genes entre indígenas y españoles, también hubo una mezcla de lenguaje, cultura, religión y por supuesto de la comida, en el caso del lenguaje a pesar de que hablamos el castellano, nuestro vocabulario no está exento de emplear palabras de origen prehispánico o náhuatl como Xochimilco, escuincles, por ejemplo. Adoptamos cuestiones culturales como las corridas de toros, pero a pesar de ello conservamos actividades tradicionales como la charrería, en el aspecto de la religión fue muy marcada la influencia de la religión católica que hasta la fecha mantiene la mayor cifra de adeptos en el país y respecto a la comida es muy importante el hecho de la incorporación a la dieta del mexicano alimentos como la carne, el trigo y el pan. De esta manera se mezclaron olores y sabores, dicha mezcla a su vez hizo que la tradición culinaria de México tuviera un enriquecimiento cultural y se convirtiera en una de las más reconocidas a nivel mundial.

Al ser animales sociales hemos creado una serie de normas que caracterizan a nuestras culturas alimentarias. Así como la mexicana, cada cultura y sociedad ha ido construyendo la suya. A pesar de que todas parten de los mismos elementos, cada una la ha ido moldeando, dependiendo de sus necesidades, de tal manera que la diversidad de manifestaciones ha sido amplia, es decir en el mundo existen diversos estilos de comer, diferentes platillos elaborados con distintos elementos, las reglas para comer pueden variar dependiendo el país, los alimentos que se permiten comer pueden ser diferentes de acuerdo a la cultura; en fin existen desde factores dietéticos y estéticos hasta religiosos vinculados a ello.

⁴⁹ Sánchez, Martínez Alicia Verónica. *Gastronomía y memoria de lo cotidiano. Un análisis discursivo en las descripciones de las recetas*. p. 23.

Por ende, es de suma importancia comprender que la diversidad cultural existe porque hay diferentes formas de interpretar la realidad y al mismo tiempo de construirla, modificarla y conservarla. El aspecto cosmopolita no está centrado únicamente en lo lingüístico, sino también involucra la comida y lo que ello implica.

2.1 Patrones tradicionales de consumo de alimentos

México es un país cuya cultura agrícola prevalece hasta nuestros días, antes de la llegada de los españoles, la alimentación básica del pueblo se sustentaba en alimentos como el maíz, el frijol, la calabaza y los chiles por ejemplo. Con la Conquista se inicia un periodo de intercambio y mestizaje que influyó de manera directa en la comida mexicana.

Cuando inició la Colonización en México, los españoles con el fin de preservar sus tradiciones y cultura trajeron nuevos productos, destacando los alimenticios, entre dichos productos se encontraba el trigo y la carne. En el caso del trigo, los indígenas se vieron obligados a cultivarlo y dadas las características de las tierras, el cultivo de este cereal prosperó. A pesar de que paulatinamente el trigo se fue incorporando en la dieta de los indígenas con alimentos como el pan, esto no significó el reemplazo del maíz, por el contrario el maíz era considerado algo sagrado y era parte fundamental de la dieta mesoamericana⁵⁰.

El consumo de maíz “a nivel rural sin duda sobrepasaba al del trigo, mientras que a nivel urbano ambos, de la mano, se mantuvieron como productos básicos y estuvieron presentes cotidianamente como base o como complemento alimenticio en las mesas de los cada vez más numerosos habitantes de las ciudades”⁵¹.

Con la ocupación y colonización de los terrenos agrícolas el ganado fue entrando y adaptándose, por consiguiente la carne también se fue convirtiendo en parte de la nutrición de los habitantes de zonas rurales y urbanas. Esto propiamente fue incrementando la demanda de carne.

Hoy en día el trigo, la carne y el pan, son alimentos que aún predominan en la dieta de los mexicanos. A raíz de la conquista, el trigo y la carne siguieron cultivándose y criándose en regiones especializadas, mientras que el maíz prácticamente continuó en toda la Nueva España. Es innegable que a raíz del mestizaje racial, religioso y cultural los antiguos pueblos adoptaron alimentos como el trigo, sin embargo el maíz continuó siendo el alimento por excelencia en la dieta del mexicano.

⁵⁰ Doode, Shoko. Pérez, Emma Paulina. *Sociedad, economía y cultura alimentaria*. p. 349.

⁵¹ *Loc. cit.*

En la hibridación alimentaria ocurrida en nuestros pueblos, la comida indígena prevaleció debido a que el maíz constituye parte de la dieta fundamental de los mexicanos, sin embargo no hay que perder de vista que mediante procesos como la hibridación alimentaria fue posible adoptar alimentos derivados como el trigo y el arroz

Los indígenas mexicanos pronto comenzaron a incorporar en su dieta no sólo alimentos como la carne de cerdo y gallina, sino también algunos derivados de estos como la manteca y los huevos, así mismo incorporó el aceite, la canela y otros alimentos que la cocina española había incorporado de culturas como la árabe, por ejemplo los ajos, las cebollas y el cilantro. Los fritos, que no se conocían, se introdujeron gracias al cerdo y su grasa⁵². Antes de la llegada de los españoles la comida generalmente se asaba o se cocía, de hecho algunos de los métodos que se llevaban a cabo, han prevalecido hasta la fecha, tal es el caso de la barbacoa, puesto que para hacerla es necesario hacer un hoyo en la tierra.

Así como los antiguos pueblos adoptaron tradiciones culinarias de los españoles, éstos pronto comenzaron a consumir pulque, cacao, maíz, entre otros alimentos. Por ende la cocina del viejo continente comenzó a experimentar algunos cambios y a verse enriquecida. Además del oro que se llevan los españoles de México, también llevan a España algunas semillas, frutos, especias y chiles, así como alimentos que se han vuelto parte importante de la dieta española, por ejemplo las papas y el chocolate. De este modo la variedad que distingue a la cocina mexicana y española tiene un ser que deviene de su misma historia, la variedad de las distintas zonas geográficas que prevalecen en sus territorios, así como la riqueza cultural distintiva de cada país.

Entre las cosas que han identificado y que comparten los mexicanos, es el hecho de consumir maíz, principalmente al comer tortilla, igual que los españoles, quienes generalmente acompañan sus platillos con pan, los mexicanos lo hacen con tortilla. Sin embargo y como bien sabemos los nacionales, el único derivado del maíz no es la tortilla, sino que de esta gramínea devienen múltiples alimentos tal es el caso de los tamales, pozole, gorditas, huaraches, tlacoyos, pinole, totopos y el repertorio continua si nos adentramos en la gastronomía y adaptaciones que existen en los diferentes estados de la República Mexicana.

Sin embargo, más allá de las adaptaciones de un alimento que pueden existir en un mismo país, es menester resaltar la relación de los alimentos con el pasado de las culturas. El hecho de comer determinados platillos, preparados de cierta manera y bajo condiciones específicas y/o bien los rituales que se realizan para la degustación de los

⁵² Clavé Montse. *Cocina Mexicana*. p. 9.

mismos, sumergen al individuo en un mundo de tradiciones donde todo tiene una razón de ser desde la perspectiva de quienes efectúan dichas actividades.

Alimentos y bebidas tradicionales de México como son: el maíz, el chile, los frijoles, el mole, chocolate, pulque y tequila por ejemplo, tienen que ver con el pasado histórico indígena así como religioso, por ende el hecho de incorporar alimentos industrializados, cuya principal función es ser una mercancía como cualquier otro producto, implica la pérdida de rituales y tradiciones propios de cada cultura.

Hoy en día es más común el reconocimiento de los nombres de marcas transnacionales de comida rápida que nombres de alimentos tradicionales, lo cual muestra un claro panorama de cómo lo artesanal y particular ha ido perdiendo terreno frente a lo industrial y universal que rige en la modernidad.

A continuación se expone una tabla que incluye el nombre del alimento y el estado al que pertenecen.

Alimento	Estado	Características
Memelas	Oaxaca	Es una tortilla con un menor tamaño que la que tradicionalmente consumimos en el DF. Son hechas con aciento, el cual es obtenido de la manteca de puerco. Generalmente suelen llevar frijoles y queso al igual que cierto guiso si se desea.
Tlayuda	Oaxaca	Es una tortilla de gran tamaño a la cual generalmente se le unta aciento y frijoles, además está compuesta por lechuga, aguacate, jitomate, queso y puede llevar tasajo, cecina natural o enchilada, salchicha oaxaqueña o chorizo, esto dependiendo del gusto del comensal.
Panuchos	Yucatán	Son pequeñas tortillas de maíz fritas. Suelen ir rellenas de frijol y acompañadas de carne y verduras.
Chalupas	Puebla	Tortillas de maíz generalmente fritas en manteca y van acompañadas de hebras de carne de res, cerdo o pollo, cebolla y salsa roja o verde.

Zacahuil ⁵³	Característico de las zonas Huastecas	Es un tamal que tiene un mayor volumen del que tradicionalmente conocemos en el DF. La masa de este es con maíz ligeramente molido, se pinta ligeramente con un polvo rojo, el cual deriva del chile seco y suele ser relleno de carne de puerco o pollo.
Pemoles ⁵⁴	Típicos de la Huasteca Tamaulipeca, Veracruzana y Potosina	Son galletas en forma de rosquillas, hechas de harina de maíz.
Corunda	Michoacán	Es una especie de tamal pequeño de forma triangular. La masa de maíz se mezcla con queso, verduras y tequesquite (sal mineral natural utilizada como sazón de alimentos). Se envuelven con la hoja de la planta de maíz y no con la hoja de la mazorca.
Pitales	Chiapas	Tamalitos hechos de masa de maíz, frijoles frescos, cilantro y chipilín (planta que se emplea en diferentes platillos). Son envueltos en hojas de maíz.
Tascalate	Chiapas	Es una bebida que consiste en maíz tostado y molido con achiote, canela y azúcar. Puede servirse con agua o con leche.
Chacales	Chihuahua	Sopa de maíz cocido y seco.
Pozole	Guerrero, Jalisco y Oaxaca	Guisado de maíz cacahuacinte con carne de cerdo o pollo. El de Guerrero es verde y blanco el caldillo, el de Jalisco rojo y el de Oaxaca blanco con mole negro.
Uchepos	Michoacán	Es un tamal elaborado con maíz tierno y molido, al cual en ocasiones se le puede agregar leche.

Construcción propia basada en las aportaciones de la profesora Rosalía Flores Mateos y en las siguientes fuentes:

<http://www.gustausted.com/2008/08/pemoles-receta-galletas-huastecas-los.html>

http://www.alboresgleason.net/diputado/index.php?option=com_content&view=article&id=81:tzimol&catid=38

<http://cocinalamexicana.espaciolatino.com/chacales.html>

⁵³ Zacahuil: las zonas huastecas están en Hidalgo, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz. En todas existe el zacahuil, varía en sus condimentos de acuerdo al estado y al cocimiento que se le da. En Hidalgo, por ejemplo, el proceso es hornearlo debajo de la tierra, similar a la barbacoa.

⁵⁴ Son de Semana Santa. También hay en Xilotepec y se toman acompañadas con el agua de Jamaica.

Todos esos alimentos, se encuentran hechos a base de maíz y constituyen parte de la variedad gastronómica de cada estado, sin embargo el consumo de estos platillos en las zonas urbanas, principalmente en el Distrito Federal, es casi nulo, además recordemos que se van dando deformaciones y adaptaciones dependiendo de la entidad. Gran parte de los consumidores urbanos prefieren comprar alimentos enlatados y/o empaquetados, acudir a los *fast food*, consumir comida internacional en vez de nacional, esto conlleva al hecho de que más allá de la propagación de alimentos como los mencionados en la tabla, exista un descenso de consumo de alimentos típicos mexicanos e incluso poco conocimiento de ellos en la zonas urbanas.

Pero en México, no sólo es importante el maíz y su principal derivado que es la tortilla, existen otros alimentos y bebidas tradicionales, los cuales a lo largo de años han acompañado la mesa de los mexicanos, incluso se han hecho fundamentales en las comidas, para muchos de ellos, tal es el caso, por ejemplo, del chile.

El maíz

“A diferencia del trigo y otras plantas que sirven de alimento en el mundo, el maíz no existe en estado silvestre. El viento no puede esparcir sus semillas (encerradas en una mazorca y recubiertas) y sembrarlas en el suelo. Para este proceso ha sido indispensable el hombre. En el libro *Recetario del maíz*, publicado por el Museo Nacional de Culturas Populares de México, se incluyen nada menos que 605 formas distintas de cocinarlo”⁵⁵.

El maíz en su totalidad puede ser utilizado para múltiples cosas, es decir cada una de las partes que lo componen es aprovechada de diferentes maneras; las hojas ya que están secas se emplean como envoltura para cubrir los tamales, los tallos una vez secos son usados para alimentar al ganado, los hilitos que se desprenden de la mazorca pueden ser utilizados para hacer té medicinal, incluso el hongo formado en los granos se come, es el famoso “huitlacoche”. Cabe señalar que el maíz puede comerse ya sea tierno o seco, lo cual implica un proceso de molido y generalmente se convierte en harina.

“En el periodo 1950-1970 el rostro agrario del país cambió a uno cada vez más urbano en términos de distribución de la población; al mismo tiempo que la población se duplicó. El proceso se aceleró en los años noventa (véase el Cuadro 1), produciéndose un cambio estructural en la composición del consumo. En efecto, la demanda urbana aumentó y se diversificó, entonces el consumo alimentario incorporó bienes

⁵⁵ Clavé Montse. *Cocina Mexicana*. p. 18.

industrializados en una proporción cada vez mayor. Sin embargo el consumo la tortilla continúa siendo una constante en la dieta nacional, y en los últimos años ha aumentado el consumo de maíz industrializado en sus diversas formas”⁵⁶.

Cuadro 1
Población urbana y rural de México
(miles de habitantes)

	Total	Urbana	Rural
1950	25,791	7,453 (28.9%)	18,338 (71.1%)
1970	48,996	23,812 (48.6%)	25,182 (51.4%)
1990	81,249	57,930 (71.3%)	16,625 (28.7%)
1995	91,158	67,000 (73.5%)	24,158 (26.5%)

Fuente: Nafinsa (varios años).

Se ha estimado que México consume alrededor de 28 mil toneladas de maíz por año de las cuales sólo produce cerca de 21 mil toneladas. Del total de la superficie de nuestro país, alrededor de 8 millones de hectáreas son utilizadas para sembrar maíz, sin embargo la producción de esta semilla en México representa únicamente el 2.7% de la producción total a nivel mundial. Se calcula que el consumo per cápita anual de maíz es de 200 kg. en México, lo cual conlleva a que se importe de otros países. A diferencia de otras naciones que emplean primordialmente el grano de maíz como forraje para ganado o con el fin de conseguir otros subproductos, en México y en general en la región de Centroamérica, este grano es utilizado principalmente para consumo humano⁵⁷.

Es contradictorio el hecho de que a lo largo de la historia de México el cultivo del maíz está fuertemente vinculado a dicha historia, aunado a ello nuestro país es un lugar propicio para el cultivo de la gramínea, sin embargo del porcentaje de producción mundial es insignificante a lo que debería representar y más allá de eso, es inverosímil tener que importar maíz de otros países que además suele ser de peor calidad y se

⁵⁶ Massieu, Trigo Yolanda. *El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo*. En <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/3612.pdf>

⁵⁷ Boletín informativo de la videoconferencia “La importancia del maíz en México y su proyección al mundo”, llevada a cabo por la Mtra. Margarita Tadeo. Departamento de Educación a Distancia. UNAM. 12/05/09. En <http://www.cuautitlan.unam.mx/descargas/edudis/boletines/2009/DED-2009-14.pdf>

compra a un precio más elevado. De igual modo los fines para los que es empleado el maíz en los diferentes países, habla propiamente de las condiciones sociales y económicas de las naciones desarrolladas y su contraparte, es decir las naciones tercermundistas.

Tortilla

Uno de los alimentos más cotidianos y representativos del país es la tortilla la cual se puede acompañar con una gran diversidad de guisados o inclusive únicamente enrollar sin contenido e introducirla a la boca. Generalmente está destinada a ser el soporte de otros alimentos los cuales se ven envueltos por esta especie de capa delgada y suave que permite además de llevar el contenido en su interior hasta la boca del comensal, sin necesidad de tener que emplear una cuchara u otro instrumento, mantener el alimento caliente; de este modo se convierten en los famosos tacos.

El contenido de los tacos es vasto, incluso se podría decir que un taco puede hacerse de cualquier tipo de guisado, sin embargo el elemento prehispánico característico de cualquier taco es la tortilla. Es fundamental que las tortillas estén calientes, por ello generalmente y como costumbre de las familias mexicanas, se suelen envolver en una servilleta o poner en un canasto para conservar su calor.

Existen dos formas de hacer tortillas: la manual, cuya práctica es la más tradicional, ya que consisten en elaborar las tortillas, valiéndose únicamente de las manos. Lo que se hace es tomar pequeñas porciones de masa, se hacen bolita y posteriormente se les va dando forma al pasarlas de una mano a otra con ágiles movimientos, de este modo la bolita se va haciendo cada vez más plana y fina. La otra forma es mediante máquinas especiales dónde se coloca la masa y siguen un proceso mecánico cuyo resultado son las uniformes, finas y calientes tortillas. Cabe señalar que el tamaño y grosor de la tortilla puede variar, por una parte dependiendo del estado o la región donde se elaboren y por la otra las diferentes medidas que hay dependiendo de los usos, por ejemplo, la tortilla empleada para las flautas es más grande a comparación de la de los tacos de suadero.

Para realizar la harina de maíz que se emplea en las tortillas, es necesario un previo procesamiento que es conocido como nixtamalización, el cual consiste fundamentalmente en hervir y añadir cal al maíz, este proceso permite que el valor nutritivo del grano se eleve y a su vez que sea más digestivo. Dicho tratamiento ha sido una de las formas elementales para procesar el maíz, el cual si bien es cierto que se desarrolló en el continente Americano, en la actualidad este proceso se ha extendido por todo el mundo.

Chile

Otro de los alimentos propios de la cultura mexicana y que distingue a sus habitantes, es el chile. De hecho hasta la fecha es uno de los elementos más característicos de la comida mexicana, sin embargo desde sus orígenes ha sido parte fundamental no sólo en los alimentos, sino incluso en los rituales, puesto que además de ser utilizado para condimentar la comida, puede ser empleado con el propósito de estimular las vías digestivas. El chile es tan distintivo de la identidad del mexicano, que incluso alrededor del mundo se suele asociar a México con este alimento.

“Los datos arqueológicos parecen confirmar que ya se cultivaban hace unos 5.000 años, lo que los convierte en una de las primeras plantas cultivadas de América (...). Los conquistadores se sintieron rápidamente interesados por un producto tan sugerente y fue cotizado, junto con la vainilla, como una de las especies que tanto habían perseguido en su búsqueda de una ruta a las Indias”⁵⁸.

La función de los chiles en la comida, no sólo es añadir picante a los alimentos, sino más bien les añade sabor y sirve de condimento, incluso existen variedades de chiles dulces. Actualmente y dada la actividad de los mercados, ya se comercializan en gran escala diferentes tipos de chiles, ya sea enlatados o empaquetados.

Existen chiles secos y frescos, en la cocina mexicana ambos suelen ser utilizados, incluso algunos pueden emplearse ya sea de una u otra forma, sin embargo se les puede designar de modo distinto aunque sean el mismo, otros más se consumen únicamente de forma seca o fresca. En cuanto a los nombres de los chiles, también cabe mencionar que pueden variar dependiendo de la región donde se cultiven.

A continuación se presentan dos tablas con base en la información de la clasificación de chiles frescos y secos más usados en la cocina mexicana de acuerdo a Clavé Montse.

Chiles Frescos	
Chile poblano	Un clásico de la cocina mexicana. Varía de forma, color tamaño y sabor, según el lugar y la época en que se cosechan. Utilizado en numerosos adobos y moles, y en la elaboración de los “chiles rellenos”.

⁵⁸ Clavé Montse. *Cocina Mexicana*. p. 22.

Chilaca	Con este nombre se designan diversas variedades. Para su utilización hay que asarlo, pelarlo y desvenarlo.
Chile jalapeño	Toma su nombre de la capital del estado de Veracruz, Jalapa. Es picante y perfumado. Muy usado en escabeches.
Chile guajillo	Los grandes casi no pican, los pequeños son muy picantes.
Chile piquín	Es el más pequeño de los chiles y tiene muchas variedades. De sabor ligeramente perfumado, y como su nombre indica, es uno de los más picantes.
Chile serrano o verde	Carnoso y muy picante. Se utiliza para elaborar la “salsa verde”, una de las más populares.
Chile habanero	Es la variedad más picante que se conoce. Es original de Yucatán y muy utilizado en la comida yucateca.
Chile dulce	Parecido al pimiento morrón.
Chiles Secos	
Chile ancho	Muy arrugado. Al remojarlo adquiere un color rojo ladrillo
Chile pasilla	Se utiliza más para dar color, que como picante. Sabor dulzón.
Chile cuaresmeño o chipotle (ahumado)	Se usa para adobos y generalmente en vinagre. Aporta sabor sin que su picante resulte excesivo.
Chile guajillo seco	Interviene en la composición de muchos platos.
Chile piquín seco	Es muy picante. También se vende envasado en polvo.
Chile serrano seco	Se usa en numerosos platos.
Chile mulato	De sabor picante ligeramente dulce. Interviene en la composición de muchos platos.
Chile largo	Moderadamente picante. Se prepara en vinagre. Es un ingrediente característico de los guisos de pescado.
Chile dulce seco	Se convierte una vez molido en pimentón dulce.

Fuente: Clavé Montse. *Cocina Mexicana*. Ediciones del Serbal. España, 1995.

Uno de los principales derivados de los chiles, que no puede faltar generalmente en los hogares mexicanos, son las salsas, las más típicas son la roja y la verde, las cuales además de estar compuestas de chiles se componen de otros ingredientes tales como el tomate, jitomate, ajos, cebolla, cilantro por ejemplo. Así como existe una inmensa cantidad de chiles, lo mismo sucede con las salsas, los olores, colores, sabores y grado de picante de las mismas son inimaginables. Dada la importancia que tiene el chile para los mexicanos algunas franquicias y empresas han tropicalizado algunos de sus productos y han adaptado este elemento y las salsas para hacerlos más rentables, con base en los gustos del consumidor mexicano, algunos ejemplos son Domino's Pizza con su pizza mexicana o ranchera a la que añade elementos mexicanos como el chile, otro ejemplo más es McDonald's cuando lanzó al mercado la McMexicana, la cual igualmente incorporó ingredientes mexicanos, entre ellos el chile.

Frijoles

Los frijoles también son típicos de México, incluso se puede decir que junto con el maíz y el chile son un elemento fundamental en la cocina mexicana. En general estos tres elementos constituyen la principal fuente de proteínas de un gran número de mexicanos. En nuestro país es común comerlos de dos diferentes maneras, ya sea en caldo o secos, estos últimos mejor conocidos como refritos. Incluso podemos darnos cuenta de la nutrida variedad de líneas que existen actualmente en el mercado: frijoles refritos, refritos con chorizo, bayos enteros, charros, por ejemplo.

Mole

El mole es una salsa compleja compuesta de diversos ingredientes, la cual puede servirse con pollo, cerdo y res por ejemplo, además generalmente suele ir acompañado por arroz. El mole es uno de los elementos más comunes en las fiestas y celebraciones principalmente de las clases populares mexicanas. De acuerdo con el portal de internet del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el mole "es el platillo festivo por antonomasia"⁵⁹.

⁵⁹ Red Nacional de Información Cultural. *El mole. Iconos de la gastronomía mexicana*. En http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table_id=178

Antiguas crónicas señalan que los aztecas combinaban distintos chiles, jitomate, cacao, vainilla y especias, las cuales comían con guajolote. A este guiso lo llamaban *molli*, palabra náhuatl que significa salsa⁶⁰.

El guajolote acompañado con la salsa de mole es uno de los platillos heredados del mestizaje, de hecho “en este plato la mezcla se lleva hasta tal punto que la almendra y el ajonjolí árabes, la manteca de cerdo española y el chile, el chocolate y guajolote mexicanos consiguen ligar a la perfección”⁶¹. Hoy en día ya no sólo se sirve con carne de guajolote, sino más bien se ha generalizado y acompaña carnes cocidas.

En el Distrito Federal como en muchos otros Estados de México aún es común ver, sobre todo en los mercados, una gran variedad de salsas de mole, las cuales generalmente suelen ser expuestas en ollas o cazuelas de barro amplias. Sin embargo, tampoco faltan las versiones comerciales tal es el caso del Mole “Doña Chonita”, “Doña María”, “Don Pancho” y de La Costeña, por mencionar algunos.

Uno de los moles más típicos y conocidos de México, es el poblano, incluso es uno de los platillos más representativos y tradicionales de nuestro país, pero no es el único ya que también son famosos los de otros estados como por ejemplo el mole negro de Oaxaca y el de Morelos.

Sin lugar a duda las diversas salsas de mole cuentan con un sabor inigualable que sólo se logra a partir de la adecuada combinación de elementos dulces y picantes. En el Distrito Federal con el fin de preservar la gastronomía nacional e incentivar la economía de la zona año con año, así como la feria del taco y la torta, también se realiza la Feria del Mole, la cual tiene lugar en la Delegación Milpa Alta.

Chocolate

Los frutos o granos obtenidos del árbol tropical de cacao han permitido la elaboración de uno de los alimentos más tradicionales y de mayor reconocimiento como el chocolate. La degustación de dicho producto es sin duda una experiencia inigualable, generalmente puede ser asociado al placer que genera, aunado a ello existen diferentes tipos de chocolate y múltiples derivados del mismo, se puede encontrar el famoso chocolate negro para aquellas personas que prefieren el sabor amargo, pero también está el chocolate dulce, las gamas de sabores entre dulce y amargo dependen del porcentaje de cacao que se utilice.

⁶⁰ Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca. Mole Oaxaqueño. En http://www.oaxaca.travel/FOTOS_SIITE/Atractivos/AT0507/PMOLE7.pdf

⁶¹ Clavé Montse. *Cocina Mexicana*. p. 26.

El proceso que se sigue para la obtención del chocolate es primeramente dejar fermentar los granos de cacao, esto con el fin de acentuar su sabor y aflojar la pulpa que los rodea, posteriormente, los granos de cacao se dejan secar, se limpian, una vez seleccionados se tuestan y se parten, dado lugar a porciones mínimas de cacao.

“Los pequeños trozos de cacao que quedan se muelen a alta presión para formar licor de chocolate (...), este licor, solidificado en bloques, se convierte en el producto más importante para la cocina: chocolate amargo. Posteriormente se refina moliéndolo sucesivamente y mezclándolo con diferentes proporciones de azúcar y mantequilla de cacao adicional; así se consigue que el chocolate se suavice y se aclare su color, convirtiéndose en semiamargo, semidulce y dulce”⁶².

El chocolate puede consumirse de diferentes maneras, ya sea solido como las barras o tabletas; liquido como el famoso chocolate con leche, el cual en muchos casos sustituye al café, los tés o la simple leche caliente; de igual modo puede consumirse en forma de polvo un ejemplo de ello es el caso de la cocoa. En fin, las diferentes formas de consumo dependen de los usos que le quieran dar al producto, lo que sí es un hecho es su versatilidad de sabor y consistencia.

Pulque

En cuanto a las bebidas, es necesario destacar dos: el pulque y el tequila, ambas son consideradas bebidas nacionales. El pulque es una sustancia liquida de aspecto lechoso que se extrae del centro de la planta comúnmente conocida como maguey, el pulque posee un alto grado nutritivo al obtenerse de la fermentación del aguamiel, incluso las propiedades con las que cuenta esta aguamiel han sido estudiadas por una gran número de científicos.

El agave es de suma importancia no sólo porque permite obtener bebidas como el pulque, tequila y mezcal, sino al mismo tiempo las pencas de esta planta pueden ser aprovechadas también al momento de hacer la barbacoa, puesto que sirven para cubrir los hoyos y envolver al animal. La estima que se le tenía al agave era tan grande que incluso “en la mitología prehispánica se crearon dioses y diosas que lo representaban”⁶³. Esta planta ha formado parte importante en el paisaje de nuestro país, de hecho importantes artistas mexicanos han destacado en sus trabajos el maguey, tal es el caso de José Clemente Orozco.

⁶² Brody, Lora. *Chocolate*. p. 8.

⁶³ Kennedy, Diana. *Las cocinas de México*. p. 291.

Hasta la fecha siguen existiendo pulquerías que llevan años ofreciendo esta bebida en su modo natural y al mismo tiempo han expandido su gama al elaborar los famosos “curados” con diferentes tipos de frutas, sin embargo a raíz de la lucha que emprendieron autoridades mexicanas contra su consumo, ocasionaron la disminución del mismo y el cierre de muchas pulquerías, sobre todo en las ciudades. A pesar de que se le ha llegado a considerar una bebida para sectores de la población de bajos recursos y en parte como consecuencia de dicha lucha por parte de las autoridades, hoy en día es un mercado que está cobrando fuerza sobretodo en el segmento juvenil.

Tequila

El tequila es elaborado a partir de la fermentación y el destilado del jugo que se extrae del agave, principalmente del denominado *tequilana*.

“Recibe su nombre en honor al pueblito, no muy lejos de Guadalajara, en Jalisco, que es el principal estado productor de tequila. Los españoles introdujeron el proceso de destilación, y por lo regular se cree que el tequila se hizo por primera vez a mediados del siglo XVIII, aún cuando sólo unos cien años más tarde se convirtió en una industria establecida por dos de las familias actualmente mejor conocidas en la industria: Cuervo y Sauza”⁶⁴.

El tequila puede ser elaborado de manera artesanal o bien mediante un proceso industrial que implica ciertas operaciones unitarias, las cuales en el proceso artesanal pueden variar o no ser tan rigurosas. Esta bebida se ha convertido en una importante fuente de riqueza para México y a su vez en un elemento significativo de nuestra cultura, el cual se ha vuelto internacional, debido en parte a la comercialización que le han dado distribuidoras mundiales de bebidas. De hecho a través de las campañas publicitarias uno de los aspectos que más se destacan es su tradición. México, además de ser famoso por el tequila, también es conocido por otras bebidas como el chocolate, el atole, la cerveza, el mezcal y el café.

A continuación se presenta un recuadro con bebidas tradicionales de México.

Bebida	Estado	Características
Zotol	Chihuahua	Aguardiente de maíz
Tehuino	Nayarit	Aguardiente de maíz

⁶⁴ *Ibíd.* p. 289.

Torito	Veracruz	Crema de frutas tropicales con alcohol de caña.
Comiteco	Comitan, Chiapas	Infusión de frutas con alcohol de caña.
Bacanora	Sonora	Infusión de frutas secas con alcohol de caña.
Xtabentun	Yucatán	Infusión de anís con alcohol de caña.
Mezcal minero	Guanajuato, Zacatecas	Aguardiente de agave.
Mezcal	Guerrero, Oaxaca	Aguardiente de agave. En estos Estados le han agregado diversos sabores de frutas.
Pozol	Chiapas	Bebida de maíz.
Ponche de granada	Colima	Bebida de granada.
Champurrado	Oaxaca	Atole de agua con chocolate, maíz y piloncillo.
Atole de granillo	Tehuacán, Puebla	Atole con maíz tierno y piloncillo.
Atoles de frutas agridulces	Uruapan, Michoacán	Atole de agua con extracto de frambuesa, tamarindo, mandarina, cereza.

Apuntes e investigación de la Profesora Rosalía Flores Mateos.

Definitivamente el territorio mexicano cuenta con una rica y vasta tradición de alimentos y bebidas entre los cuales se puede destacar por su historia y su relación con el consumo nacional, el maíz, el chile, los frijoles, el tequila y el pulque, sin embargo no podemos perder de vista que la gastronomía tradicional mexicana incluye una gran variedad de alimentos, los cuales enriquecen la dieta de los mexicanos día a día.

Alimentos de Temporada

Sin lugar a duda tanto el clima como la región geográfica son de suma relevancia para la obtención de determinados alimentos, debido a ello principalmente, así como a cuestiones ideológicas, hay alimentos que se dan en determinada época del año y bajo ciertas circunstancias. A pesar de las actuales y sofisticadas técnicas de cultivo y de los procesos de conservación que se emplean, los alimentos de temporada suelen ser más frescos y de mejor calidad. En muchos casos y a causa de la variedad de estaciones, hay productos que se importan por ejemplo de países Sudamericanos como puede ser Argentina, Chile, Brasil etc., cuyas estaciones difieren de las nuestras.

En invierno por ejemplo, suelen prevalecer en mayor medida las frutas cítricas, esto debido a que están enriquecidas con vitamina C, la cual es buena para las personas que padecen resfriados, en cambio en primavera la variedad de frutas y verduras se incrementa y se antojan más por el hecho de que además de calmar nuestra hambre y ser nutritivos, refrescan.

En México es común que determinadas comidas predominen o sean características de cierta época del año, esto ya sea de manera particular en alguna región del territorio o bien, que se generalice y se consuma en toda la República Mexicana. A continuación se expone una tabla con algunos de los alimentos de temporada más típicos que se consumen en el país.

Alimento	Estado	Temporada
Escamoles	Hidalgo	Época de sequia Abril-Mayo
Calabaza en Tacha	Toda la República	Noviembre
Chile en nogada	Puebla	Julio, Agosto, Septiembre
Rosca de reyes	Toda la República	Enero (día de reyes 6 de enero).
Capirotada	Zacatecas	Semana Santa
Sopa de lima	Yucatán	Noviembre-Febrero
Tamales Judas	Estado de México	Semana Santa
Agua de Tuna	Estado de México	Junio-Agosto

Manchamanteles	Puebla	Mayo-Junio
Mole de tempesquistles (aceitunas mexicanas)	Orizaba, Ciudad Mendoza, Veracruz	Mayo-Junio
Mole de caderas	Tehuacán, Puebla	Noviembre (día de muertos).
Mole con ejotes ajoyotes	Tehuacán, Puebla	Noviembre, Febrero
Pan de muerto	Toda la República	Noviembre (día de muertos)
Caldo Tlalpeño (con carne de pato)	Iztacalco, Tlalpan D.F	Julio-Agosto
Quesadillas de tripas de pollo	Iztacalco D. F.	Julio
Flor de colorín	Veracruz	Julio-Agosto
Ensalada de navidad	Estado de México, D.F.	Diciembre

Apuntes e investigación de la Profesora Rosalía Flores Mateos.

Utensilios característicos de la cocina mexicana

Así como hay alimentos tradicionales, del mismo modo han existido utensilios de cocina propios y característicos de la cultura mexicana, algunos de ellos son: la canasta de las tortillas (chiquihuite), comal, metate, molcajete, así como la prensa para las tortillas.

El principal uso que se le ha dado a la canasta, ha sido para conservar las tortillas calientes, hasta la fecha, de los instrumentos mencionados es uno de los que aún se siguen usando en los hogares mexicanos o de igual modo es muy común verlo en las fiestas de los pueblos. La cesta tradicional es tejida de carrizo, sin embargo también hay versiones como las hechas de madera o de unicel, como costumbre también se suele poner un trapo para envolver las tortillas.

En el caso del comal, se ha empleado principalmente para calentar las tortillas, existen de diferentes tamaños y su forma puede ser circular, rectangular o cuadrada, generalmente están hechos de lámina gruesa, metal o estaño para soportar el calor ya sea de las fogatas que generalmente se acostumbra en las zonas rurales o de las estufas de las zonas urbanas.

Por su parte, el metate ya no es muy común verlo en las zonas urbanas. Se trata de un instrumento en forma rectangular y pesado debido a que está hecho de roca volcánica, este instrumento es sostenido por tres patitas y tiene una forma inclinada, se emplea

principalmente para moler el maíz aunque también se ha empleado para moler otros alimentos como el chile y el cacao. Sin embargo su empleo requiere de cierta práctica y técnica, ya que resulta ser cansado.

El molcajete es un instrumento hecho del mismo material que el metate, es decir de roca volcánica, en las ciudades este instrumento ha sido remplazado por aparatos como la licuadora, ya que su principal función es para elaborar salsas, su forma de tazón hondo y la piedra denominada “tejolote” o “temolote” permiten machacar ingredientes como los chiles, tomates, jitomates, por ejemplo.

La prensa de tortillas lo que permite hacer es aplanar la masa de tal modo que pueda quedar con una forma uniforme y circular, es un instrumento, el cual ha dado lugar a las tortillas, sin la necesidad de tortearlas a mano. En las ciudades este instrumento se ha visto sustituido por las máquinas que elaboran un gran número de tortillas en un menor tiempo, con una intervención y un esfuerzo menor por parte del hombre.

En la actualidad gran parte de estos instrumentos y muchos otros han dejado de ser utilizados en lugares como el Distrito Federal. Dada la producción en serie y los procesos globalizadores que han existido, estos instrumentos van dejando de ser útiles y accesibles para los ciudadanos quienes por comodidad, rapidez y estilos de vida prefieren comprar tortillas ya hechas o salsas preparadas. En los lugares en los que todavía es frecuente ver el empleo de instrumentos como los ya mencionados, es generalmente en las comunidades rurales, donde ya sea por costumbre, por accesibilidad o por falta de recursos aún los siguen empleando.

México ha regalado al mundo un legado culinario vasto, que sin lugar a dudas a influido en cocinas como la europea. Alimentos como el maíz, el frijol, el aguacate, el chile entre muchos otros, han trascendido más allá de las páginas de los recetarios nacionales. En el país es posible observar como las costumbres culinarias de un pueblo no se modifican de una manera radical, sin embargo sí se han ido transformando paulatinamente, de tal manera que incluso algunas han llegado a desaparecer.

2.1.1 Identidad y cultura del pueblo mexicano

El hablar de comida implica algo más que un simple acto de satisfacer la necesidad alimenticia, cotidiana y biológica del ser humano. La comida se encuentra estrechamente ligada a la cultura de un pueblo, tiene que ver con su identidad, con sus tradiciones, con sus conductas, sin embargo y dada la cotidianeidad de este acto, en

muchas ocasiones se le resta importancia. El “nutrirse es un aspecto biológico; comer es un acto cultural”⁶⁵.

Los hombres a diferencia de los animales, quienes se dejan llevar por su instinto, tienen la posibilidad de modificar su medio ambiente, gracias a que cuentan con capacidades como el pensamiento así como el lenguaje, lo cual propiamente les confiere múltiples ventajas sobre los demás, puesto que puede analizar los fenómenos e ir transmitiendo sus experiencias, de esta manera impulsos fisiológicos e inherentes como el hambre, pueden ser de cierta manera modelados a partir del nacimiento, a través de diferentes prácticas, normas y símbolos propios de cada cultura los cuales pueden ser transmitidos de generación en generación.

La alimentación puede llegar a ser considerada como un lenguaje propio del ser humano que ha empleado y sigue utilizando como un medio para reflejar y mantener la vida en sociedad, de esta manera se ha convertido en un elemento fundamental de la identidad colectiva. “La identidad es diferencias, y diferencia objetivada, basada en elementos distintivos que sirven de marcador”⁶⁶, es decir que la identidad propia de un grupo se puede percibir al compararlo con otros grupos cuyos elementos distintivos son diferentes entre sí, algunos ejemplos mediante los cuales se puede observar cómo se expresa la pertenencia a un grupo determinado son los platillos, los productos que se emplean en los mismos, así como las diferentes formas de comer.

Las identidades sociales suelen relacionarse con el patrimonio cultural, entendido este como “un puente entre el pasado y el presente de una sociedad, como herencia, como materialización de las continuidades y al mismo tiempo símbolo de su transmisión”⁶⁷. Algo que forma parte de las identidades sociales y algo que es considerado patrimonio cultural comparten un aspecto fundamental como es el ser reconocidos generación tras generación y originar un sentido en los integrantes de una sociedad. Sin embargo, cabe señalar que el patrimonio también puede cambiar dependiendo de agentes que de igual modo pueden modificarse, pero más allá de modificarse, el patrimonio cultural se va construyendo. Por tal motivo, podemos considerar a la alimentación como parte de un proceso de patrimonialización, debido a que la cultura alimentaria no sólo implica únicamente el paso generacional de las formas de preparar un platillo, sino más allá de eso conlleva al paso de valores, creencias y costumbres relacionadas con el consumo de alimentos.

⁶⁵ Long, Janet. *Conquista y comida. Consecuencias del encuentro de dos mundos*. p. 397.

⁶⁶ Cáceres, Nevot Juanjo. *Comensales, consumidores y ciudadanos. Una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XXI*. p. 108.

⁶⁷ *Ibíd.* p. 109.

Antes de la llegada de los españoles, el territorio que hoy en día conocemos como Mesoamérica,⁶⁸ estaba habitado por diferentes grupos étnicos, dichos grupos pueden clasificarse en: nómadas, seminómadas y sedentarios, cada uno de ellos se caracterizaba por tener hábitos alimenticios específicos. Los primeros obtenían sus alimentos de manera circunstancial de tal modo que no lograron sentar las bases de una tradición gastronómica, en cuanto a los seminómadas iban encontrando alimentos y la manera de alimentarse en los lugares en los que se iban estableciendo; finalmente el caso de los sedentarios fue diferente, puesto que al establecerse en un lugar determinado fueron desarrollando diversas prácticas de cultivo, aprendieron a domesticar animales y realizaban actividades como la pesca, lo cual propiamente dio lugar a la creación y desenvolvimiento de una tradición alimenticia.

El papel de las mujeres en el proceso de generación, desarrollo y transmisión de la cultura culinaria ha sido de suma relevancia, dado que han sido ellas principalmente las que enseñan y transmiten, tanto verbalmente como manualmente, las prácticas que llevan a cabo. “La elaboración de los platillos se confiaba, por tradición, a las mujeres indígenas, quienes tenían un profundo sentido religioso de este deber, al grado de considerarlo una misión mística”⁶⁹.

Era común que a las mujeres se les inculcará desde muy temprana edad el gusto por la cocina, de tal modo que los platillos que elaboraban los hacían con gran dedicación dando lugar a que la comida se convirtiera en un rito. La mujer podía llevarse gran parte de su día en la elaboración de los alimentos por ejemplo el tiempo requerido para hacer las tortillas. Particularmente las tortillas de maíz se han convertido en parte fundamental de la identidad mexicana, su importancia se manifiestan en su duradera y persistente historia.

Las raíces de nuestra tradición gastronómica son tan profundas que acompañan la evolución de nuestros ancestros indígenas. Así como se les ha denominado “culturas del trigo” a aquellas que florecieron en el Mediterráneo o “culturas del arroz” a aquellas que se dieron en diversas regiones de Asia, a las culturas de los pueblos americanos se les denominó “culturas del maíz”, debido al hecho de que el continente americano era una región donde predominaba este cereal.

La historia de México se encuentra asociada particularmente al cultivo agrícola del maíz. El maíz ha fungido como un elemento de unión cultural e incluso económica entre los diversos pueblos del continente, esto debido al hecho de que “desde el norte de nuestra

⁶⁸ Mesoamérica. Este término expresa un concepto antropológico más geográfico; se refiere al área geográfica y cultural de antiguas tribus indígenas que, por diversas razones, guardaron una relación de unidad, y que comprende un territorio geográfico que va del estado de Sinaloa al Istmo de Panamá. En Loredó, José Inés. *Historia de la comida en México*. p. 18.

⁶⁹ Loredó, José Inés. *Historia de la comida en México*. p. 26.

actual geografía política hasta el centro de Sudamérica, el maíz ha sido el alimento fundamental de los habitantes y con frecuencia ha devenido incluso moneda indígena”⁷⁰.

El maíz ha sido tan significativo en nuestro pueblo, que incluso posterior al descubrimiento de América y a la conquista realizada por los españoles, esta gramínea continuó siendo el alimento base de la dieta del pueblo mexicano. Para entender la importancia que hasta la fecha tiene el maíz en nuestro país, es conveniente remontarnos al mundo prehispánico y a culturas ancestrales como los aztecas y los mayas quienes además de emplear el maíz como alimento y fuente de nutrición, lo vinculaban con lo religioso y lo ofrecían a manera de ofrendas.

A pesar de que la dieta de los antiguos pobladores, estaba conformada por otros alimentos, únicamente crearon el dios del maíz cuyo nombre en náhuatl es "Centéotl". “Uno de los elementos fuertemente ligado a los pueblos amerindios ha sido el maíz, especialmente en México, donde diferentes pueblos nativos como los huicholes, los nahuas y los mayas, entre otros, están ligados con la visión mítica de la constitución del ser hombre-maíz”⁷¹.

Una de las principales cualidades del maíz es precisamente la versatilidad con la que cuenta para darse en diferentes zonas, ya sea áridas, húmedas o cálidas. Otra de sus ventajas es el rendimiento, quizá por ello también, además de su accesibilidad y su costo constituye parte fundamental en la dieta de los mexicanos, principalmente de los sectores más desfavorecidos de la población. La gran cantidad de usos que tiene el maíz, es sorprendente, puesto que existen productos derivados directamente de la gramínea o bien en su composición incluyen algo de ella.

El maíz fue domesticado en México hace 6 u 8 mil años. En la región mesoamericana llegaron a existir miles de variedades. El modelo de agricultura industrial de la Revolución Verde implicó la pérdida de una buena parte de esta diversidad: se calcula que de las variedades que se conocían en 1930 hoy queda un 20%. (...)De acuerdo con sus derivaciones, las razas de maíz de México pueden dividirse en cinco grupos principales: 1) Indígenas Antiguas, 2) Exóticas Precolombinas, 3) Mestizas Prehistóricas, 4) Modernas Incipientes y 5) Razas No bien Definidas, que es un grupo adicional. Cada uno de estos grupos comprende varias razas⁷².

Los usos que se le pueden dar al maíz son distintos, algunas industrias beneficiadas en cierta medida por sus propiedades, son la farmacéutica, la textil, la de los cosméticos

⁷⁰ Long, Janet. *Conquista y comida. Consecuencias del encuentro de dos mundos*. p. 398.

⁷¹ Sánchez Martínez Alicia Verónica. *Gastronomía y memoria de lo cotidiano. Un análisis discursivo en las descripciones de las recetas*. pp. 24-25.

⁷² Massieu, Trigo Yolanda. *El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo*. En <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/3612.pdf>

entre muchas otras, sin embargo en México es destinado principalmente para el consumo humano.

Además de cumplir la función de alimento y bien de consumo, el maíz es parte importante de nuestra cultura nacional, dado que es una esencia de nuestra historia y mitología. La relación entre el maíz y el pueblo mexicano, no se limita al aspecto alimenticio, sino involucra factores biológicos, costumbristas y al mismo tiempo culturales. Hoy en día el cultivo y comercio de esta gramínea traspasan las fronteras del continente americano, debido a que el consumo del mismo es mundial.

A pesar de las nuevas costumbres culinarias que trajeron los conquistadores, en las diferentes regiones de México se salvaguardó el saber cotidiano de las prácticas gastronómicas, incluso los nuevos habitantes fusionaron sus conocimientos culinarios con los nativos.

Cabe señalar que en cada una de las regiones de México se fueron introduciendo variaciones en su gastronomía, esto debido a que México es un país geográficamente rico en el cual existe una diversidad de climas, los cuales dan lugar a su vez al predominio de una vasta cantidad de flora y fauna. Tanto el clima, la tierra y el agua son factores importantes influyentes en la prevalecencia y consumo de ciertos alimentos. Por ejemplo hay estados en los que es más factible que se dé o se cultive cierto tipo de alimentos dadas sus características geográficas o incluso el consumo de un alimento, tal es el caso de la cerveza consumida en mayor medida en el norte del país debido a las altas temperaturas de esas zonas, incluso el consumo de cerveza se encuentra arraigado a las costumbres de la región.

La importancia que le da una determinada sociedad a la comida se ve reflejada en elementos como su idioma, sus canciones, refranes y frases populares así como en la religión que profesan, esto se puede observar por ejemplo en los alimentos consumidos durante la cuaresma o la navidad, los cuales tienen en cierta medida vinculación con el aspecto religioso.

Sin lugar a duda, uno de los valores más destacados de cualquier cultura es la comida, ya que ella es un elemento fundamental para su continuidad, la comida es un aspecto que da lugar a la identificación de diferentes grupos sociales como parte de una misma cultura, lo cual genera en ellos el sentimiento de identidad. Muchas veces ocurre que al viajar, se extrañan los sabores de la tierra en la que has crecido, incluso se busca encontrar lugares donde puedas adquirir productos propios de tu país o bien que guarden cierta relación.

Nuestro patrimonio alimentario es tan importante, no sólo por el hecho de que la alimentación es una necesidad básica del ser humano, una persona puede dejar de

hacer múltiples actividades, pero no puede dejar de comer por varios días, ya que de lo contrario moriría, sino también por el hecho de que nos habla de la historia de un pueblo, de sus habitantes y de su cultura.

2.2 Patrones actuales de consumo de alimentos

Las características propias de la alimentación actual devienen de la afluencia e interacción de fenómenos como las constantes innovaciones tecnológicas, la internacionalización de productos, modificaciones en el ámbito cultural, socioeconómico político y de los valores.

“Al conjunto de alimentos que habitualmente se consumen en un hogar se le denomina patrón de consumo alimentario y está determinado por el ingreso y la cultura, dado lo cual es diferente en cada época, región y estrato económico”⁷³.

La cocina contemporánea es un fenómeno complejo por lo cual resulta difícil definir el límite de una y otra, en realidad la cocina actual ha resultado del cruce de varias culturas, tal es el caso de la mexicana, la cual floreció a raíz del encuentro entre la española oriunda de Europa y la prehispánica propia de América. La riqueza y complejidad culinaria que existe hoy en día no sólo en México, sino en cualquier país ha sido producto de diferentes acontecimientos dados en la historia cultural, que incluso en muchos casos han resultado violentos. Parte de las huellas del mestizaje culinario son visibles en la gastronomía contemporánea.

La manera y la cantidad en que se produce y se consume está estrechamente relacionado con el actual modelo económico capitalista. Sin lugar a duda, la desigualdad económica entre las naciones y la que se da dentro de una misma nación entre los diferentes estratos que la componen, son factores importantes, los cuales permiten comprender de cierto modo las conductas de consumo de sociedades como la mexicana.

Los procesos de industrialización y urbanización que se han ido generando en el país, han repercutido en los hábitos de consumo de la población, esto se puede apreciar de manera particular en la forma de alimentación que antes tenían y que ahora predominan en las familias mexicanas de los diferentes estratos económicos. El desequilibrio económico entre los diferentes estratos de la pirámide social asegura a algunos la

⁷³ Duana Avila y Benítez Martínez. *Situación actual de los alimentos en México*. En <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/dabm.htm>

accesibilidad y calidad de la alimentación, mientras que para otros la escases y carencia de los alimentos.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, se incursiona en un estado de bienestar debido a que hubo sectores sociales que aumentaron su poder adquisitivo principalmente las clases medias, sin embargo para que prevaleciera dicho nivel de vida, el incremento de consumo era indispensable, por tal motivo muchos productos se convirtieron en imprescindibles sin necesariamente serlo, todo esto fue posible gracias en gran medida al papel de la publicidad, la cual estaba dirigida a una población más amplia que efectivamente contaba con la capacidad adquisitiva para consumir productos que debido a las técnicas publicitarias de la época, se podían apreciar como atractivos y no sólo eso sino también indispensables.

Otra razón importante para elevar el consumo es que posterior a la Segunda Guerra se incrementa el desarrollo tecnológico que dio lugar a la creciente producción industrial, ocasionando la incorporación de segmentos como las clases medias a dicho mercado de consumo, de este modo productos como los automóviles o electrodomésticos por ejemplo, que antes eran privativos de las clases altas, comienzan a ser parte en la vida de sectores más bajos.

El estilo de vida que se estableció en los años consecuentes a la guerra en los Estados Unidos, justamente denominado *American way of life* sirvió de modelo e influencia sobre todo en países industrializados. En el caso de México también fue notorio el influjo de las modas norteamericanas, originando y evidenciando el cambio en los hábitos de consumo y en los estilos de vida.

“En los años cuarenta, las revistas femeninas insistían en que la cocina debía de ser ‘limpia, ordenada’ y tener todos los aparatos indispensables ‘para facilitar y aligerar’ la preparación de la comida. La publicidad creó así un hogar ideal, lleno de artilugios modernos, que respondía a nuevas formas de consumo, valores y necesidades cotidianas dictados por el *American way of life*. Las cocinas de la creciente clase media comenzaron entonces a poblarse de baterías Pyrex de vidrio refractario para fuego directo y para hornos, hornos portátiles Lamex”⁷⁴.

En este punto también jugó un papel relevante la publicidad y los medios de comunicación, puesto que fueron los principales promotores de los aparatos e instrumentos empleados principalmente por las amas de casa, de este modo las cocinas mexicanas fueron sufriendo una transformación paulatina.

⁷⁴ Carreño, King Tania. *La Cocina Mexicana a través de los siglos. VII. El pan de cada día*. p. 9.

Los diversos avances tecnológicos, al igual que en otras áreas de la vida cotidiana, se vieron reflejados en la vida doméstica, la modernidad se hizo presente durante el siglo XX en México principalmente en las ciudades del país, la implementación del sistema de luz eléctrica, así como el empleo del gas y petróleo como combustible revolucionaron la vida cotidiana de muchos individuos. Uno de los ámbitos que se vio particularmente influido por dichas innovaciones fue la cocina, esto dio lugar a la modificación de los hábitos de consumo así como las costumbres alimentarias.

Inventos que funcionaban con electricidad o petróleo como el refrigerador y la estufa, se popularizaron y más allá de eso simplificaron el trabajo y el tiempo dedicado a la cocina y elaboración de alimentos. Cada vez más el uso de este tipo de instrumentos y aparatos se hizo necesario.

Uno de los medios más populares en México para cocinar, antes del uso industrial del petróleo, era el brasero, sin embargo con las estufas de petróleo la vida de las amas de casa se facilitó más, posteriormente vinieron las estufas de gas y después las estufas eléctricas, las cuales se empezaron a popularizar por empresas transnacionales. Cabe señalar que el paso del brasero a la estufa no fue tan radical debido a aspectos como el arraigo entre la población y al aspecto económico, ya que no todas las familias podían pagar el elevado costo que tenían en su momento dichas estufas.

La especialización de los aparatos electrodomésticos ha sido cada vez más impresionante. La revolución tecnológica transformó las cocinas mexicanas con la aparición de las licuadoras, cafeteras, lavadoras de trastes, tostadores, sandwicheras y un sinnúmero de instrumentos que día a día van haciendo más prácticas las actividades culinarias. Actualmente ya nos encontramos con una amplia gama de productos que requieren de poca o nula participación de los individuos para realizar alguna actividad.

A la par de la modernización de las cocinas mexicanas, la transformación de los lugares designados al consumo de alimentos se fue modificando con el crecimiento de las ciudades y de su población y a su vez con los nuevos hábitos de consumo.

La introducción y modernización de los aparatos electrodomésticos, el constante desarrollo y aparición de restaurantes y lugares para adquirir comida como los *fast food* ha dado lugar a la evolución del papel de la mujer en la sociedad, estos cambios se han manifestado en los hábitos alimenticios de las familias, a pesar de que estos cambios comenzaron en el siglo XX fue hasta mediados de dicho siglo que comenzaron a ser más palpables.

La mentalidad que ha prevalecido en nuestro país ha consagrado el papel de los quehaceres del hogar entre ellos la alimentación y el cuidado de los hijos a las mujeres, mientras que al hombre se le ha asignado el de sostén familiar involucrándolo más en la

vida pública y el trabajo fuera de casa, dicha mentalidad se fue modificando en cierta medida tanto por los cambios que la modernidad trajo, como por la introducción de la mujer al campo laboral, sin embargo cabe señalar que al menos en nuestro país esa mentalidad tradicional no ha logrado erradicarse del todo ya que aun prevalecen costumbres de ese estilo en múltiples familias sobretodo fuera de la ciudad.

“Las revistas dedicadas a la mujer difundieron el modelo ideal del ama de casa, desde la segunda mitad del siglo pasado. Estas publicaciones, leídas por las clases medias y altas de la sociedad, intentaban marcar las pautas del deber ser de las mujeres mexicanas mediante consejos, manuales de conducta, recetas, modos de mesa, y lecciones de moral y ‘buen gusto’”⁷⁵.

Hoy en día la falta de tiempo que muchas mujeres tienen para cocinar ha quedado relativamente resuelta con la compra de productos enlatados, refrigerados o empaquetados que ahorran tiempo al momento de ser preparados, de igual manera los lugares dedicados a la venta de alimentos preparados han facilitado la vida de aquellas mujeres que no tienen tiempo para estar en la cocina.

La falta de tiempo de las personas ha dado lugar al cambio de los ritmos familiares que anteriormente eran determinados por las horas de comida. En las zonas rurales generalmente aun es común disfrutar de los tiempos de las diferentes comidas y entre familia, es decir aun se le dedica tiempo a la comida y los integrantes de la familia dedican determinado tiempo de sus día a dicha actividad, mientras que en las ciudades es lo contrario, ya que es más difícil compartir en familia los alimentos incluso muchas veces es difícil dedicarle un tiempo a la ingesta de alimentos por eso en no pocas ocasiones se come mientras se trabaja o se está realizando otra actividad.

Hay personas que desayunan apresuradamente en casa o incluso van de camino a la escuela o trabajo ingiriendo algún alimento porque no les da tiempo de hacerlo en su hogar, comen lo primero que encuentran o para más fácil recurren al *fast food* más cercano donde pueden encontrar más variedad y finalmente llegan a casa a cenar. Debido a los actuales ritmos de vida de las personas, abundan los puestos de comida en la calle, las cocinas económicas, las tiendas de autoservicio, los restaurantes, los *fast food* y los servicios a domicilio que muchos de ellos ofrecen.

Este contexto se ha vuelto cada día más común en los diferentes estratos de la sociedad Mexicana, sin embargo se debe señalar que lo que marca la diferencia entre la actividad de comer entre un estrato y otro es en este caso el lugar en donde se lleva a cabo dicha actividad, es decir, mientras las clases con menos poder adquisitivo suelen comer en

⁷⁵ *Ibíd.* p. 20.

puestos generalmente de la calle o localizados en las vías públicas, las clases medias prefieren lugares como los *fast food* y la clases altas acostumbran frecuentar lugares más cómodos y donde se requiere de cierto nivel económico para estarlos frecuentando.

Otro fenómeno relevante además de la incursión de la mujer al campo laboral, que a su vez ha favorecido el consumo de alimentos fuera del hogar, son los horarios de trabajo que se han venido imponiendo en las últimas décadas. Hoy en día en muchos hogares de México en especial de ciudades como el D.F, la hora de la comida ha dejado de ser un acto ritual significativo el cual implicaba la reunión y convivencia familiar, para pasar a ser una simple actividad más de la rutina diaria.

“Dentro de esta distribución moderna del tiempo se insertó la práctica del *fast food*: el auge de estos alimentos, en las últimas cuatro décadas del siglo, prueba claramente que las prisas de nuestro tiempo se han impuesto a pasos agigantados”⁷⁶.

La notoria influencia Estadounidense que se ha hecho palpable en nuestra sociedad, no exenta al aspecto gastronómico sino por el contrario. El famoso dicho “tiempo es dinero” implantado por el estilo de vida Americano trascendió las fronteras asimilándose de manera impresionante principalmente en aquellas zonas urbanas cuyos habitantes pretenden adoptar modelos estéticos y de conductas similares a los Estadounidenses, con el fin de ser parte de las tendencias y aspiraciones cosmopolitas implantadas por una nación que se perfiló como eje mundial tras la Segunda Guerra Mundial. Paulatinamente, sobre todo a partir de la década de los cincuenta con el auge de las empresas transnacionales los alimentos enlatados, congelados y embotellados marcaron nuevos hábitos alimenticios.

El hecho de comer en lugares como los *fast food* ha venido en cierta parte a romper con las normas de mesa que anteriormente eran muy comunes en la mayoría de los hogares, como por ejemplo la posición que tomaba en el lugar de la mesa cada uno de los integrantes de la familia, es decir el padre o los hermanos siempre a la cabeza, mientras que a las mujeres les correspondía un rol en el cual eran las encargadas de poner la mesa, servir los alimentos y finalmente dejarla en orden una vez terminada la comida.

Así mismo algunas normas que hoy en día se podrían ver un tanto exageradas o rigurosas han dejado de realizarse debido a los actuales estilos de vida familiares, tal es el caso del empleo de utensilios como cuchillos y tenedores, el no hablar con la boca llena, no comer con tanta rapidez o también no empezar a comer hasta que algún miembro de la familia generalmente el padre, se sentara a la mesa o no levantarse de la

⁷⁶ *Ibíd.* p 27.

misma, sin haber terminado todos nuestros alimentos. Actualmente dichos hábitos se han vuelto un tanto obsoletos principalmente en las ciudades donde lo que se trata es de ahorrar tiempo, incluso se llega a practicar todo lo contrario a dichos actos, ya que por ejemplo en muchos casos ya los alimentos están diseñados para ser comidos con las manos, la gente procura comer rápidamente y en no pocas ocasiones mientras se come se realiza otra actividad como el estar hablando, y si no se terminan los alimentos pues no hay tanto problema porque lo que interesa es llegar a tiempo al trabajo por ejemplo, además en estos tiempos las personas ya ni siquiera comen en familia, lo suelen hacer con amigos, compañeros del trabajo o incluso con personas que no conocen.

En el transcurso de estas últimas décadas han ido desapareciendo, transformándose o surgiendo cierto tipo de lugares para comer o degustar ciertos alimentos, algunos puestos que sufrieron el desarrollo tecnológico y la modernización fueron por ejemplo los puestos callejeros de aguas frescas, los cuales fueron desplazados principalmente debido a la incorporación del refresco embotellado, otros que se han ido transformando son los de los helados y otros más que se han venido implantando con fuerza son los *fast food*.

Hasta hoy en día existen en la Ciudad de México, múltiples lugares en vías públicas donde se instalan puestos de quesadillas, tlacoyos, tacos, pescados, gelatinas, tamales, elotes, jugos, etc., sin embargo este tipo de comercios han sido fuertemente criticados por temas como la insalubridad, muchos de esos establecimientos no cuentan con las medidas higiénicas necesarias. Esta también es una de las principales razones por las que muchas personas prefieren comer en lugares de comida rápida donde los espacios son cerrados, hay mesas y sillas para poder degustar los alimentos, los lugares son más limpios y hay sanitarios.

A mediados del siglo XX, “el comercio ambulante recorría todos los rumbos de la ciudad y se había apropiado de las principales banquetas y calles del centro, sobre todo el Zócalo y la calle de San Juan de Letrán, que se encontraban llenos de puestos de tortas, tacos, quesadillas y todo tipo de antojos, entre los vendedores de artículos de ferretería, bonetería, etc. Fue entonces, a finales de los años cincuenta, que se llevaron a cabo las primeras medidas radicales para erradicar y controlar el comercio ambulante”⁷⁷.

A pesar de las diversas medidas que se han tomado el comercio ambulante aún sigue existiendo y sigue siendo un recurso de alimentación para muchos individuos, especialmente de las clases populares, quienes más allá de ver el factor nutricional de los mismos, se fija en la accesibilidad para adquirirlos y el aspecto económico, ya que generalmente este tipo de alimentos se caracterizan por ser más baratos a comparación de otros comercializados en franquicias, *fast food* o restaurantes, donde no sólo se paga

⁷⁷ *Ibíd.* p. 43.

lo que se consume sino los servicios adicionales que se ofrecen y que aparentemente son gratuitos, por ejemplo el prestigio, la marca, los sanitarios, así como el inmobiliario.

“De la enorme variedad de alimentos que se pueden consumir en la calle, tres han sido, sin embargo, los de mayor consumo popular a lo largo del siglo XX: los tamales, las tortas y los tacos, la famosa vitamina T que se ingiere generalmente de pie y no requiere de ningún tipo de cubierto o plato para comerla. A pesar de que el consumo popular de estos alimentos se remonta a muchos siglos atrás, fue hasta el siglo XX que proliferaron en las ciudades los puestos ambulantes fijos y semifijos, especializados en la elaboración y venta”⁷⁸.

Durante el estudio de campo que se ha efectuado en los centros comerciales, cuando se ha cuestionado a personas que generalmente asisten al *fast food*, sobre su opinión acerca de la comida mexicana en particular del taco, la torta y el tamal, la mayoría considera que este tipo de alimentos son sabrosos pero poco nutritivos, piensan que son buenos como antojo y fáciles de encontrar, pero a su vez tienen la percepción de que son grasos y generan obesidad.

Los tamales son una especie de comercio ambulante, aun podemos encontrarnos con los famosos carritos empujados principalmente por bicicletas, los cuales transportan botes llenos de tamales y atole, o bien de igual manera podemos ver a la señora o señor con sus botes en la esquina de alguna calle o avenida, saliendo del metro, cerca de alguna parada, escuela o edificio, etc. En el caso de las tortas y tacos generalmente son puestos semifijos o fijos que se encuentran sobre las calles, sin embargo también están los famosos tacos de canasta el cual es un tipo de puesto rodante ya que habitualmente se aprecia a jóvenes o señores sobre las calles con su bicicleta y sobre estas sus canastas amarradas y botes de salsa, otra forma más reciente de comercializar tacos y tortas es en las cajuelas de los carros, los cuales se estacionan cerca de construcciones o edificios donde predominan trabajadores. Por tal motivo los tamales y atole son para muchos individuos de clases populares (en especial trabajadores) el desayuno de la mañana, mientras que los tacos y tortas constituyen la comida de muchos de ellos.

Cabe señalar que en el caso de los tamales y tacos son conocidos tanto en zonas rurales como urbanas, pero en el caso de las tortas es un alimento básicamente urbano cuya popularidad en otros estados de la República Mexicana es menor al del taco y el tamal, de hecho su origen deviene de las famosas cemitas de Puebla, lo práctico de las tortas es que en un trozo de pan puedes introducir casi cualquier tipo de guisado como en el caso del taco solo que en este caso el pan resiste más que la tortilla.

⁷⁸ *Ibíd.* p. 44.

Versiones similares a lo que es la torta mexicana que hay en otros países y que muchas familias mexicanas (esencialmente clase medieras) consumen son por ejemplo las hamburguesas, baguettes, los hot dogs y los sándwiches, todos ellos forman parte de la famosa comida rápida.

Como se mencionó en el apartado de *patrones tradicionales de consumo de alimentos* la variedad de tacos que existen a lo largo y ancho de la República es impresionante, cada estado o conjunto de estados tiene tacos elaborados de manera particular y con determinados ingredientes característicos de la zona, sin embargo con la constante migración de personas provenientes de otros estados a la Ciudad de México, el panorama gastronómico de la Ciudad se ha visto enriquecido, de tal manera que en la capital podemos degustar tacos originales de otras regiones gracias a la propagación de puestos de tacos que ofrecen una amplia variedad. Algunas franquicias dirigidas a las clases medias como Taco Inn, actualmente le están apostando a la venta de tacos elaborados con carne asada o al estilo de los tacos al pastor.

Los medios de comunicación y la publicidad han venido jugando un papel que también se ve reflejado en el aspecto gastronómico. La globalización ha sido posible, entre muchos otros factores, gracias a la participación de los medios de comunicación como la televisión, la radio y el periódico, sin embargo aquí hay que destacar con mayor énfasis el papel de los medios electrónicos, los cuales devienen de la implementación y desarrollo de constantes avances tecnológicos dando lugar a herramientas como el internet, a través de esta herramienta y los medios electrónicos se han roto las barreras de las fronteras y la distancia, así la información que se genera trasciende más allá de una región o de un país llegando a ser mundial, por consiguiente el rol que fungen los medios es relevante para entender los procesos globalizadores y las influencias interculturales.

Hoy en día muchas empresas, restaurantes y franquicias de comida emplean dichos medios con el propósito de dar a conocer o promover el consumo de determinados alimentos, es así como la elección de los mismos en las sociedades actuales están influidas de cierto modo por los medios publicitarios, propagandísticos y de comunicación característicos de las sociedades capitalistas. Dichos medios actúan como conductores, incluso en muchos casos llegan a ser determinantes entre los productos o marcas que se eligen.

Los anunciantes promueven nuevos alimentos, para ello se valen de diferentes técnicas como es el caso de los cupones, la reducción de precios o los productos de regalo, esto con el claro propósito de persuadir a la compra. Actualmente, la publicidad es un reflejo de diferentes aspectos de la cultura nacional industrial tanto interior como exteriormente es así como logra de cierto modo reforzar y propagar las actuales prácticas culturales.

El aspecto de estatus social es esencial para las clases medias por ello tienden a consumir alimentos relativamente caros, pero que consideran con cierto prestigio. Efectivamente el aspecto económico es un factor fundamental en la selección de determinados alimentos y en la dieta nutricional de los individuos, incluso al imponer ciertos límites, se crea también un estatus nutricional por ejemplo no todas las personas pueden comer determinada comida o en determinados lugares, debido a la capacidad adquisitiva que tienen.

Las tendencias que se han venido dando en los patrones de consumo son inevitables debido al sistema globalizador en el que nos desenvolvemos diariamente. Los alimentos como tal son un bien necesario para la sobrevivencia de cualquier ser humano. El ingreso de las familias crea el verdadero obstáculo de accesibilidad a los alimentos. La brecha entre los niveles de consumo alimentario y nutricionales se hizo más profunda durante la últimas décadas ya que a pesar de los avances tecnológicos que generan la sobreproducción de alimentos existen familias cuyo ingreso no es suficiente.

La relativa estabilidad de ingreso que poseen las clases medias mexicanas permite la accesibilidad a una mayor diversidad de alimentos y a mejores niveles nutricionales a comparación de las clases más desfavorecidas. Por consiguiente el perfil alimentario se encuentran estrechamente vinculado con el ingreso económico de los individuos, lo cual no implica que la alimentación se la más adecuada, es decir el tener un mayor ingreso no quiere decir que necesariamente la alimentación sea la más adecuada ni que la dieta sea de calidad. Muchas veces incluso en los estratos sociales más altos se presentan enfermedades derivadas de una aunque costosa desbalanceada alimentación.

2.2.1 Gastronomía cosmopolita

La cocina es una de las mayores riquezas universales en la que los sabores, colores y olores se combinan para dar lugar a un sinfín de platillos. Los diversos acontecimientos que se han dado a lo largo de la historia de los países han permitido que algunos alimentos propios de culturas específicas, trasciendan las fronteras locales y se vuelvan cosmopolitas, es decir un alimento que se vuelve común en varios países cuya cultura y costumbres pueden variar en gran medida. El concepto gastronómico cosmopolita consiste en la fusión de varias cocinas del mundo, ello ha favorecido al enriquecimiento cultural de la cocina internacional.

La cocina mexicana no es la excepción cuando hablamos de influencia internacional. El influjo de cocinas como la estadounidense, española, italiana, francesa, china, árabe,

entre muchas otras se hace notar no sólo en restaurantes de alta cocina, sino también en lugares como los *fast food* en parte gracias al predominio de diferentes franquicias. Cada día la cocina internacional está más presente en los hábitos alimenticios de los mexicanos, incluso muchas personas optan no sólo por consumir alimentos internacionales en restaurantes, sino prepararlos en su casa. Nombres de alimentos cosmopolitas ya no resultan tan extraños en el contexto actual.

Los alimentos cosmopolitas no sólo se han popularizado en diferentes países debido a los inmigrantes, sino también a causa de su preparación y sabor que se han logrado imponer sobre otros.

La cocina mexicana está influida en gran medida por la cocina europea, en primer lugar por la española que a su vez se encuentra vincula con la árabe. En el México de finales del 1800, tendiendo siempre hacia el afrancesamiento. Hay que recordar que para este entonces Francia se consolidaba como uno de los principales países colonialistas del mundo y su gastronomía poco a poco había crecido bajo la sombra de los Luises (Principalmente Luis XIV) y la asimilación de elementos de los reinos Italianos y Germanos (...).En 1946, Giovanni Rivara, de Génova, Italia, desembarcó en Veracruz trayendo consigo máquinas italianas para elaborar pastas en América lo que hizo crecer nuevamente la lista de ingredientes asimilados⁷⁹.

Definitivamente la gastronomía está vinculada a la historia y cultura de cada país, por ello cada Nación posee su estilo particular. A continuación se mencionaran algunas de las características de alimentos de ciertas cocinas de diferentes culturas que se han vuelto internacionales, de tal modo que ya no resultan tan ajenas para muchos mexicanos que se han familiarizado con el sabor, los nombres, las formas de comerlos e incluso la forma de prepararlos.

Cocina China

La Cocina China es una de las más completas y complejas, dado que se caracteriza por una amplia variedad de platillos exóticos, esto debido en gran parte a su situación geográfica, a la variedad de climas, flora y fauna que la caracterizan. Muchas de las hortalizas, clases de hongos, aves, peces, mariscos y mamíferos que se comen en China no suelen consumirse e incluso son desconocidos en Occidente.

⁷⁹ Meneses, Juan. *La Gastronomía Europea en México*. 28 de abril de 2007. En <http://cuentosjuanmeneses.blogspot.mx/2007/04/la-gastronomia-europea-en-mexico.html#!/2007/04/la-gastronomia-europea-en-mexico.htm>

El arroz es la base de la alimentación oriental, principalmente en China y Japón, generalmente es utilizado como la tortilla y el pan para acompañar otros alimentos. Los platillos chinos pueden ser dulces, ácidos y amargos. De hecho parte de lo exótico y extraño de sus platillos radica en la mezcla de distintas carnes pescados y mariscos, así como setas, pastas y hortalizas, lo cual constituye realmente un arte.

“Nombres de algunos exóticos platillos chinos internacionales son *Chow mein, chop suey, hoisin kew, taghy hoisin*, que sirven en los grandes restaurantes chinos de Hong Kong y en los barrios chinos (chinatown) de Nueva York, San Francisco, Londres, París, Roma y en la Ciudad de México. (...) Las cocinas más destacadas son la pequinesa, la cantonesa, la Sethuán y la de Shangai. (...)”⁸⁰

Gran parte de los restaurantes chinos que se han establecido en la Ciudad de México han tenido gran aceptación. Algunos de los más representativos y frecuentados son los que se encuentran en el barrio chino localizado en la calle de Dolores de la colonia Centro. Los inmigrantes que se han establecido en este barrio han atraído a múltiples comensales que disfrutaban los sabores exóticos de la comida china.

En la ciudad de México también se ha adoptado la costumbre de emplear en lugar de tenedores y/o cuchillos, los famosos “fachis” que son los palitos utilizados para sujetar los alimentos. Sin embargo, no a todas las personas se les facilita utilizar estos materiales propios de la cultura china y prefieren los utensilios ordinarios como la cuchara, el tenedor y el cuchillo. Una de las bebidas más tradicionales de la cultura china y que también es ampliamente conocido en México y en otros países, es el té verde. Cabe señalar que en China existe una amplia variedad de té, los cuales además de facilitar la digestión y ser estimulantes, se les ha dado otros usos como por ejemplo de tonificante, bebida medicinal, entre otros.

Cocina Japonesa

Al igual que la comida china, la japonesa también está ampliamente difundida alrededor del mundo y México no es la excepción. Por ejemplo podemos encontrar restaurantes de comida japonesa en las principales ciudades del mundo como Londres, París, Buenos Aires entre otras. De hecho los platillos de Japón están fuertemente influidos por la gastronomía china

Algunos de los rasgos típicos de los platillos japoneses tienen que ver en gran medida con la estacionalidad de los alimentos y la presentación de los mismos. Una de las

⁸⁰ Gamboa, Benjamín. *Cultura Gastronómica*. p. 275.

características de los alimentos japoneses es precisamente su frescura tanto de los productos de mar como los de montaña, recordemos que Japón es una isla pequeña en la que predominan las montañas y la humedad.

Al igual que muchos otros países asiáticos, el arroz es parte fundamental de la cocina tradicional japonesa. Los nipones suelen consumir pequeñas porciones de comida, pero procuran que haya alimentos de todos tipos por ejemplo: verduras de hoja, algas, hongos, frutos, semillas, carne y por supuesto pescado y arroz. Los alimentos se cocinan muy poco por lo cual tienden a conservar sus propiedades nutritivas. Cabe señalar que en esta cultura se suelen aplicar las diversas técnicas culinarias, es decir comidas fritas, al vapor, a la parrilla por ejemplo.

Los alimentos no se clasifican por el lugar que ocupan en una comida, sino por el método de cocción. Por ejemplo, el *yakimono* son los oficiados a la parrilla, el *gohan* es un plato de arroz, y el *mushimono*, alimentos hervidos, el *nabemono* son los oficiados en hornillos en la mesa, (como el *sukiyaki*), el *agemono* son los alimentos rebozados en pasta y fritos, como el tempura, el *sashimi* es pescado crudo en lonchas, no lleva cocción alguna⁸¹.

La comida japonesa también cuenta con una amplia gama de platillos. Algunos de ellos se encuentran vinculados a las festividades tradicionales del país. “La salsa de soya o soja, juega un papel importante en la cocina japonesa. Esta salsa negra se elabora con soya y más de 20 ingredientes, incluyendo el ajonjolí”⁸².

El *tofu*, una especie de queso elaborado fundamentalmente a partir de la leche de soja, es un alimento muy utilizado en la cocina japonesa, sin embargo en general también se emplea mucho en la cocina asiática, es empleado frecuentemente en guisos y sopas. Esta especie de queso también es consumida en México principalmente por los vegetarianos, ya que es un producto cuya derivación no proviene de animales.

Japón igualmente ha incorporado y adaptado platillos y alimentos de otras cocinas internacionales sobre todo de países Asiáticos como China y Europeos como España, Francia e Italia. Así mismo se han establecido cadenas y franquicias como la estadounidense y mundialmente conocida McDonald’s.

⁸¹ La Comida Japonesa. En <http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/Cocina/japonesa.htm>

⁸² Gamboa, Benjamín. *op. cit.*, p. 280.

Cocina Española

La cocina española se encuentra vinculada en gran medida con la cocina árabe, puesto que la conquista de los árabes trajo consigo la introducción de nuevas especias y alimentos como la caña de azúcar, el arroz, los ajos, las naranjas entre muchos otros. Con el descubrimiento de América enriqueció aún más su gastronomía al introducir alimentos como el maíz un cultivo con una gran historia y propio del continente americano, así mismo la papa, el jitomate, el cacao, el chile entre mucho más. Hoy en día los principales elementos que componen la dieta española son el aceite de oliva, el ajo, el arroz, el ají de color y el pan el cual sirve para generalmente para acompañar a los alimentos.

Una de las ventajas geográficas con las que cuenta España es estar situada entre el Cantábrico y el Mediterráneo lo cual propiamente enriquece su variedad de pescados y mariscos y a su vez de su cocina. España también cuenta y se distingue por la variedad de quesos que posee. Los dulces característicos son por ejemplo los turrone y los mazapanes. En cuanto a bebidas se puede decir que el vino es considerado como la bebida nacional y posee una amplia gama del mismo.

Los bocadillos son un tipo de comida informal que muy frecuentemente se consumen en España, estos bocadillos son elaborados con pan y el contenido puede ser diverso, pueden contener queso, chorizo, atún, por ejemplo

Actualmente, España cuenta con una de las cocinas cuyos platillos han traspasado las fronteras: bacalao a la vizcaína, paella valenciana, caldo gallego, callos a la madrileña, fabada asturiana, los famosos potajes y el gazpacho andaluz, forman parte ya de la cocina internacional⁸³.

Cocina Italiana

Algo que distingue a la cocina italiana son sus pastas, reconocidas a nivel mundial. Los platillos italianos suelen ir acompañados de una amplia variedad de quesos y vinos. Alimentos como la lasaña y los macarrones suelen ir acompañados con mantequilla, queso parmesano y diversas salsas también características del país como lo son la carbonara y la napolitana. Cabe señalar que el sazón italiano, está fuertemente influido por la gastronomía del Mediterráneo, se caracteriza por la incorporación de alimentos como las verduras y las hortalizas.

⁸³ Gamboa, Benjamín. *Cultura Gastronómica*. p. 277.

“Entre los platillos preparados con pastas se distinguen los *amorines*, *fedelines*, *tortillini*, *fettucine*, *lasagna*, *tagliatele*; entre los *espaquetis*, el llamado a la “carbonera” (conocido internacionalmente), se elabora con aceite de oliva, jamón, tocino, huevos batidos, pimienta y vino blanco; los canelones y raviolos de diferentes salsas y espolvoreados con queso”⁸⁴.

Uno de los alimentos propio de la cultura italiana que ha traspasado las fronteras es la pizza, la cual es uno de los productos más característicos de la comida rápida. En México algunas de las empresas multinacionales especializadas en pizzas que han establecido su sistema de franquicias son por ejemplo: Pizza Hut, Domino’s Pizza y Papa John’s Pizza, aunque cabe señalar que dichas cadenas son Estadounidenses. Recordemos que el *fast food* se sustenta en gran medida en los hábitos de consumo de alimentos de la sociedad norteamericana.

Otro caso es el de la cadena Italianni’s que se ha consolidado en México como una de las más famosas. De acuerdo con el portal de internet CNN Expansión, a finales del 2011 Italianni’s era líder en el segmento de comida casual italiana en México con más de 15 años de experiencia en el mercado y con 52 unidades en operación, incluyendo 10 contratos de franquicia otorgados a favor de terceros. De hecho Italianni’s fue adquirido por Alsea, una compañía cuyo principal giro es precisamente la operatividad de cadenas de comida rápida y casual en América Latina, algunas marcas que maneja son: Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Chili's Grill & Bar⁸⁵.

Hoy en día vemos que alimentos propios de la cultura italiana, se han tropicalizado de una manera impresionante, tal es el caso del la pizza, por ejemplo en nuestro país podemos encontrarnos con la famosa pizza ranchera la cual incorpora elementos muy regionales como el chile, sin embargo este tipo de acciones son estrategias comerciales que se llevan a cabo en la mayoría de los países, con un claro propósito de entrar en el mercado.

Cocina Francesa

La cocina francesa de igual manera es todo un arte, debido a sus características y refinamiento. Es considerada como una de las más importantes a nivel mundial y de hecho es fuente de inspiración de numerosas cocinas occidentales. Algunos de los alimentos más típicos de la cocina francesa y conocidos a nivel internacional son las *baguettes* las cuales son panes alargados elaborados con harina de trigo; otro producto

⁸⁴ *Ibíd.* p. 279.

⁸⁵ Ugarte, Jesús. *Alsea e Italianni's, un acuerdo ganador*. CNNEXPANSIÓN. 12 de diciembre de 2011. En <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2011/12/09/alsea-come-italiannis-buena-decision>

es el *paté* una pasta que se obtiene de la mezcla generalmente de hígado y grasa, aunque también se suelen emplear verduras, condimentos y vino; otros elementos sin duda destacables a nivel internacional son los quesos y vinos franceses.

Algunos de los quesos más famosos son el brie, roquefort, camembert y los de cabra, sin embargo hay una gran variedad de ellos. La bebida por excelencia en Francia, son los vinos, entre las principales regiones productoras esta borgoña, burdeos y champagne, precisamente de ahí deviene el termino del famoso vino espumoso que en castellano se denomina champán o champaña. Los vinos francés son de los mejores en el mundo.

Al igual que en México, cada región de Francia posee su particular riqueza gastronómica. En cada una se suelen distinguir determinados alimentos. Sin embargo, “los principales ingredientes que se utilizan para condimentar las comidas francesas, son: mantequilla, aceite de oliva, manteca de cerdo, ajos, estragón y otras hierbas aromáticas, cebollas, trufas, verduras frescas y el toque divino: el vino”⁸⁶.

Sin lugar a duda, la gastronomía de Francia cuanta con una sin fin de exquisitos platillos para cualquier tipo de paladar, los dulces y postres no son la excepción, por el contrario esta es una de las áreas más privilegiadas de su cocina.

Cocina Árabe

La gastronomía árabe es una mezcla de diferentes culturas, es el resultado de la comida tradicional de los Estados Árabes del Golfo, los cuales en su mayoría comparten un mismo idioma que es el árabe. Se puede decir que retoma parte de la gastronomía mediterránea e India, principalmente en lo que a especias se refiere, sin embargo si hay ciertos rasgos distintivos de la misma como lo son los platillos elaborados principalmente con carne de cordero, la menta, el té, el tomillo, así mismo suele prevalecer la verdura más allá de la carne.

La variedad de platillos y la antigüedad de la cocina árabe son elementos que han ido conservando y propagado los árabes. El aceite de oliva por ejemplo es uno de los elementos esenciales de la cocina árabe, de hecho se piensa que posteriormente fue llevado y expandido por Europa. A pesar de que tiene gran semejanza a la cocina mediterránea, en la cocina árabe se emplea mucho el picante y las especias. El trigo y el arroz son base en la alimentación árabe, otros alimentos característicos de la cultura son los yogures, los quesos de cabra, las frutas secas como es el caso de las almendras y las nueces, así mismo el perejil, la cebolla y los ajos.

⁸⁶ Gamboa, Benjamín. *op. cit.*, p. 276.

En México algunas de los platillos árabes más recurrentes son los alambres, los cuales están compuestos de trozos de carne y/o chorizo junto con pedazos de cebolla y tocino, ingredientes que posteriormente es su conjunto son asados. Otro alimento que se ha propagado en nuestro país, principalmente por las cadenas de comida rápida, es el *kebab* que es un bocadillo elaborado a base de carne adobada de origen árabe que se corta en tiras y es acompañada de verduras y salsas.

Cocina Argentina

La gastronomía Argentina, se ha visto de cierta manera influida por la gastronomía Italiana, Española e incluso Africana, por ende es una mezcla entre los platillos introducidos por los inmigrantes principalmente europeos y a su vez los alimentos de la propia cultura indígena.

Argentina es uno de los principales países productores de carne vacuna, lo cual va de la mano con el alto consumo de la misma, de hecho cabe señalar que el asado es una de las técnicas y platillos típicos y distintivos del país mediante el cual los alimentos como los cortes de carne vacuna son expuestos al fuego con el propósito de cocinarlos. A nivel nacional como internacional, Argentina es conocida por sus cortes de carne los cuales adquieren sus nombres dependiendo de la parte del cuerpo del animal de donde son tomados.

“La ‘parrillada argentina’, es muy popular en otros países; se compone de tiras, chorizos, trozos de lomo, etc. El ‘churrasco’, conocido internacionalmente, consiste en un corte de carne de la parte del lomo de la res, que se cocina con todo y grasa; se sirve en fogones alimentados con carbón vegetal y en tablitas como platos, acompañado con ensaladas frescas verdes y una exquisita salsa especial llamada ‘chimichurri’, que se prepara con hierbas olorosas, ajo, vinagre y aceite, macerados por cierto tiempo”⁸⁷.

Cuando se habla de la gastronomía Argentina, generalmente lo primero que viene a la mente son los cortes de carne y por ende los típicos platillos derivados de la misma. En nuestro país ya existe una gran variedad de restaurantes de comida Argentina donde es posible degustar los tradicionales cortes que se han vuelto internacionales.

Respecto a las tradiciones gastronómicas expuestas anteriormente podemos apreciar como la cocina de cada país está determinada en gran medida por su cultura y por su situación geográfica. De hecho la zona geográfica con la que cuenta la Ciudad de México, le concede privilegios y ventajas como por ejemplo de que a ella llegan los productos de cualquier tipo de industria del país entre ellas la de alimentos, por ende en

⁸⁷ Gamboa, Benjamín. *op. cit.*, p. 283.

cierta medida recibe los frutos y bondades alimentarias obtenidas en otras regiones, otra ventaja que da lugar a lo anterior es el estar conectada a cualquier otro Estado ya sea por vía terrestre o aérea, otro aspecto es el ser una de las ciudades con mayor población a nivel mundial, lo cual la coloca en un gran mercado para infinidad de industrias, en especial la de alimentos. Lo mismo aplica en el caso de los alimentos importados de otros países, al ser la capital del país muchos productos de importación culminan su trayecto en este punto. Aunado a lo ya mencionado, el Distrito Federal es un espacio atractivo en el que convergen oriundos, nacionales y extranjeros lo cual ha dado lugar a la diversidad de platillos y establecimientos no sólo de comida típica mexicana sino al mismo tiempo de platillos internacionales, los cuales pueden complacer cualquier gusto.

Ante el luminoso horizonte del siglo XXI, caracterizado por fenómenos como la globalización, México se inserta, así, de un modo más activo en el concierto internacional, reafirmando sus valores que han formado un perfil social y cultural, recio, único. La extensa variedad de platillos nacionales, la recia personalidad de sabores acentuados, el brillante colorido de sus ingredientes, la mágica textura de sus mezclas, han colocado a la gastronomía mexicana en los lugares cumbres de la cocina universal⁸⁸.

Durante mucho tiempo la influencia de otros países en la gastronomía se vio obstaculizada por los conflictos entre las naciones. Hoy en día la cocina mexicana se ha visto enriquecida por la gastronomía de otras naciones, lo que antes parecía un tanto irreal en el sentido de que un día estuvieras comiendo algún alimento característico de otra cultura, actualmente se ha vuelto normal, ya no es necesario tener que viajar a otro país para poder degustar de algunos de sus platillos típicos puesto que en México existe una gran variedad de lugares donde es posible deleitarse con famosas comidas internacionales. Incluso en estos últimos años se han puesto en auge escuelas de gastronomía que no sólo se enfocan en lo nacional, sino por el contrario, abarcan la gastronomía internacional.

La diversidad cultural no es un fenómeno simple, por el contrario es un proceso complejo que se da a partir de lo local, es decir cuando el individuo comienza a establecer relaciones con individuos de su propia sociedad, una vez que supera este nivel comienzan los vínculos con individuos de otros grupos sociales, por ejemplo de otros estados o bien puede denominarse nivel nacional, una vez que sale de dicho nivel entra una categorización más amplia donde la diversidad proviene de países, lo cual corresponde al nivel mundial. Este proceso se aprecia en la comida, como se ha ido expuesto a lo largo del capítulo dos del presente trabajo, un platillo local puede

⁸⁸ Loredo, José Inés. *Historia de la comida en México*. p. 33.

adaptarse en diferentes estados, llegando a ser un emblema nacional e incluso traspasar las fronteras nacionales y convertirse en un alimento cosmopolita.

Así mismo, la diversidad cultural brinda un marco donde se acentúan las diferencias existentes entre cada uno de los grupos culturales. No basta decir que la gastronomía mexicana se ha distinguido a nivel internacional y a su vez ha ido incorporando con el paso del tiempo y dadas las circunstancias y acontecimientos históricos distintas propuestas gastronómicas locales nacionales y mundiales.

La diversidad cultural es sin duda una realidad que se da a escala mundial, dentro de esta diversidad las culturas ya no sólo interactúan al interior de ellas, sino a su vez con otras. Las diferencias que los grupos culturales pueden captar entre sí tienen que ver por ejemplo con las formas de ser, actuar y pensar.

Por otro lado, las particularidades que distinguen a cada cultura y que definen sus hábitos alimenticios y tradiciones culinarias muchas veces se debilitan e incluso llega a romperse por completo la esencia de un determinado platillo debido a los mecanismos por ejemplo de uniformidad bajo los cuales se rigen los sistemas de franquicias.

3. La Globalización en los productos alimentarios

La globalización no es un fenómeno que haya surgido de manera reciente, sin embargo hoy en día es más evidente y se presenta con mayor fuerza, prueba de ello es la comida y todo lo que ella conlleva. Acontecimientos como el fin de la Guerra Fría marcan el inicio de la globalización, debido a que durante este enfrentamiento que se da posterior a la Segunda Guerra Mundial entre los bloques capitalista y comunista, el primero encabezado por Estados Unidos y el segundo por la Unión Soviética, ambas superpotencias buscaban instaurar su forma de gobierno a nivel mundial, pero con la caída del muro de Berlín y la disolución de la Unión Soviética el bloque comunista se derrumba y con ello los ideales de economías protegidas.

“El término globalización ha sido usado para referirse a la difusión ó la expansión de algo en el mundo entero”⁸⁹

Durante las últimas décadas se han dado múltiples cambios respecto al incremento de la oferta y la demanda de los alimentos industrializados, hecho que se encuentra íntimamente vinculado con el surgimiento de empresas comercializadoras de alimentos, las cuales se involucraron y al mismo tiempo fomentaron la internacionalización convirtiéndose de este modo en las grandes compañías transnacionales que hoy en día son y que impactan de manera trascendental en la vida de muchos individuos.

A partir de ese entonces ocurren transformaciones en el estilo de vida de los consumidores, esto por supuesto en relación directa con el lugar y el tiempo en el que habitan y se desenvuelven. Las principales ciudades de los países se convirtieron en el escenario propicio para las transformaciones comerciales, la cuna de los avances tecnológicos así como la mercantilización de los productos, debido a los numerosos núcleos de población y a que la vida es más dinámica. Este hecho puede representar para nosotros algo ya muy normal, porque hemos nacido y crecido en dicho contexto, sin embargo solo con analizar las últimas décadas podemos percatarnos de cambios sustanciales en los patrones de consumo alimenticios.

Durante las décadas de 1940 a 1990 la población de México se cuadruplicó, pasando de cerca de 20 a más de 80 millones de habitantes. Este elevado crecimiento impactó de igual manera en el proceso de urbanización, que se sustentó en el modelo de industrialización adoptado, originando desequilibrios sectoriales y regionales que

⁸⁹ Arroyo, Belmonte Rocío. *Los cambios y desafíos del mundo en el siglo XXI: contradicciones entre la diversidad cultural y el capitalismo global*. p. 17.

favorecieron un esquema en el cual la distribución espacial de la población se orientó primordialmente a los grandes centros manufactureros y de servicios⁹⁰.

Bajo dicho contexto en el país se consolidaron metrópolis de la escala de la ciudad de México hoy en día el núcleo urbano más grande del país y una de las aglomeraciones urbanas más grandes a nivel mundial, otras urbes fueron Guadalajara y Monterrey, algunas más en menor escala a comparación de las anteriores fueron Puebla, Veracruz y Chihuahua por ejemplo.

En los años ochenta, México se encontraba inmerso en una serie de cambios económicos, pasó de un modelo sustitutivo de importaciones caracterizado en la enérgica regulación del comercio exterior y la intervención constante del gobierno, a un modelo económico liberal que hasta la fecha prevalece y el cual consiste en la apertura económica externa y la pérdida de participación que antes tenía el Estado.

La ideología económica originada a raíz de la Revolución Mexicana le otorgó al Estado los poderes suficientes para la intervención en el desarrollo económico del país, descartando de este modo la famosa ideología del “dejar hacer, dejar pasar” (*laissez-faire, laissez-passer*).

Durante el gobierno de Cárdenas el desarrollo de la economía mexicana se vio reflejado en el mejoramiento de las condiciones de vida de gran parte de la población de México, en este punto la intervención del Estado era relevante pero sensata, su participación era la de promotor y a su vez regulador del desarrollo económico del país y las políticas de comercio exterior.

Sin embargo, en la década de los ochenta y gracias a la estrategia económica neoliberal impulsada por organismos como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), orientada al incremento de la actividad de los mercados en el desarrollo económico, bajo la premisa de que el Estado era el responsable de los trastornos y complicaciones económicas. Lo anterior dio como resultado la transferencia paulatina de las funciones económicas que poseía el Estado al mercado y agentes privados.

“El programa de privatización emprendido en 1986 (que permitió reducir el número de empresas controladas por el Estado de 1200 a menos de 300), se amplió en mayo de 1989 para facilitar la inversión extranjera en diversos sectores de la economía nacional”⁹¹. Estas cifras nos dan más o menos idea del control que perdió el Estado

⁹⁰ Torres, Torres Felipe. *Los sistemas de abasto alimentario en México frente al reto de la globalización de los mercados*. p. 244.

⁹¹ *Ibíd.* p. 61.

Mexicano ante las empresas, el cual se vio reducido a menos de la mitad en tan solo una década.

El proceso globalizador de la economía mundial trajo como resultado en México el desarrollo de políticas que buscaban el crecimiento y la estabilidad económica del país bajo la premisa de la apertura comercial, sin embargo transcurridos los años y analizando la situación comercial actual del país, podemos poner en tela de juicio dichas políticas así como las acciones y los tratados que las desencadenaron, tal es el caso por ejemplo del *Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio* GATT (por su siglas en inglés), la incursión de México en proyectos como el de Cuenca del Pacífico o bien los acuerdos comerciales que ha establecido con algunos países de Latinoamérica, sin olvidar por supuesto el *Tratado de Libre Comercio* (TLC) pactado con Estados Unidos y Canadá. En este punto de la historia podemos darnos cuenta realmente a quienes han beneficiado este tipo de acuerdos comerciales.

Otro acontecimiento que ocurrió en la década de los noventa fue la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), la cual sin lugar a dudas sirvió de base para los intereses del capitalismo mundial, con el nacimiento de esta organización surgieron otros sectores que beneficiaron el comercio internacional, tal es el caso por ejemplo de la agricultura.

Este caso es particularmente interesante al tomar en cuenta la situación de nuestro país en el sentido de que debido a sus raíces y cultura, el maíz se encuentra presente en la dieta de muchas familias mexicanas, lo cual está estrechamente vinculado con la cantidad de campesinos que se dedican al cultivo de dicho cereal, sin embargo a raíz del Tratado de Libre Comercio, Estados Unidos aprovecho la situación para exportar maíz a nuestro país, situación que dio lugar a que los precios del maíz nacional bajaran con el propósito de asemejarse a los de las importaciones que llegan del país vecino y que gracias a las políticas del TLC evaden las cuotas arancelarias esto indudablemente ha repercutido de manera directa en la vida de muchos campesinos que se encuentran en calidad de pequeños productores y basan su sustento en dicha actividad, pero también ha repercutido de manera indirecta en nuestra sociedad en general debido a que estamos creando una dependencia alimentaria al importar productos extranjeros cuando en realidad somos capaces de producirlos en nuestro país.

Dicha situación está vinculada con las prácticas de *dumping* llevadas a cabo principalmente por los países con más poder económico. El término *dumping* se refiere a la “práctica comercial de vender un producto por debajo de su coste real, invadiendo un determinado mercado y desplazando la competencia”⁹².

⁹² Montagut, Xavier. *Alimentos Globalizados soberanía alimentaria y comercio justo*. p. 65.

Desde luego actos como el *dumping* no son recientes, sino por el contrario son actos que países como Estados Unidos ha llevado a la práctica a lo largo de la historia, para que ello sea posible se han valido de leyes, reglamentos y por consiguiente de instituciones las cuales permitan y avalen este tipo de acciones de tal modo países del primer mundo logran desplazar e imponer sus productos en países tercermundistas como es el caso de México.

Lo grave de ejemplos como el maíz es que muchos de los productos provenientes de Estados Unidos son transgénicos, lo cual implica no sólo serios problemas en materia de salud, sino al mismo tiempo la extinción de especies de maíz nativas, debido a la introducción de maíz genéticamente modificado.

Sin embargo, la Organización Mundial de Comercio argumenta que “el libre comercio y el mercado son prácticamente los únicos elementos capaces de regular no sólo la economía sino todas las esferas de la vida de los habitantes de nuestro planeta”⁹³. Los principios impuestos por dicha organización así como el *Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio* (GATT) han logrado implantar las ideas liberalistas comerciales.

El actual sistema económico capitalista es un sistema globalizador el cual obliga a nuestro país a la incorporación y participación en procesos tales como la apertura al comercio exterior, la intervención de la inversión foránea sin restricciones adecuadas, la competitividad que obliga a la implementación de mecanismos e instrumentos productivos modernos que no siempre resultan tan fáciles de implementar sobretodo en países en vías de desarrollo como México.

El capitalismo es un modelo socioeconómico que se puede percibir en todos los estratos de la vida humana, por ende influye ya sea directa o indirectamente en los distintos niveles de relaciones existentes entre la sociedades. La globalización se encuentra íntimamente ligada al actual y predominante sistema capitalista, sin embargo no es un fenómeno exclusivo de dicho sistema.

“El capitalismo global hace referencia al conjunto de procesos que se desarrollan en la sociedad de hoy, emanados del sistema económico-social del capitalismo en su actual curso de mayor globalización”⁹⁴.

El capitalismo globalizado busca consumidores que estén abiertos al intercambio de productos internacionales y no mantengan una identidad rígida.

⁹³ *Ibíd.* p. 51.

⁹⁴ Arroyo, Belmonte Rocío. *Los cambios y desafíos del mundo en el siglo XXI: contradicciones entre la diversidad cultural y el capitalismo global.* p. 15.

“El siglo veinte fue el siglo de la consolidación del sistema alimentario propiamente capitalista. Dicho proceso –el cual se aceleró desde fines de la segunda guerra mundial– ha generalizado el consumo de alimentos acordes con el ritmo vertiginoso que impone la explotación de plusvalor: comida chatarra, *fast food*, bebidas embotelladas, un sinnúmero de alimentos que contienen grandes cantidades de azúcar, harinas, aceites y sal refinados, leche pasteurizada etcétera”⁹⁵.

Con la implantación de la sociedad burguesa se desencadenaron cambios en el sistema alimentario tradicional, dando lugar al actual sistema alimentario el cual se distingue por las deficiencias en cuanto al hecho de no satisfacer de manera adecuada las necesidades alimentarias de los individuos, sino por el contrario ocasionar estragos en la salud y organismo de los mismos, priorizando de este modo las necesidades de producción y no las de alimentación.

El actual modelo capitalista no sólo ha impuesto un modo de producción, sino al mismo tiempo una forma particular de alimentación englobándose en esto tanto los alimentos consumidos como la forma de consumirlos, el comer no es una simple actividad rutinaria llevada a cabo por los seres humanos, sino implica todo un proceso de consumo.

En la dieta moderna, prevalecen alimentos que con base en su elaboración o características nutrimentales dañan en gran medida la salud de los individuos, entre dichos alimentos se encuentra la carne, la azúcar refinada, lo transgénicos y por supuesto también se incluye en este grupo la comida del *fast food*, entre muchos otros alimentos. Hoy en día tal parece que ese tipo de alimentos se ha convertido en el motor y base de la población capitalista como el caso del arroz para la cultura asiática, el trigo para las culturas europeas y el maíz para las culturas americanas. La alimentación basada en la gran industria se ha logrado imponer entre un campo de regímenes alimentarios como el vegetariano.

Podemos darnos cuenta cómo los alimentos son elaborados con un serie de químicos con el propósito de que se conserven más, de igual manera se modifican para que luzcan más grandes y frescos aunado a ello se diseñan mecanismos los cuales facilitan su transportación sin importar distancia alguna. Dichos químicos provocan la alteración del metabolismo del ser humano. Así mismo como se mencionó en el capítulo dos, también los utensilios han cambiado y en gran medida, se han sustituido materiales como las ollas de barro o instrumentos de madera por objetos hechos con teflón, aluminio, plástico o unicel, esto contribuye aún más a las alteraciones del organismo. Igualmente en el caso del microondas a pesar de ser un instrumento de fácil uso, que

⁹⁵ Espinosa, Rolando. Las enfermedades degenerativas en: *Los peligros de comer en el capitalismo*. pp. 268-269.

permite hacer la vida más práctica y mayor rapidez se ha comprobado que produce alteraciones moleculares en los alimentos⁹⁶.

A pesar de que en algunos países como Japón y China ha tenido que pasar más tiempo para que los fenómenos globalizadores cobren gran vitalidad y auge debido a las tradiciones y características de las culturas, la penetración de los patrones occidentales ha trastocado fuertemente en la cultura

La globalización de los alimentos ha sido posible en gran medida gracias al poder que han adquirido empresas transnacionales como McDonald's la cual se ha convertido en un símbolo económico de la cultura estadounidense, esta empresa ha logrado reconocimiento mundial por acciones como la publicidad y estrategias de mercado que han impulsado y en muchos de los casos se han convertido en todo un éxito, convirtiéndose de este modo en una de las empresas que destina gran parte de su presupuesto en publicidad.

En los últimos años el público infantil se ha convertido en un mercado de suma importancia para muchas empresas, las cuales han impulsado en gran medida campañas de marketing de tal modo que varios de los productos que ha traído consigo el sistema capitalista han logrado penetrar en las nuevas generaciones en quienes descansa la conservación y propagación de su cultura. Las generaciones actuales están creciendo en un contexto totalmente diferente y están adoptando y reproduciendo los estilos impuestos por el capital.

México sufre un bombardeo publicitario día a día a través de cualquier medio, ya sea vía espectacular, por la televisión, radio, folletos, medios electrónicos, entre otros, para captar la atención de los consumidores mexicanos, de esta manera las empresas de *fast food* han logrado incrementar sus ventas. Aunque en este sentido en ocasiones se les llega a dar menor importancia de la que en realidad poseen, los medios de comunicación repercuten en la sujeción hacia determinados hábitos alimentarios aunque no necesariamente sean los más saludables en cuanto a nutrición.

Los patrones de consumo de alimentos de una sociedad, se encuentran determinados en gran medida por los niveles de ingreso de la misma. El poder adquisitivo con el que cuentan los individuos influye en el incremento o reducción de la variedad y tipos de alimentos que consumen.

No cabe duda que la industria del *fast food* es parte del fenómeno de la globalización, tan es así que ha trascendido fronteras y ha logrado implantarse en las principales

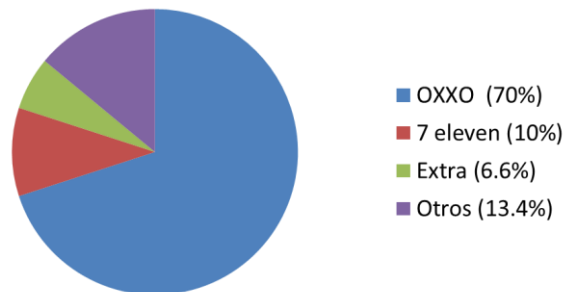
⁹⁶Para más información consultar "The Hidden Hazards of Microwave Cooking", en: http://www.health-science.com/microwave_hazards.html

ciudades del mundo, entre ellas el DF. logrando impactar en los hábitos alimenticios de los capitalinos, rompiendo de esta forma el tradicional modo de consumo principalmente de habitantes que se ubican dentro de lo que denominamos clase media. Esto no sólo conlleva al agravamiento del sistema agrario nacional sino al mismo tiempo a la creciente dependencia de productos propios del mercado mundial y por ende de naciones dominantes como Estados Unidos.

El gran éxito que ha tenido la industria de la comida rápida es semejante al que otras industrias llevan a cabo, imponiéndose de este modo un sistema operativo económico el cual propaga la homogenización de los productos, el crecimiento e influencia económica de grandes empresas y por ende generando la decadencia de las pequeñas empresas. Lo anterior lo podemos asemejar con el fenómeno que en los últimos años se ha venido dando respecto al constante crecimiento en la ciudad de tiendas de conveniencia o establecimientos como los OXXO y 7 eleven que han llegado a reemplazar lugares como las tiendas de abarrotes a los minisúper y mercados.

Con base en la información que aparece en el portal de OXXO se puede apreciar el constante crecimiento de la tienda ya que en 1978 aparece la 1ra tienda en Monterrey, para 1998 se inaugura la tienda número 1000 y ya para el 2009 suman 7000 las tiendas, en el 2012 se apertura la tienda 10000⁹⁷.

Porcentaje de mercado que ocupan las tiendas de conveniencia en México de un total de 15 mil



Gráfica elaborada con base en datos tomados de: El Economista. *Mambo busca su expansión y competir con OXXO, Seven y Extra.* 31 de marzo de 2013. En <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/03/31/mambo-busca-su-expansion-competir-oxxo-seven-extra>

⁹⁷ En: www.oxxo.com

Las tiendas y mercados que anteriormente constituían las formas de comercio tradicional por excelencia debido a que eran la principal fuente de abastecimientos de productos al menudeo a los cuales accedía la población urbana, hoy en día han perdido importancia que por otro lado han ido ganando algunas cadenas comerciales, principalmente de origen estadounidense, dicha tendencia se hace más evidente sobretodo en consumidores de clases medias.

Aunado a lo anterior, hay que tener presente que el incremento poblacional no sólo de las ciudades, sino de las periferias de las mismas generan una mayor demanda de alimentos y por ende la creación de lugares de abastecimiento, un claro ejemplo de ello es el DF. el cual ha sufrido un proceso de aglomeración urbana debido a que los municipios aledaños quedaron conurbados a la zona metropolitana a causa de su condición de zonas industriales, lo cual a su vez dio lugar al interés de múltiples migrantes.

Dicha situación conllevó a que centros de abastecimiento tradicionales como La Merced, los cuales cubrían la demanda alimenticia de los ciudadanos, fueran paulatinamente insuficientes para cubrir dicha necesidad y no sólo eso sino de igual forma las distancias cada vez más complicadas que tenían que recorrer los consumidores periféricos a los puntos de abastecimiento, muchos de ellos localizados en el centro histórico de la ciudad.

La demanda creciente y constante de alimentos por parte de los consumidores urbanos ha dado lugar a un proceso de cambios en los tipos de establecimientos y formas de comercio como opciones de acceso a productos alimentarios, esto se hace palpable con la introducción y paulatino incremento de supermercados, tiendas de autoservicio y cadenas comerciales. Dicho sector de comercio moderno ya conforma el sector de abasto al que suelen recurrir gran parte de consumidores de ciudades como el DF.

La estructura de la demanda de alimentos que actualmente predomina se encuentra íntimamente vinculada con el desarrollo de las principales ciudades ya que el crecimiento acelerado de centros urbanos trae consigo el incremento de la población y a su vez el interés de las grandes empresas las cuales encuentran en este tipo de asentamientos urbanos una fuente favorable de ingresos.

Con el *Tratado de Libre Comercio* se impulsa en el país una nueva forma de hacer negocios que es la franquicia. Dicho tratado marca la pauta para que numerosas compañías de franquicias se establecieran en México.

“Como parte del proceso globalizador de los procesos productivos y de la prestación de servicios, la franquicia se distingue como una de sus más notables expresiones, ya que

son producto de la estandarización del consumo, producción y prestación de servicios a nivel mundial”⁹⁸.

Las franquicias pueden tener diferentes giros, en este caso nos enfocamos a las del rubro de comida. Han resultado tener éxito gracias a que ofrecen un nombre conocido y generalmente los consumidores reconocen la marca. Dado que llevan a cabo un método de estandarización en el proceso de producción y comercialización los consumidores las pueden identificar tanto en su país como en cualquier otra parte del mundo, de tal modo que integran una red de establecimientos. Con el sistema de franquicias la difusión de la marca aumenta. Muchos empresarios en lugar de invertir en conceptos nuevos, buscan conceptos ya existentes como el negocio de franquicia que le garantice mayor éxito y menor incertidumbre.

La industria de la comida rápida convirtió a la franquicia en un modelo empresarial, la cual permitió a las nuevas cadenas de comida rápida expandirse gracias al dinero de pequeños inversores. McDonald’s fue la empresa encargada del perfeccionamiento de las técnicas de franquiciado, logrando el incremento del tamaño de la cadena sin dejar de mantener el control de sus productos⁹⁹.

Una de las claves primordiales de las franquicias es que todas ellas ofrecen productos y servicios similares no importando muchas veces las barreras territoriales, lo cual genera una uniformidad y dicha uniformidad da lugar a la identificación de la marca por parte del consumidor, lo cual es relevante en el sentido de que los consumidores se casan o identifican con las marcas, de tal modo que en muchos casos evitan marcas desconocidas. Por ejemplo cuando una persona se encuentra fuera de su ciudad o incluso fuera de su país, prefiere adquirir productos o comprar alimentos en cadenas comerciales que ya conoce y que de una u otra forma le provocan cierta familiaridad con lo conocido, ya sea con el alimento en sí, su sabor, su forma o los mecanismos por los cuales está producido, incluso la apariencia del lugar en el que se consumen los productos.

Sin lugar a duda, las grandes empresas, las cuales controlan el mercado mundial influyen de manera significativa en los mercados locales de alimentos esto gracias a acciones como las políticas de control de precios que por supuesto lo que hacen es favorecer los intereses empresariales y causando perjuicios a las poblaciones y todo lo que las mismas conllevan, esto muchas veces pasando de lado o por encima las normas políticas y sociales establecidas por los gobiernos. En muchas ocasiones parece que quien gobierna bajo sus normas son las empresas y no los gobiernos quienes prefieren hacerse de la vista gorda ante las perjudiciales y violatorias acciones de las grandes

⁹⁸ Harp, Yunes Luis Eduardo. *El desarrollo de las franquicias en México*. pp. 30-31.

⁹⁹ Schlosser, Eric. *Fast Food*. p. 138.

transnacionales monopolistas. En este juego quienes obtienen las ventajas y beneficios son los dueños de estas empresas y como siempre quienes pierden son el gran grueso de la población sujeta a las normas comerciales cuya apariencia intentan hacer creer a la población que contribuyen en el desarrollo y bienestar de los individuos y el medio ambiente.

3.1 El *fast food* en los centros comerciales

El *fast food* o también identificada como comida rápida es un grupo híbrido de alimentos con características diferentes en cuanto a la textura, sabor, origen y valor nutrimental que proporcionan, sin embargo algo común distintivo de ellos, es precisamente la rapidez en cuanto al tiempo que lleva su preparación, así como la facilidad y comodidad al consumirlos, debido a ello encajan perfectamente en el ritmo de vida actual en el cual lo que falta es tiempo debido a las actividades cotidianas, a los horarios de trabajo así como las distancias entre el hogar y el trabajo o bien entre un punto y otro. En muchas ocasiones las personas en lo que menos desean gastar el tiempo, es precisamente en comer y finalmente quienes han aprovechado este tipo de circunstancias son las empresas y franquicias de comida rápida, que predominan generalmente en los centros comerciales. El tiempo que anteriormente era destinado a la elaboración y degustación de alimentos, hoy se invierte en el trabajo o bien en otras actividades de entretenimiento.

“La comida rápida o *fast food* nació en Estados Unidos como una forma de satisfacer las necesidades alimenticias de una sociedad en la que la producción no dejaba tiempo al ‘ocio gastronómico’”¹⁰⁰.

En no pocas ocasiones al *fast food* se le ha denominado comida basura, sin embargo no se puede generalizar de manera radical, ya que como en todo, incluso en este grupo de alimentos existe una gran variedad, ingredientes, formas y procesos de preparación, por ende los grados de calidad son distintos. El estigma que se ha creado sobre este tipo de alimentos está vinculado con el hecho de que los establecimientos de comida rápida más famosos a nivel mundial, se caracterizan por la venta de productos con un elevado contenido en grasas, lo cual se asocia con una mala alimentación y ésta a su vez con múltiples trastornos en la salud.

¹⁰⁰ Méndez, Gabriela. *Las tiendas de conveniencia y el fast food*. En http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=335&Itemid=122

Aunado a lo anterior, muchos de los establecimientos que comercializan comida rápida son de origen Estadounidense. Lo que comenzó con un par de puestos de hot dogs y hamburguesas principalmente en dicho país, se ha convertido en una inimaginable industria mundial. El hecho de comprar comida rápida se ha vuelto un fenómeno cotidiano en la vida de muchas familias que incluso lo llegan a tomar como una actividad rutinaria tan normal como dormir o bañarse.

Con la introducción de las máquinas en las fábricas e industrias durante el siglo XIX, los dueños de las empresas comenzaron a introducir mano de obra barata entre ellos los niños, la sobrexplotación trajo como resultado que en muchos casos los niños se alimentaran en el lugar de trabajo debido a que ésta fuerza laboral era incapaz de exigir un lugar adecuado para consumir alimentos. Sin embargo con la innovación de los *fast food*, casi cualquier lugar ya se ha vuelto apto para el consumo de alimentos sobre todo en el caso de las principales ciudades. En estos tiempos ya es muy fácil encontrar lugares donde podemos adquirir comida rápida la hay en restaurantes, en cafeterías, también hay muchos locales que podemos hallar en los aeropuertos, en hospitales, parques y en los centros comerciales, en los cuales se han adaptado espacios específicos donde hay más locales en un mismo lugar cuyo espacio ha recibido el nombre de *fast food*.

En este tipo de lugares la pieza clave es tanto el tiempo de producción como el tiempo de consumo. Los dueños de dichos establecimientos o franquicias incluso cuentan con normas y modelos de tiempo ya que lo que el cliente espera es un servicio rápido, porque generalmente cuentan con determinado tiempo para consumir sus alimentos. Cabe señalar lo siguiente, muchos de los alimentos de *fast food* sobretodo los que pertenecen a famosas cadenas como McDonald's, están semipreparados, es decir, vienen de grandes fábricas de distribución ya sea congelados, enlatados, empaquetados o deshidratados únicamente en los restaurantes muchos se calientan, se hornean o se fríen. Por ello es que se habla de una comida estandarizada basada en el principio industrial de la producción en serie.

“El intenso ritmo de venta en los establecimientos de comida rápida, la expansión de las ciudades y de las relaciones capitalistas de producción han impulsado la automatización de los procesos productivos de alimentos ya existentes (...), pero también ha dado lugar a una industria de alimentos totalmente nuevos y diseñados *ad hoc*”¹⁰¹.

La situación de las grandes industrias alimentarias genera una consecutiva revolución en cuanto a las condiciones tecnológicas productivas y de distribución. Cada día los procesos de elaboración de ese tipo de alimentos son más especializados, mecanizados, uniformes y masivos, esto por una parte genera una fácil y rápida

¹⁰¹ Flores Gonzalo. Fast Food en: *Los peligros de comer en el capitalismo*. p. 122.

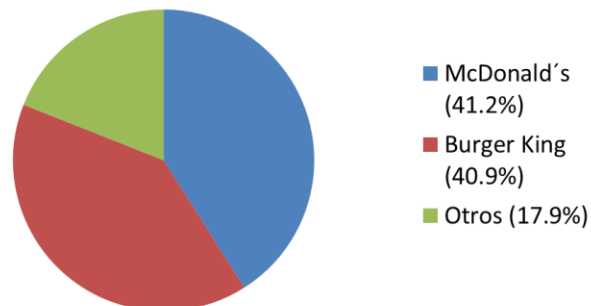
obtención de productos a un menor costo pero con una calidad deficiente, la cual en realidad perjudica a los consumidores.

Todos estos actos enmarcan perfectamente el modo de vida capitalista. Entre las clases medias por ejemplo es muy notorio el hecho de que los alimentos tradicionales han ido pasando a un segundo plano así como las costumbres ligadas al acto de comer en casa, el desarrollo y la industrialización de los alimentos ha generado la accesibilidad de los mismos, sobre todo para quienes tienen los recursos económicos para adquirirlos.

Otro punto importante es que las grandes industrias de la comida rápida basan su fuerza laboral en personas generalmente jóvenes cuyo trabajo es mal remunerado.

Burger King, McDonald's y Tricon Global Restaurants Inc. (propietaria de Taco Bell, Pizza Hut y Kentucky Fried Chicken), en conjunto emplean aproximadamente unas 3.700.000 personas en el mundo y gestionan alrededor de 60.000 restaurantes de comida rápida abriendo uno nuevo cada dos horas.¹⁰²

Porcentaje del mercado franquiciado de hamburguesas en México al comenzar el 2012



Gráfica elaborada con base en datos tomados de: El Economista. *Burger King quiere "comerse" a McDonald's*. 23 de julio de 2013. En <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/07/23/burger-king-tiene-comerse-mcdonalds>

"McDonald's destacó el crecimiento exponencial de su marca en el país, hasta llegar a las 400 unidades, desde la primera que abriera el 29 de octubre de 1985 (...). Los

¹⁰² Schlosser, Eric. *Fast Food*. p. 107

ingresos de McDonald's en la región de México, Panamá y Costa Rica registraron en el 2012 incrementos de 13%"¹⁰³.

Estos datos evidencian la constante dependencia y consumo que existe en la sociedad mexicana de productos de comida rápida, lo cual se traduce en el crecimiento y favorable campo de desarrollo para cadenas como McDonald's.

No por nada "México está dentro de los 10 países más importantes de la marca a nivel mundial y el segundo en Latinoamérica"¹⁰⁴. Esto debido a que posee sucursales en cada una de las 32 entidades que forman parte de México.

Uno de los puntos que se ha tratado de destacar a lo largo de la presente investigación es precisamente el desplazamiento de alimentos característicos de nuestra cultura, como lo es el taco, por alimentos que además de dañar la salud de los mexicanos, contribuyen al desarrollo del mercado internacional, dan pauta a procesos de homogenización y a la pérdida de nuestras raíces culturales.

Con base en los planteamientos de Gonzalo Flores en el apartado de *Fast Food* incluido en el libro *Los peligros de comer en el capitalismo*, "en México ya se consumen más hamburguesas que tacos a la par que una transnacional (Taco Bell) vende por todo el mundo una nueva versión de tacos y quesadillas industrializados. Esta sustitución del taco por la hamburguesa sólo pudo suceder gracias a una previa homogenización del taco"¹⁰⁵.

El mercado internacional y los procesos industriales han logrado trastocar la esencia de muchas culturas, en este caso los alimentos han sido unos de los primeros en resentirlo. El sistema actual se mueve por constantes procesos como la oferta y la demanda y por consiguiente por el consumo de mercancías, en este sistema poco importa la heterogeneidad y el valor de cada cultura mientras exista un producto que genere rentabilidad y ganancias. Sin embargo, es lamentable observar la degeneración de los alimentos que transnacionales como Taco Bell han originado al reducir en este caso la gran oferta de tacos existente en el país, dicha oferta se ha reducido a la venta de unos cuantos tacos nada parecidos a los originales y de pésima calidad.

Al industrializarse los alimentos dejan de tener ese sabor casero que hace la diferencia entre un sazón y otro, en cambio los alimentos industrializados al ser producidos en serie, con los mismos ingredientes, raciones y circunstancias su sabor no difiere. Por ejemplo, el sabor de una hamburguesa de McDonald's que comemos en México, es

¹⁰³ El Economista. *McDonald's destaca crecimiento del 13% en México*. 14 de abril de 2013. En <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/04/14/mcdonalds-destaca-crecimiento-13-mexico>

¹⁰⁴ *Loc. cit.*

¹⁰⁵ Flores Gonzalo. *op. cit.*, pp. 125-126.

semejante al de una hamburguesa de McDonald's de Inglaterra a excepción de las tropicalizaciones que las empresas llegan a hacer en cada país.

Ingenuamente muchos consumidores se fijan más en la marca que realmente en la calidad de los productos que consumen. En particular en el caso de los consumidores de las clase media basan mucho su consumo en las marcas, ya que desean alcanzar o conservar cierto estatus. Muchas personas catalogan el hecho de comer en un puesto de la calle como un acto que realizan aquellas personas que no cuentan con suficientes recursos, esta es otra de las razones por las que prefieren acudir a centros comerciales donde prevalecen varias cadenas, algunas más famosas que otras, pero que al final cumplen la expectativa de estatus que desea el consumidor. En este caso pareciera que pierden de vista la relación existente entre muchos de los alimentos de *fast food* con la obesidad y los problemas degenerativos que ocasionan como por ejemplo el cáncer, debido a que gran parte de esos alimentos tienen un elevado contenido de grasas, azúcares y almidón. Desafortunadamente el sistema alimentario impulsado por el capital ha ocasionado serios problemas los cuales no repercuten únicamente en la salud de los individuos sino de igual modo genera conflictos en el ámbito social, económico y cultural de una nación.

Estudio de Campo

Durante esta investigación, se llevó a cabo un estudio de campo en los cuatro centros comerciales que han sido mencionados desde el inicio del presente trabajo (Centro comercial Perinorte, Perisur, Santa Fe y Plaza Oriente) en donde fueron aplicados cincuenta cuestionarios a comensales que se encontraban en el área de *fast food* de cada plaza. Se eligió el cuestionario como herramienta metodológica debido a la posibilidad de abarcar a un mayor número de individuos de estudio. Cabe señalar que se formularon un total de trece preguntas de las cuales doce eran cerradas, es decir con facilidad a elegir entre opciones múltiples y sólo una abierta donde aquellas personas a quienes se aplicó el cuestionario, podían manifestar su opinión.

En los siguientes párrafos se describe información derivada de la observación realizada durante el estudio de campo y el análisis de las respuestas obtenidas a través de los cuestionarios aplicados.

En la Ciudad de México es fácil encontrar una amplia oferta de comida rápida internacional sobre todo por el constante incremento de plazas comerciales y franquicias transnacionales. El sistema tradicional de alimentación de familias clase medieras se ha desequilibrado y sustituido por un sistema basado en la generación de las ganancias sin importar los efectos resultantes.

Los consumidores mexicanos de clase media, cuyas características y estilos de vida se han estipulado en el primer capítulo, son personas que generalmente ponen atención en las características, limpieza y diseño de los lugares en los que comen, estos puntos influyen en el hecho de que prefieran consumir sus alimentos en un centro comercial en lugar de un puesto en la vía pública.

Entre las razones principales por la que los consumidores acuden a un centro comercial a comer es además de la falta de tiempo, el lugar les queda cerca de su trabajo, existe variedad de alimentos y les parece cómodo el espacio destinado a la venta de alimentos, los precios de los productos los consideran accesibles, el lugar les genera mayor confianza y seguridad y piensan que es más limpio.

Al analizar de manera general los centros comerciales que han sido parte de nuestro estudio, podemos darnos cuenta que los cuatro (Santa Fe, Perisur, Perinorte y Plaza Oriente) cuentan con área de *fast food* la superficie de dicha área es diferente en cada uno, sin embargo comparten características similares en el sentido de la estructura del espacio y forma de distribución de las cosas que la componen, es decir el sitio en el que se encuentran las sillas y mesas donde consumen los alimentos los comensales se encuentra rodeado por los locales donde se vende la comida, de modo que el comensal localizado en cualquier parte de ese sitio puede voltear a sus alrededores y observar una amplia gama de establecimientos pequeños de comida, casi todos con el mismo ancho de longitud. Las mesas comúnmente son pequeñas y cuadradas diseñadas casi siempre para cuatro personas. Realmente no existe un orden ni forma específica en las que estén intercaladas las mesas, varía en todos los centros comerciales, sin embargo el espacio existente entre unas y otras es muy reducido.

Respecto a la limpieza de las áreas de *fast food* analizadas, regularmente pasan empleados que se ocupan de limpiar superficialmente las mesas y depositar los restos de comida y basura en contenedores dispersos en diferentes puntos del área, de igual modo acomodan las charolas en las que los vendedores de los locales entregan la comida al comensal, así mismo y de manera menos frecuente hay empleados que pasan a barrer los restos de basura que se van generando. En muchas ocasiones son los comensales quienes depositan la basura y sobras en los contenedores.

A continuación se detallaran las características particulares de cada centro comercial donde se efectuó la investigación de campo.






Centro comercial Perinorte

Este centro se encuentra ubicado en Cuautitlán Izcalli, Estado de México, cerca de una de las zonas industriales más importantes del país, así mismo y como referencia está próximo a Lomas Verdes, Satélite y la autopista México-Querétaro. Rodeado predominantemente por unidades habitacionales y algunos hoteles como: Ibis, Fiesta Inn y Real Inn.

El espacio destinado para la venta de comida rápida es amplio, goza de ambientes agradables. Cuenta con una amplia gama de locales como los que a continuación de mencionan.

El Mexicano	Restaurante que se especializa en la venta de comida mexicana.	
El Asadero Beef	Parte de la gama de productos que ofrece son: tacos de carne, alambre, hamburguesas, huaraches, carne asada, costillas y pollo.	
Teriyaki San	Ofrece comida rápida japonesa	
La gordita	Se especializa en la venta de gorditas elaboradas con diferentes tipos de guisados además del típico chicharrón prensado.	

Benedetti's Pizza	Franquicia que comercializa principalmente pizzas.	
Burritos El Punto	En este local se pueden encontrar burritos y ensaladas.	
Green Grass	Brinda a los comensales la opción de ensaladas hechas a base principalmente de vegetales, semillas y aderezos, así mismo ofrece jugos y agua natural.	
La Crepa	En este local se puede encontrar una gran variedad de crepas saladas y dulces.	
La Cabaña	Ofrece diversos tipos de café así como postres y bocadillos.	
Shushi Roll	Venta de comida japonesa.	

Golden Steak	En el lugar se venden cortes de carnes y aves al carbón.	
Rincón Chino	Local en el que se puede encontrar diversos platillos propios de la cultura china.	
Burger King	Esta famosa franquicia, provee esencialmente de hamburguesas.	
Taco Inn	Se puede encontrar tacos de bistec, pastor, arrachera, árabes, así como tortas, gringas, fajitas, alambres y sopas.	
Subway	Cadena de restaurantes de comida rápida que ofrece sandwiches estilo submarino (por la longitud del pan y la forma de elaborarlos), ensaladas y bocadillos.	
Pizza Amore	Aquí hay pizzas, ensaladas, también los comensales pueden adquirir lasaña y trufas por ejemplo.	
Bai Hao	Venta de comida china.	

Cuenta con más franquicias enfocadas en la venta de comida y antojitos mexicanos, posteriormente predominan cadenas que ofrecen gastronomía asiática, principalmente

comida japonesa y china, en menor medida locales norteamericanos y los menos los que venden comida de otras nacionalidades y vegetariana.



Centro comercial Perisur

Como su nombre lo indica el centro comercial se encuentra localizado al sur de la Ciudad de México en la Delegación Coyoacán, entre dos vialidades de gran afluencia, Periférico e Insurgentes Sur. Frente a la Plaza comercial, en la colonia Parques del Pedregal, yace la una zona Corporativa donde podemos apreciar edificios como el de Grupo TMM, la torre de Perisur, la torre Jade, de igual manera el edificio del famoso Hotel Radisson por ejemplo.

Dentro del centro, el espacio destinado al área de comida rápida es un lugar amplio con menos iluminación a comparación del área de Perinorte, las cadenas de comida rápida están distribuidas de modo que cuando las personas entran pueden ver de frente y del lado derecho la oferta gastronómica, la zona restante es ocupada por mesas y sillas distribuidas por todo el lugar. Los locales encontrados en el sitio son los que enseguida se enlistan.

Taco Inn	Se puede encontrar tacos de bistec, pastor, arrachera, árabes, así como tortas, gringas, fajitas, alambres y sopas.	
Sbarro	Esta cadena ofrece comida característica de la cocina italiana como por ejemplo: pizzas, strombolis, ensaladas y pastas.	
100% natural	En este local no se vende comida de un país en específico, más bien se ofrecen al consumidor productos sin conservadores saborizantes y colorantes artificiales promoviendo de este modo una alimentación	


	sana.	
Arrachera House	Ofrece un amplio surtido de carne y alimentos elaborados a base de arrachera, costilla y pollo principalmente, como por ejemplo: tacos, alambre, huaraches y flautas.	
Sixties	Cadena enfocada en la venta de comida rápida al estilo Norteamericano, su oferta comercial se basa en hamburguesas, hotdogs y papas.	
China Town	Venta de comida china.	
Subway	Cadena de restaurantes de comida rápida que ofrece sandwiches estilo submarino (por la longitud del pan y la forma de elaborarlos), ensaladas y bocadillos.	
McDonald's	Una de las más famosas cadenas de comida rápida, la cual se basa en la comercialización de hamburguesas principalmente.	
Mr. Sushi	Venta de comida japonesa.	

Domino's Pizza	Como su nombre lo indica, es una de las franquicias más importantes y de mayor popularidad dedicada al negocio de las pizzas.	
Kentucky Fried Chicken KFC	Franquicia que ha comercializado un característico pollo frito que se complementa con puré de papa, ensalada, papas a la francesa y bísquets.	

Por el contrario a Perinorte, en Perisur predominan más las cadenas que ponen a la venta comida de origen norteamericano, con el mismo número de locales abiertos se encuentra la comida asiática y mexicana, finalmente con un local respectivamente esta la comida italiana y la comida enfocada en una alimentación sana.

Centro comercial Plaza Oriente

La plaza se ubica en la Delegación Iztapalapa, avenida Canal del Tezontle. De hecho se encuentra ubicada a escasos metros del centro comercial Parque Tezontle así como el Sam's Club. La plaza comparte área con Wal Mart y Suburbia. En los alrededores de dicha zona convergen unidades habitacionales, algunas empresas como: Grainger (suministros industriales), Industrias Sola Basic (productos para aplicaciones eléctricas) y uno de los Centros de Distribución de Elektra, del mismo modo algunos hoteles cerca del lugar son el Hotel Abastos Plaza y el Holiday Inn, frente a este último se halla la Comercial Mexicana.

Taco Inn	Se puede encontrar tacos de bistec, pastor, arrachera, árabes, así como tortas, gringas, fajitas, alambres y sopas.	
China Steak	Venta de comida China. Los principales platillos se encuentran hechos a base de	

	carne preparada y acompañada al estilo asiático.	
Teriyaki San	Ofrece comida rápida japonesa	
China King	Comercializa comida china.	
Café Express	En este local se puede adquirir diferentes tipos de café, de acuerdo con el gusto personal.	
Kentucky Fried Chicken KFC	Franquicia que ha comercializado un característico pollo frito que se complementa con puré de papa, ensalada, papas a la francesa y bísquets.	

La oferta gastronómica del lugar se basa fundamentalmente en el estilo asiático, ya que imperan franquicias que comercializan comida china y japonesa. Las cadenas restantes ofrecen antojitos mexicanos y comida de una de las más famosas franquicias norteamericanas (KFC).

Centro comercial Santa Fe

Es uno de los centros comerciales más grandes del país, se encuentra al poniente de la Ciudad de México sobre avenida Vasco de Quiroga en la Delegación Cuajimalpa de Morelos. Rodeado por múltiples edificios vanguardistas de empresas nacionales y transnacionales así como edificios residenciales, cerca del lugar también se hallan escuelas y universidades como la Ibero y el Tecnológico de Monterrey Campus Santa Fe, hospitales como el ABC y hoteles, ejemplo de estos últimos son el Marriott, Holiday y Fiesta Inn.

Subway	Cadena de restaurantes de comida rápida que ofrece sandwiches estilo submarino (por la longitud del pan y la forma de elaborarlos), ensaladas y bocadillos.	
La Ciudad de Colima	Brinda al consumidor principalmente cocteles de frutas así como una amplia gama de aguas y jugos de frutas y verduras.	
Sushi-Itto	Su menú está basado en platillos elaborados con comida japonesa.	
La buena tierra	Comida naturista elaborada fundamentalmente a base de verduras, frutas y semillas.	
Arrachera House	Ofrece un amplio surtido de carne y alimentos elaborados a base de arrachera, costilla y pollo principalmente, como por ejemplo: tacos, alambre, huaraches y flautas.	
China Town	Venta de comida china	

Líbano Express	En el local se puede encontrar variedad de comida libanesa.	
Las Gaoneras	Ofrece a los comensales una variedad de platillos entre ellos: sopas, caldos y consomes, quesadillas, tacos de tripa y suadero por ejemplo y algunos platillos especiales hechos a base de carne y pollo.	
Sbarro	Esta cadena ofrece comida característica de la cocina italiana como por ejemplo: pizzas, strombolis, ensaladas y pastas.	
Super Salads	Cuenta con un amplio menú de ensaladas, sopas, pitas, paninis, sándwiches y tortas elaborados principalmente con insumos naturales, nutritivos y saludables.	
Boguet	Uno de sus principales atractivos gastronómicos son los panes rellenos de diversos ingredientes, así mismo ofrece algunas pastas y lasaña entre su menú.	
Kebab Factory	Venta de comida turca.	

Taco Inn	Se puede encontrar tacos de bistec, pastor, arrachera, árabes, así como tortas, gringas, fajitas, alambres y sopas.	
McDonald's	Una de las más famosas cadenas de comida rápida, la cual se basa en la comercialización de hamburguesas principalmente.	
Kenko Grill	Venta de comida japonesa.	
Burritos Grill	Burritos elaborados con carne, cecina enchilada, arrachera o pollo.	
Sixties	Cadena enfocada en la venta de comida rápida al estilo Norteamericano, su oferta comercial se basa en hamburguesas, hotdogs y papas.	
Burger King	Esta famosa franquicia, provee esencialmente de hamburguesas.	

Predomina la gama de comida norteamericana y mexicana, seguidas por franquicias de comida china y japonesa así como cadenas de alimentos saludables elaborados esencialmente con frutas y verduras, en el resto de los locales se puede encontrar comida rápida estilo italiana, turca y libanesa.

De las cuatro áreas de comida rápida que se han mencionado con anterioridad hay que destacar los siguientes puntos:

Santa Fe es el centro comercial que cuenta con un gran número de franquicias y un mayor espacio destinado a los comensales respecto de las otras plazas que se han analizado, posteriormente sigue Perinorte y Perisur, quedando con una menor cantidad de locales Plaza Oriente.

Los cuatro estilos que predominan en el área de *fast food* de los Centros comerciales analizados son: la norteamericana, la mexicana y la asiática (lo que contempla principalmente comida japonesa y china) y en menor medida la comida italiana. Esto se encuentra estrechamente vinculado al hecho de que al preguntar qué tipo de comida usualmente consume de la variedad cultural de alimentos que se venden en el área de comida rápida, el comensal generalmente responde que comida Estadounidense o Mexicana.

La franquicia que está en todos los centros es Taco Inn, posteriormente la cadena con más presencia es Subway, le siguen algunas marcas reconocidas como: Sbarro, Arrachera House, 60's, Teriyaki y China Town. Cabe señalar que algunas de las principales franquicias reconocidas a nivel mundial por ejemplo McDonald's se han encontrado en por lo menos dos plazas comerciales tal es el caso también de KFC y Burger King. Cabe señalar que la mayoría de las personas que suelen acudir al área de comida rápida conoce en su mayoría las cadenas que se acaban de mencionar.

Respecto a la población de consumidores que suelen acudir a las áreas de *fast food* de los ya mencionados centros comerciales, desatacan dos tipos: por una parte los que suelen acudir entre semana con una frecuencia de dos o tres veces y por otra parte aquellos que van los fines de semana con una continuidad de por lo menos un fin de semana al mes. Entre semana destacan personas de entre 20 y 35 años de edad, mientras que los fines de semana, la población se vuelve más diversificada, ya que uno se puede encontrar con familias cuyos integrantes pueden ser ubicados en cada una de las etapas del ciclo de vida, es decir desde la niñez hasta la vejez.

Algunas de las particularidades que comparten muchas de las personas que acuden entre semana es que trabajan y buscan un lugar cercano y rápido para comer, por lo cual aproximadamente gastan de uno a veinte minutos de su trabajo al sitio donde comen. Hay que considerar que en México las personas que comúnmente trabajan en empresas, empleos gubernamentales o de oficina, disponen en su mayoría de una hora para realizar dicha actividad. Tomando en cuenta estos datos y el hecho de que gran parte de las personas encuestadas tarda por lo menos entre 30 y 60 minutos desde su

hogar hasta su trabajo o viceversa, pues les resulta más conveniente y práctico comer en un lugar próximo al sitio donde laboran.

En el caso de las personas que acuden los fines de semana, es totalmente lo contrario, ya que más allá de preocuparse por el tiempo disponible para comer se preocupan por disfrutar y compartir el momento con su familia, incluso hay familias que buscan centros comerciales o lugares donde comer alejados de sus hogares, esto con el fin de salir de su rutina.

En repetidas respuestas, las personas a quienes se les aplicó el cuestionario, concuerdan con que una de las principales razones por las que acuden a comer al área de *fast food* es la falta de tiempo y la variedad de comida que predomina en esos lugares. Esto lleva nuevamente a una realidad contundente de un fenómeno que se ha convertido en parte habitual de muchos mexicanos como lo es la carencia de tiempo. Miles de individuos se quejan diariamente por el tráfico que se genera en las principales vialidades del Distrito Federal y Área Metropolitana. Hoy en día se puede apreciar como la cantidad de construcciones de segundos pisos va en aumento o incluso nuevos medios de transporte como el caso del metrobús y ferrocarriles suburbanos o bien la implementación de otros ya existentes como las nuevas líneas del metro.

Con tantas complicaciones para llegar a casa a muchos les sienta bien el hecho de tener varias opciones de menú cerca y en un mismo lugar. La variedad de alimentos, es una de las ventajas de cualquier área de comida rápida localizada en un Centro comercial, ya que además de satisfacer diferentes gustos, los comensales frecuentes agradecen no tener que comer el mismo menú a diario.

A la mayoría de las personas que acostumbran ir a las áreas de comida rápida lo que más les agrada del servicio que se ofrece es precisamente la rapidez, quedando en segundo plano factores como la atención o calidad de los servicios y productos ofrecidos, los cuales quizá serian determinativos por ejemplo en caso de establecer comparativas entre restaurantes.

Respecto a la concepción que se tiene de las instalaciones, específicamente del área de *fast food*, los usuarios de las mismas generalmente tienen una percepción buena, debido a que consideran que son cómodas y limpias, para muchos el hecho de estar en un espacio cerrado con mesas y sillas apartadas con determinada distancia unas de otras, así como el contar con contenedores donde depositar los residuos de comida y las charolas donde es servida, les crea en cierto sentido una buena percepción del lugar, aunado a ello existe personal en el área, encargado de limpiar en determinadas ocasiones del día, las mesas y el piso o bien cuando los comensales dejan charolas sobre las mesas ellos se encargan de llevarlas a los contenedores.

El factor económico es otro punto también de gran relevancia en cuanto a la percepción que tienen sobre el mismo los consumidores, a pesar de que las personas que suelen acudir a este tipo de lugares a comer cuenta con determinado perfil socioeconómico más de la mitad de las personas encuestadas creen que la comida que se comercializa en el área de *fast food* no es económica, y es que muchas franquicias sobre todo aquellas de empresas transnacionales, más allá de vender un producto, venden una marca. Sin embargo, de acuerdo a los consumidores más que dejarse llevar por el precio, la marca o inclusive la publicidad al momento de elegir un determinado alimento de alguna cadena de comida rápida, se dejan llevar principalmente por sus gustos.

Así mismo, están conscientes de que la mayoría de los alimentos que usualmente consumen en el área de comida rápida no son adecuados para su nutrición, sin embargo por falta de tiempo y/o comodidad principalmente, acuden a este tipo de lugares. Como se puede apreciar en las tablas donde se muestran las franquicias existentes en cada Centro comercial, la variedad de comida realmente nutritiva es escasa, por el contrario predomina comida de origen estadounidense por ejemplo.

Conclusiones

En el presente trabajo se puede llegar a una serie de puntos que nos brindan un panorama general de las modificaciones de los estilos de vida que han repercutido de manera significativa en los actuales patrones de consumo de alimentos de los mexicanos urbanos bajo el contexto de la globalización.

Antes que nada, la comunicación hoy y siempre ha sido de vital importancia, está presente en todo lo que expresamos ya sea de manera individual o colectiva. Una de las tantas formas de comunicación de una sociedad se puede expresar precisamente a través de su comida. De igual manera hay que tener presente que antes de que cualquier ser humano aprenda a comunicarse verbalmente tiene la necesidad de alimentarse, por ende además de ser una necesidad biológica para la sobrevivencia de cualquier ser humano, la alimentación conlleva a una forma de vida, una identidad y una cultura.

Por otro lado, nos encontramos en un contexto globalizador en el que sin lugar a duda, se aprovechan las necesidades de los individuos con el propósito de establecer un ambiente de consumo, de tal manera los alimentos pasan a ser objetos mercantiles que se intercambian con el afán de constituir una identidad efímera, dando lugar a que el individuo más allá de ingerir alimentos para cubrir una necesidad de nutrición, actúe de manera simbólica en el sentido de que pretende apropiarse de un imaginario que se ha creado por ejemplo a través de la publicidad o de determinados estereotipos que son impulsados en gran medida por los medios de comunicación. Sucede con frecuencia que las personas no compran productos por lo que hacen sino por lo que significan.

Aparentemente el acto culinario es un acto sencillo, sin embargo implica todo un proceso donde se mezclan aspectos como lo imaginario, lo real y lo simbólico. A grandes rasgos y con base en el trabajo de investigación tanto documental como de campo, existen una serie de contraposiciones, que se circunscriben a la actual sociedad mexicana, derivadas de los hábitos de consumo de alimentos que llevan a cabo los mexicanos:

La primera contraposición torna entre lo particular y lo universal, los alimentos tradicionales de México que de cierto modo los podemos contextualizar en la imagen del taco frente a lo universal representado por la hamburguesa.

La segunda contraposición es la tradición frente a la modernidad, la tradición se hace palpable principalmente en el contexto rural, mientras la modernidad se desenvuelve de

manera impresionante sobretodo en las principales ciudades, es decir lo urbano. Esta contraposición nos lleva de la mano a la tercera.

Lo manual y lo industrial, lo manual tiene que ver más con la forma artesanal en que se lleva a cabo un platillo, en cambio lo industrial se vincula con la producción en serie, la velocidad a la que se produce y la tecnología.

Algunas necesidades que propiamente ya no son innatas del ser humano, como es el caso de la alimentación, son por ejemplo las necesidades de estatus, poder y de permanencia. La manera en que los individuos satisfacen sus necesidades depende de su historia, capacidad económica, experiencias, conocimientos y entorno cultural.

El estatus social representa un elemento esencial para las clases medias, por tal motivo tienden a consumir alimentos que consideran con cierto prestigio y que se encuentran a su alcance económico, lo cual incentiva sus ideas aspiracionales. Este fenómeno es una de las cosas que han repercutido de manera directa en el desarrollo y éxito de las franquicias y locales del área de comida rápida.

La clase media mexicana busca ser parte de las tendencias y aspiraciones cosmopolitas implantadas en el actual modelo capitalista, esto se puede apreciar en sus hábitos alimentarios.

Los hábitos de consumo de alimentos se encuentran íntimamente vinculados con el aspecto monetario, por ende la desigualdad económica entre las clases sociales es un factor indispensable para entender cómo algunos sectores de la población tienen la capacidad adquisitiva para consumir por lo menos una vez por semana alimentos del área de comida rápida, que en comparación con la comida que se prepara en el hogar o se vende en otros lugares como fondas o restaurantes estilo bufet, suelen tener un precio más elevado.

A pesar de que la accesibilidad a los alimentos está relacionada con el ingreso económico de los individuos, un mayor ingreso no necesariamente implica un mejor nivel de nutrición o una dieta de calidad.

Los individuos constantemente transmiten información social ya sea de manera voluntaria o involuntaria. Los lugares en los que se desenvuelven o las formas de comportamiento brindan identidad. Todo individuo tiene cierta necesidad de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado, esto ocasiona que en no pocas ocasiones los individuos comiencen a desplegar determinados hábitos y estilos de vida.

El proceso globalizador no sólo repercute en el ámbito económico, también ejerce influencia en los procesos alimenticios desde la producción de los alimentos hasta el consumo de los mismos.

A raíz del rápido proceso de industrialización y urbanización que se dio con la Segunda Guerra Mundial y la apertura de fronteras en México con el Tratado de Libre Comercio TLC, los hábitos de consumo de la población se han transformado de manera especial en las principales ciudades del país.

La gastronomía mexicana se ha caracterizado a nivel internacional por ser dinámica y abierta a las diferentes propuestas gastronómicas, a lo largo de la historia se ha enriquecido de elementos gastronómicos de otras culturas esencialmente por la Española debido al fenómeno de colonización y la Árabe. El resultado de las influencias en la cocina mexicana, es que hoy en día existen y conviven en nuestro país diferentes formas tradicionales de otras culturas las cuales son una manera de reafirmar una identidad pero al mismo tiempo constituyen estándares establecidos en la sociedad de consumo global, prueba de ello son las famosas franquicias de comida rápida que existen en los centros comerciales.

El sistema de franquicias ha sido uno de los elementos destacables del proceso globalizador, ya que ha permitido el crecimiento de negocios a nivel internacional sin modificar sus características esenciales, únicamente realizando algunos cambios con el objetivo de satisfacer los gustos locales. Los restaurantes de comida rápida son unas de las franquicias de mayor relevancia hoy en día. La entrada de franquicias extranjeras principalmente en la década de los ochenta y noventa a raíz del TLC, impacta de manera relevante en los hábitos de consumo de los mexicanos.

Sin lugar a duda, las franquicias de comida rápida han sabido detectar y aprovechar las actuales tendencias de consumo logrando implantar su manera de hacer negocio. Dichas preferencias de consumo se derivan de igual forma de ciertas tendencias que se han dado en la población entre ellas: las familias más reducidas, es decir con menos integrantes, la incorporación de la mujer al sistema laboral, la falta de tiempo por ejemplo. Hoy en día todo apunta a cuestiones como la cercanía, practicidad y velocidad.

Es un hecho que el capitalismo global ha repercutido de manera significativa en las relaciones culturales internacionales, ocasionando cambios que a su vez han dado lugar a contradicciones en diversas áreas de la vida humana y sociedades, llegando incluso a crear en el individuo una crisis de identidad.

La diversidad cultural en el aspecto de la alimentación es algo inevitable que puede ser una fuente de enriquecimiento cultural, sin dejar de lado nuestras tradiciones, sin embargo el hecho de comer comida rápida cosmopolita se percibe más como una tendencia, un fenómeno comercial y una actividad que aparentemente proporciona estatus y no como un elemento necesario que brinda la posibilidad de conocernos a nosotros mismos.

Un fenómeno como la globalización es inevitable, sin embargo para contar con la capacidad de asimilar otras influencias culturales sin que esto conlleve a cuestiones como la pérdida de identidad, es indispensable tener conocimiento, entender y aceptar la cultura propia.

Se puede hablar de que hoy en día existe una globalización cultural que surge a raíz de la interacción y contradicciones en los procesos económicos y sociales de relaciones llevados a cabo por las sociedades, dichos procesos se pueden contextualizar en: 1) la apertura de los mercados, que implica el liberalismo económico y el intercambio de las mercancías alrededor del mundo. 2) los modelos de organización principalmente de las ciudades como consecuencia del capitalismo industrial. 3) el impulso y desarrollo de las comunicaciones y nuevas tecnologías lo que da paso a fuentes de información.

La globalización ha traído consigo un conjunto de procesos de homogenización a la par de que genera contradicciones debido a que enfatiza las diferencias culturales creando a su vez procesos de fragmentación, donde por supuesto aplica la regla del más fuerte por lo que quien tiene mayor poder dentro de la sociedad internacional es quien generalmente tiene mayor predominio y jerarquiza la diversidad cultural.

Fuentes

Arroyo, Belmonte Rocío. *Los cambios y desafíos del mundo en el siglo XXI: contradicciones entre la diversidad cultural y el capitalismo global*. UNAM.FCPYS. Tesis. México, 2005.

Assael, Henry. *Comportamiento del Consumidor*. Ed. Thomson. Sexta edición. México, 1999.

Blackwell, Roger D. *Comportamiento del consumidor*. Novena edición. Ed. Thomson. México, 2002.

Bassi, Eduardo. *Globalización de Negocios: construyendo estrategias competitivas*. Ed. Limusa. México D.F. 2008.

Bourdieu, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. España, 1998.

Cáceres, Nevot Juanjo. *Comensales, consumidores y ciudadanos. Una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XXI*. Ed. Montesinos. España, 2010.

Carreño, King Tania. *La Cocina Mexicana a través de los siglos. VII. El pan de cada día*. Ed. Clío. 1ª. Edición. México, 1997.

Cejudo, Ruiz Erica Guadalupe. *La gastronomía mexicana como medio de comunicación*. UNAM. FCPYS. Tesis. México, 2006.

Clavé, Montse. *Cocina Mexicana*. Ediciones del Serbal. España, 1995.

Cohen Marshal. *El comportamiento del consumidor. Quienes son, por qué compran y cómo se puede anticipar cada uno de sus movimientos*. Ed. Mc Graw Hill. México, 2006.

Contreras, Jesús. *Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres*. Ed. Alfaomega. México, 2002.

Doode, Shoko. Pérez, Emma Paulina. *Sociedad, economía y cultura alimentaria*. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. 1994.

Schlosser, Eric. *Fast Food*. Primera edición. Ed. Debolsillo. España, 2003.

Gamboa, Benjamín. *Cultura Gastronómica*. Ed. Diana. México, 1986.

González, Turmo Isabel. *Comida de rico, comida de pobre. Los hábitos alimenticios en el Occidente Andaluz (Siglo XX)*. Universidad de Sevilla. España, 1995.

González de la Vara Martín. *La cocina Mexicana a través de los siglos. V. Tiempos de guerra*. Ed. Clío. México, 1997.

Harp, Yunes Luis Eduardo. *El desarrollo de las franquicias en México*. UNAM. FCPYS. Tesis. México, 1999.

Hoyer, Wayne D. *Comportamiento del consumidor*. Cengage Learning Editores. Quinta Edición. México, 2010.

- Iturriaga, José N. *La cultura del antojito*. Ed. Diana. México, 1993.
- Kennedy, Diana. *Las cocinas de México*. Ed. Harla. México, 1990.
- Lisón, Arcal José C. *La globalización que nos quieren vender. Una visión cultural*. Ed. Nivola libros y ediciones. España, 2003.
- Long, Janet. *Conquista y comida. Consecuencias del encuentro de dos mundos*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, Tercera Edición 2003.
- López, Espinoza Antonio. *Comportamiento alimentario: una perspectiva multidisciplinar*. Ed. Universitaria. Guadalajara, 2009.
- López, Santillán Ricardo. *Clase media capitalina: recomposición de su espacio social y urbano (1970-2000)*. Universidad Nacional Autónoma de México. 2008.
- Loredo, José Inés. *Historia de la comida en México*. Ed. Diana. México, 1993.
- Luna, Susano Nayeli Vianey. *Desigualdad social y gasto alimentario, en zonas urbanas, en México. El cambio en los patrones de consumo*. UNAM. FCPyS. Tesis. México, 2007
- Martínez, Gozález-Tablas Ángel. *Economía Política de la globalización*. Ed. Ariel, S.A. Barcelona. España, 2000.
- Montanari, Massimo. *El mundo en la cocina. Historia, identidad, intercambios*. Ed. Paidós. Buenos Aires, 2003.
- Muro, Sánchez José Guadalupe Ricardo. *Don Taco y Mister Hamburguer: El simbolismo identitario del taco en la alimentación de los mexicanos el reportaje como instrumento para difundir la investigación sociológica*. México, 2004.
- Rivas, Javier Alonso. *Comportamiento del consumidor decisiones y estrategia de Marketing*. Ed. ESIC. Madrid, 1997.
- Sánchez Martínez Alicia Verónica. *Gastronomía y memoria de lo cotidiano. Un análisis discursivo en las descripciones de las recetas*. Ed. Plaza y Valdés. México, 2007.
- Schiffman, Leon G. *Comportamiento del Consumidor*. Octava edición. Ed. Pearson Educación. México, 2005.
- Solleiro José Luis. *Estrategias competitivas de la industria alimentaria*. Plaza y Valdés Editores. México, 2003.
- Solomon, Michael R. *Comportamiento del consumidor*. Séptima edición. Ed. Pearson Educación. México, 2008.
- Veraza, Jorge. *Los peligros de comer en el capitalismo*. Primera edición. Ed. Itaca. México, 2007.
- Vidal, Carou M. Carmen. *¿Sabemos lo que comemos? Salud y seguridad alimentaria, del colmado a casa*. Ed. RBA. Barcelona, 2003.

Fuentes electrónicas

Duana, Ávila Danae. *Patrones de consumo alimentario en México de 1992 al 2002. El caso del maíz, trigo y frijol*. Universidad Autónoma de Coahuila. Centro de Investigaciones Socioeconómicas
En: <http://www.eumed.net/libros/2009d/619/patrones%20de%20consumo%20en%20Mexico.htm>

Duana Ávila y Benítez Martínez. *Situación actual de los alimentos en México* en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 127, 2010. Texto completo en
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2010/dabm.htm>

López, Alma. *El auge, franquicias de restaurantes y comida extranjera*. En
<http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=28206&pagina=7>

Massieu, Trigo Yolanda. *El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo*. En
<http://www.analiseconomico.com.mx/pdf/3612.pdf>

Meneses, Juan. *La Gastronomía Europea en México*. 28 de abril de 2007. En
<http://cuentosjuanmeneses.blogspot.mx/2007/04/la-gastronomia-europea-en-mexico.html#!/2007/04/la-gastronomia-europea-en-mexico.htm>

Méndez, Gabriela. *Las tiendas de conveniencia y el fast food*. Mercadotecnia Global. Revista de Mercados y Negocios Internacionales. Universidad Jesuita de Guadalajara. En
http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=335&Itemid=122

Tadeo, Margarita. Boletín informativo de la videoconferencia: *La importancia del maíz en México y su proyección al mundo*. Departamento de Educación a Distancia. UNAM. 12/05/09. En
<http://www.cuautitlan.unam.mx/descargas/edudis/boletines/2009/DED-2009-14.pdf>

Ugarte, Jesús. *Asea e Italianni's, un acuerdo ganador*. CNEXPANSIÓN. 12 de diciembre de 2011. En
<http://www.cnnexpansion.com/negocios/2011/12/09/alsea-come-italiannis-buena-decision>

Zapata, Adela. *El comportamiento del consumidor mexicano*. Julio, 2007.
En <http://mx.nielsen.com/press/Elcomportamientodelconsumidor.shtml>