



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LA SAZÓN DE MÉXICO:
PROYECTO RADIOFÓNICO

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

PRESENTAN

MEJÍA ALVA DEJANIRA
TOVAR MEJÍA GABRIELA MARICRUZ

Asesora de tesis

Dra. Graciela Martínez Matías



México, 2016
CDMX



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, porque sin su apoyo nada de esto sería posible. Gracias por sus enseñanzas, su amor, y porque nunca dejaron de creer. Todo lo que soy se los debo a ustedes y todos mis éxitos siempre serán para ustedes. Los amo.

A Javier, Laura, Beba, Jorge, Abuelita, Margarita, Ricardo, Rosa, Dulce, Andrés y Chava por su apoyo y porque cada uno de ustedes son una parte especial e importante en mi vida, gracias por estar y formar parte de lo que soy.

A Gaby, por aceptar recorrer este camino conmigo, por compartir las alegrías, las tristezas, frustraciones, horas de trabajo y por siempre impulsar este proyecto. ¡Lo logramos! Te quiero mucho y mil gracias.

A la Doctora Graciela, por su paciencia y por aportar su gran conocimiento a este proyecto que sin ella no sería posible. Muchas gracias.

A Danae Romero y Daniel Ruiz, por su apoyo tanto profesional como personal para que este sueño se realizara. Gracias por creer en mí.

A Beto, por ser mi gran apoyo, por estar y nunca dejar que me rindiera. Gracias por caminar a mi lado y formar parte de este logro. Te amo.

A la UNAM, por permitirme formar parte de su gran comunidad y por brindarme no sólo lecciones académicas, sino lecciones de vida.

Dejanira Mejía

*“Son muchas las manos y los corazones
que contribuyen al éxito de una persona”*

Walt Disney

Gracias Doctora Graciela por el apoyo que nos brindó durante este camino, por creer en nosotras y por permitirnos aprender de usted cada momento. Gracias por mostrarme que la radio es capaz de hacerte viajar, soñar, imaginar y crear cosas que parecen imposibles.

Gracias a mis padres por siempre estar ahí, por apoyarme en cada paso y creer en mí y en mis decisiones, sin su apoyo hoy no sería la persona que soy. Los amo.

Gracias a mi hermana por ser mi ejemplo a seguir, por mostrarme que no hay cosas imposibles, por apoyarme en cada locura, por ayudarme a cumplir mis sueños y por recordarme que aunque las cosas parezcan difíciles la suerte siempre está de mi lado.

Gracias a mis abuelos. Se quedan en mi corazón.

Gracias Deja por recorrer este camino conmigo, por compartir ese amor por la comida que quedó plasmado en este trabajo, después de todo, las risas y los momentos difíciles valieron la pena. ¡Lo logramos! Te quiero.

Gracias Javier y Héctor por su paciencia y por su apoyo incondicional. Gracias Kari, Vero, Brenda, Juan Carlos, Roberto y Gerardo por formar parte de este trabajo con sus voces.

Gracias a la UNAM por permitirme aprender de excelente profesores. Gracias por brindarme las herramientas para concluir mi carrera con éxito.

Gabriela Tovar

Contenido

<u>Introducción: Preparando la receta</u>	7
<u>I. Aperitivo: Dip de identidad cultural.</u>	11
1.1 ¿Qué es a cultura?	12
1.2 ¿Qué es la identidad?	16
1.2.1 Rasgos Identitarios	19
1.2.2 Identidad Colectiva	21
1.2.3 Identidad en el tiempo	23
1.2.4 La identidad cultural	24
1.2.5 La identidad y la gastronomía	26
1.2.6 Crisis de la identidad cultural	27
1.3 Identidad cultural y cohesión social	28
<u>II. Sopas y pastas: Sopa Gastronómica</u>	30
2.1 Ingredientes: Alimentación, Cocina, Gastronomía y Arte culinaria	32
2.2 Detrás de cada sabor, hay una historia	36
2.2.1 Gastronomía: cultura del paladar	37
2.2.2 La gastronomía: Elemento de cohesión social	40
2.2.3 Gastronomía como símbolo cultural	41
2.3 Historia de la gastronomía	44
2.3.1 Las primeras civilizaciones	48
2.3.2 Edad Media	52
2.3.3 Edad Moderna	53
2.3.4 Edad Contemporánea	58
2.3.5 Gastronomía industrial	60
2.4 Caso México	64
2.4.1 Mezcla de sabores: La conquista y el surgimiento de la nueva nación	66

2.4.2 México Moderno	68
2.5 Conclusiones	71
<u>III. Plato Fuerte: Brocheta Mediática</u>	74
3.1 Cocina a color	80
3.1.1 En tu cocina...con Chepina	81
3.1.2 La primera receta	83
3.1.3 Innovando la receta	85
3.1.4 Con sabor internacional	89
3.1.5 Especialidad de la casa	90
3.2 De la mesa a la pantalla grande: La cocina en el cine	92
3.3 Radio y gastronomía: De la cocina a tus oídos	95
3.3.1 Un bocado de gastronomía: secciones	95
3.3.2 Sabores a la radio: Cápsulas	97
3.3.3 Platillo Radiofónico: Programas	99
3.4 Conclusiones	103
<u>IV. La Sazón de México: Proyecto Radiofónico.</u>	105
4.1 Nombre del proyecto y slogan	105
4.2 Justificación	105
4.3 Objetivo general	109
4.4 Objetivos particulares	110
4.5 Público	110
4.6 Estrategia básica	110
4.7 Patrocinadores	112
4.8 Financiamiento	114
4.9 Formato y contenido	115
4.10 Desarrollo del programa	115
4.11 Escaleta	119
<u>V.Conclusiones Generales</u>	120

Bibliografía	123
Fuentes Hemerográficas	125
Fuentes Electrónicas	125

Anexos

Guiones

CD "La Sazón de México"

INTRODUCCIÓN

PREPARANDO LA RECETA

“No hay amor más sincero que el amor a la comida”.

George Bernard Shaw

El siguiente trabajo de investigación es una aproximación a dos conceptos básicos que es necesario conocer para el estudio completo y sistemático de la sociedad: cultura e identidad. Ambos, han sido abordados por autores de distintas corrientes y disciplinas, que nos han ofrecido conceptos diversos en lo que respecta a estos términos, pero la mayor parte de ellos concuerdan en que ambas se interrelacionan, interactuando una con la otra, de forma simultánea.

La identidad del individuo y la cultura, como un producto social, interactúan y dan paso a conformar la identidad cultural, que no sólo se aplica e influencia al individuo, sino a la colectividad, a la sociedad de la que éste forma parte. Esta identidad cultural, se encuentra conformada por la lengua, las artes, tradiciones, costumbres y también, por la comida.

La comida no sólo constituye la alimentación física del individuo, sino que constituye en sí misma el arte culinario, la tradición y costumbres gastronómicas, es una parte constitutiva e indisoluble de la cultura de una nación. La comida, como una parte fundamental de la cultura y de la identidad de un pueblo, es un tema que ha sido poco estudiado de manera seria.

Esta investigación, tiene entre sus objetivos demostrar la importancia de la comida, entendida como tradición culinaria, arte gastronómica y una parte integral de la

cultura, que brinda una identidad definida a una sociedad y a los individuos que la conforman. Esto, con el propósito de sustentar la importancia de la difusión de la cultura gastronómica, como un agente de identidad cultural, en medios de comunicación como lo son la radio y la televisión.

El utilizar medios de gran alcance, como la radio y la televisión, es una gran herramienta para la difusión de la tradición gastronómica mexicana, para volver a identificar a los mexicanos con su cultura culinaria, misma que se ha venido modificando con el correr del tiempo; y la incursión de nuevas modalidades en la alimentación, tales como la *Fast Food* (comida rápida).

Por ello, se propone una serie de cápsulas de radio, titulada "*La Sazón de México*", en las que se aborda el tema de la cultura gastronómica, desde una perspectiva entretenida y sustentada en hechos históricos, sociales y antropológicos, culturales, mismos que le dan a la comida una profundidad no sólo en sabor, si no en significado.

Con esta investigación conoceremos la importancia que tendrá la propuesta radiofónica, que intenta rescatar nuestra identidad cultural en lo que respecta a lo culinario.

El marco teórico gira en torno a los estudios culturales, una corriente teórica interdisciplinaria que integra un acercamiento completo a la cultura como un hecho social, antropológico y simbólico. En este caso, principalmente nos acercaremos a las definiciones de Clifford Geertz, quien sobre todo, tomó una postura semiótica y definió la cultura como un conjunto de estructuras de significación socialmente establecidas.

Uno de los problemas en el estudio y teorización de la cultura, es la forma de abordar el estudio de lo social. El autor nombró dos formas de aproximarse a ello:

El eclecticismo, donde se entiende la cultura como una totalidad, en el que las partes que la integran, se relacionan unas con otras, lo que representa una dificultad por querer abordar solamente un aspecto de la cultura. En esta perspectiva, el estudio e investigación resulta demasiado complejo para su comprensión, tanto por parte del autor, que puede caer en un desvío del objetivo, y para el lector que pudiera confundirse.

Y la extrema delimitación, donde se toma un solo aspecto de la cultura, aunque ésta se considere como un todo integrado. El teórico debe de abstraer y delimitar sólo el aspecto de su interés de estudio, y deja de lado otros que pudieran ser importantes para su investigación.

Por ello, Geertz propone que el estudio de la cultura debe realizarse de una forma muy “flexible”, integradora, donde se tomen en cuenta diversos factores que permitirán al teórico aproximarse de mejor forma a su estudio.

La metodología propuesta para esta investigación será de carácter documental. Se revisarán bibliografías especializadas en lo concerniente a los estudios de la cultura, la identidad y la identidad cultural; además, claro, de lo concerniente a la gastronomía y las artes culinarias. También se utilizarán algunos métodos de observación externa, con producciones televisivas y radiofónicas, que han tomado el tema de la gastronomía como tema central de sus propuestas y cuyo análisis resulta pertinente para los antecedentes de esta investigación.

En el primer capítulo, titulado ***Aperitivo: Dip de Identidad Cultural***, se abordan los conceptos referentes a “*Cultura*”, “*Identidad*” e “*Identidad cultural*”; para posteriormente, hacer la relación entre ellos y la cultura culinaria, que conforma también parte de la identidad cultural. Se retomarán teorías de análisis cultural, sobre todo, tomando principalmente a Clifford Geertz. Asimismo, se abordará la cuestión de cómo hemos llegado a una crisis de identidad cultural, a causa de la transformación de nuestra comida.

El segundo capítulo, ***Sopas y pastas: Sopa Gastronómica***, aborda la definición de “Gastronomía”, y la concepción de la gastronomía como un símbolo de la cultura; posteriormente, se da una breve reseña de la historia de la gastronomía en el mundo para conocer sus orígenes y finalmente, aterrizar en el caso México, su historia y su situación actual.

En ***Plato Fuerte: Brocheta Mediática***, el tercer capítulo, se observan los distintos programas, tanto de radio como de televisión, que han tomado el tema culinario como parte central de sí mismos, y que han influido en la creación de la serie radiofónica, “*La Sazón de México*”.

En ***La Sazón de México: Proyecto Radiofónico***, se expondrá el proyecto de producción del programa radiofónico dedicado al arte culinario, cuyos primeros guiones, se entregan de forma anexa en la última parte de este trabajo.

El presente trabajo de investigación es una aproximación a la gastronomía, no sólo como una forma determinada de preparar alimentos, sino como una cuestión simbólica, con bastante complejidad, que revela la identidad de una cultura en un espacio y tiempo determinados. Su relevancia consiste en rescatar la identidad cultural mexicana expresada en el arte culinario, pues al adoptar modos ajenos al nuestro, se ha modificado y nos ha llevado a una situación en la que los valores tradicionales de México y sus sabores, han perdido trascendencia.

CAPÍTULO I

APERITIVO: DIP DE IDENTIDAD CULTURAL

“Dime lo que comes y te diré al Dios que adoras, dónde vives, a que cultura perteneces y en cuál grupo social estas incluido”.

Sophie Bess.

La sociedad es un sistema complejo, que se basa y evoluciona en correlación a la interacción entre los sujetos que la conforman y hacen uso de diversos espacios, para generar una convivencia que involucra el uso de símbolos comunes.

Éstos se construyen a partir de rasgos distintivos, como el idioma, la vestimenta y la comida, integrando aquello que conocemos como cultura y que permite sentar las bases el reforzamiento de una identidad como individuos y sociedad.

Los seres humanos representan en la sociedad, al engrane central que se nutre del resto, para poder funcionar adecuadamente, es decir, se toman elementos como los modos de comportamiento e ideologías que se han ido desarrollando a través de generaciones, para implementarlas en la formación, tanto como individuos y miembros de una comunidad.

De tal modo, que la cultura se convierte en el primer eslabón que brinda al individuo una gama de elementos, de los cuales puede escoger aquellos con los que se identifica, integrando la identidad que lo diferenciará frente al resto de los sujetos, tanto de su misma sociedad como de otras ajenas a la suya.

La cultura y la identidad representan un tejido para la sociedad, que se encarga de entablar y fortalecer las relaciones entre los individuos, siendo capaz de crear fuertes lazos, que pueden mantenerse con el transcurso de los años o verse deteriorados por diversos factores, como la falta de convivencia o los conflictos. Sin

embargo, los elementos que las componen tienen el objetivo de perpetuar al organismo, tanto individual como social, pues los seres humanos, son, como mencionó Aristóteles, “*animales sociales*”.

Ante la importancia del tema, es vital tener clara una definición de los conceptos *cultura* e *identidad*, para señalar sus características y peculiaridades, que van a permitir sentar las bases, para desarrollar una investigación que impacte en la cohesión social, fortaleciendo la identidad y la cultura, en relación a los platillos mexicanos.

1.1 ¿Qué es la cultura?

La base de una sociedad está en su historia, el pasado que deviene a la creación del presente, en las tradiciones que establecen una forma de vida y en las creencias que llevan a un actuar específico del individuo y la sociedad de que forma parte. Todo esto envuelto por una palabra, *cultura*, partiendo de la definición, tantas veces citada, por los investigadores antropológicos de Kahn, quien la define como “*todo aquel complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad*”.¹

Esta definición, abordada desde una perspectiva social antropológica, permite estudiar al ser humano desde sus distintas dimensiones, plasmando su variabilidad y modos de comportamientos sociales a través del tiempo, creando una concepción integral y no parcial.

Kahn sirvió como punto de referencia para quienes decidieron continuar estudiando la cultura, si bien es cierto, que engloba elementos como las creencias y las costumbres; también se inscribe dentro un contexto social determinado, es

¹ GIMÉNEZ Gilberto, *Teoría y análisis de la cultura*, México, CONACULTA, 2005, p.1.

decir, está sujeta a un proceso de evolución, marcado por el ritmo de cada sociedad y los individuos que la conforman.

Por ello resulta indispensable, analizar la cultura desde una perspectiva social que nos proporcione los elementos necesarios para comprenderla en nuestra vida diaria.

Otros pensadores, hacen acepciones afines de este concepto. Bronislaw Malinowski la establecía como *“la herencia social [...] Es una realidad instrumental que ha aparecido para satisfacer las necesidades del hombre que sobrepasan su adaptación al medio ambiente. La cultura es un todo integrado”*,² mientras que Melville J. Herskovits apoyaba esta postura al definirla como *“la parte del ambiente hecha por el hombre (...) La porción aprendida de la conducta humana”*.³ De esta forma, la cultura es todo producto proveniente del ser humano y que se forja de forma independiente a la de la naturaleza, por medio de convenciones sociales integradas en un todo.

Para Clifford Geertz, esta perspectiva social involucra tres fases, la concreta, la abstracta y la simbólica, convirtiendo así, a la cultura, en una *“telaraña de significados manifiestos en formas simbólicas que, al tiempo se transmiten, inciden en la experiencia de los individuos y, mediante la comunicación, esta experiencia – y lo que ella encierra en términos de concepciones y creencias- es compartida”*⁴ y termina por impactar en la estructura de una sociedad entera.

La *fase concreta*, es aquella que engloba las costumbres, aquellos hábitos que como seres humanos adquirimos a partir de la práctica frecuente de acciones específicas, por ejemplo, el saludar a una persona o comer con cubiertos.

² MALINOWSKI, Bronislaw. *Una teoría científica de la cultura*, Edhasa, Primera Edición, España, 1981.

³ TAFETAN, Miriam. *Comer pensamientos [en línea], Quince definiciones de cultura*. Dirección URL: <https://madametafetan.wordpress.com/2010/09/18/quince-definiciones-de-cultura/> Visitado el 10-08-2015, 11:38 hrs.

⁴ GIMÉNEZ, Gilberto, *Op. Cit*, p.6.

Por su parte, la *fase abstracta*, se refiere a los modelos de comportamiento que se establecen, es decir, estructuras socio-cognitivas compartidas, esto en función de las convenciones establecidas y la manera en que interactuamos con el entorno y el resto de los individuos.

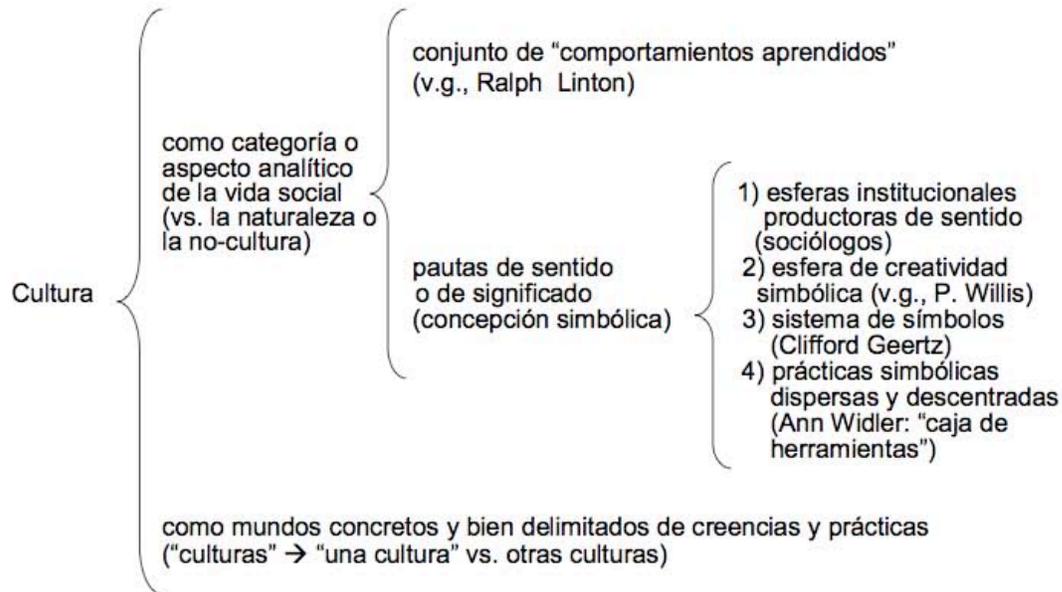
La última fase, es la simbólica, encargada de dotar de significados a cada una de las costumbres y modelos de comportamiento que adquirimos como miembros de una sociedad, por ejemplo, la celebración del día de muertos, adquiere un significado para la sociedad mexicana en relación a la honra de los difuntos, a diferencia de otros países de América Latina.

De tal modo que dentro de estas perspectivas sociales que conforman a la cultura, encontramos un conjunto de significados y representaciones, que adquieren por sí mismas una definición que intervendrá con nuestro desarrollo individual y estará determinado, además, por la sociedad en la que nos desenvolvamos.

Estas representaciones sociales describen y explican nuestra realidad, estableciendo formas de decir y hacer, que generan cohesión en un grupo de individuos que busca integrarse y comprender a su sociedad. Por tanto, la cultura no puede existir ni existe de manera abstracta, requiere estar inmersa en un mundo cultural concreto que descifre la realidad, implicando, por definición, una referencia a contextos históricos y espaciales específicos. La cultura es una entidad real, cuya extensión está inmersa en el quehacer humano.

En el siguiente esquema podemos observar de manera más clara los diferentes sentidos que adquiere la cultura en relación al papel que se le otorga:

LOS DIFERENTES SENTIDOS DE LA CULTURA



Basado en información de la referencia 1.

De tal modo, que en el desarrollo de esta investigación, se observa la cultura como una categoría capaz de analizarse desde un aspecto social, permitiéndonos ubicar en ella, distintas formas simbólicas que pueden ser expresiones, modos de comportamiento, vestimenta, alimentación, acciones y otros elementos, que permitan sentar las bases para la creación de significados culturales.

Así, es posible identificar que detrás de un concepto simbólico otorgado a determinada actividad, *se encuentran un conjunto de procesos sociales de significación y comunicación.*⁵

Por esto, para entender la cultura, se debe ver al símbolo como una representación, que funcionará como un instrumento de intervención al mundo y

⁵ Ibídem p.5.

como forma de ordenamiento de una colectividad. El símbolo es inherente al ser humano y forma parte de todos los procesos de la vida cotidiana, tanto en lo concreto y real, como en lo fantástico e imaginario.

Logrando así, observar a la cultura como un conjunto de símbolos, que entretejen entre sí, una gama de significados que está orientada a darle valor cultural a cada una de las actividades y procesos generados por los distintos individuos que conforman a la sociedad; esto tomando en cuenta la variación en el valor y el sentido que cada individuo le otorga para conformar su identidad cultural.

1.2. ¿Qué es la Identidad?

Para el sociólogo Gilberto Giménez, la aparición del concepto de identidad ⁶ en las ciencias sociales, es relativamente reciente, sin éste, no sería posible explicar la interacción social, porque ésta implica, que los individuos involucrados se reconozcan recíprocamente a partir de los elementos distintivos que saltan de su identidad. Entendiendo por ésta *“el conjunto de propiedades y atributos específicos estables, considerados como constitutivos de entidades que se mantienen constantes y sin mayores variaciones a través del tiempo”*.⁷

Es decir, podemos entender la identidad como el conjunto de rasgos que caracterizan a una persona, los cuales en su mayoría, se mantienen constantes a lo largo de su vida, lo que se denomina como carácter; mientras que otros sufren algunas modificaciones con el paso de los años, lo que se conoce como personalidad. Desde los rasgos más mínimos, hasta aquellos que son trascendentales, conforman lo que denominamos identidad.

⁶ Gilberto Giménez dice que la identidad se predica en sentido propio solamente de sujetos individuales dotados de conciencia, memoria y psicología propias, y sólo por analogía de los actores colectivos, como son los grupos, los movimientos sociales, los partidos políticos, la comunidad nacional y, en el caso urbano, los vecindarios, los barrios, los municipios y la ciudad en su conjunto.

⁷ AMPARÁN, Chihu Aquiles (comp.) *Sociología de la identidad*, UAM-Porrúa, México, 2002, p.37.

Por ejemplo, entre los niños esta identidad responde a las preguntas existenciales primarias: quién soy, qué soy, de dónde vengo y hacia dónde voy. A partir de estos cuestionamientos es que el ser humano es capaz de obtener respuestas a partir de su aprendizaje diario, que lo dota de experiencias que provienen de su realidad.

Conforme va creciendo, se recolectan diferentes hábitos, gustos, modales, tradiciones y formas de vida, que permiten construir una identidad definida, asumiendo comportamientos e ideales que les son propios y los hacen únicos. No sólo se trata de las acciones que se adoptan como propias, sino también las ideas que devienen de ellas y que se integran en la persona.

De forma que la identidad se atribuye en primera instancia a una unidad distinguible, que adquiere una función particular que permite que un objeto, persona o animal, se distinga del resto de su especie.

Por ejemplo, en el caso de objetos, podemos hablar de unidades distinguibles, definidas y categorizadas, a partir de rasgos objetivos observables, como el color, la textura, las medidas, la forma, entre otras; pero en el caso de las personas, esta capacidad de distinguirse de los demás, también tiene que ser reconocida por los otros.

Esta posibilidad de distinción, se ve inmersa en los diferentes contextos de interacción y de comunicación que se establecen en la convivencia diaria permitiendo instaurar las bases para integrar una *identidad cualitativa*. En esta identidad, los individuos somos capaces de conformar, mantener y manifestar determinados rasgos de comportamiento, en los procesos de interacción y comunicación social.

Además, la construcción de esta identidad se convierte en un proceso que busca configurarse, a partir de las condiciones de cada persona, presentes desde el momento de nuestro nacimiento, junto a ciertos hechos y experiencias básicas.

De tal forma que la identidad se forma otorgando al ser humano una imagen compleja sobre sí mismo, como individuo y como miembro de una sociedad determinada, y al mismo tiempo, le permite actuar de forma coherente según lo que piensa y siente.

En suma, toda identidad, ya sea individual o colectiva, requiere ser reconocida ante los demás para que exista social y públicamente, nos referimos, entonces, a una doble dimensión de reconocimiento que es capaz de generar diferentes posibilidades de configuración identitaria.

Alberto Melucci, sociólogo italiano, elaboró una tipología elemental que nos permite distinguir, de manera analítica, cuatro posibles configuraciones identitarias:

- 1) *Identities segregadas*: Cuando el actor se identifica y afirma su diferencia, independientemente de todo reconocimiento por parte de otros.
- 2) *Identities hetero-dirigidas*: Cuando el actor es identificado y reconocido diferente por los demás, pero él mismo posee una débil capacidad de reconocimiento autónomo.
- 3) *Identities etiquetadas*: Cuando el actor se auto identifica en forma autónoma, aunque su diversidad ha sido fijada por otros.
- 4) *Identities desviantes*: Existe una adhesión completa a las normas y modelos de comportamiento que proceden de afuera, de los demás: pero la imposibilidad de

ponerlas en práctica, nos induce a rechazarlos mediante la exasperación de nuestra diversidad.⁸

La tipología de Melucci, ilustra como la identidad de un determinado individuo, resulta de una especie de transacción entre un auto-reconocimiento y hetero-reconocimiento, permitiendo configurar entonces una identidad concreta que posee un carácter intersubjetivo y relacional; siendo así, la identidad, un producto de la interacción entre el individuo y el entorno social que lo rodea.

*“En suma, la identidad de un actor social emerge y se afirma sólo en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, la cual frecuentemente implica relación desigual y, por ende, luchas y contradicciones”.*⁹

1.2.1 Rasgos Identitarios

Como se pudo observar anteriormente, la conformación de una identidad, se da a partir del choque e integración de las diferentes identidades que los actores sociales van adquiriendo, como individuos, a lo largo de su vida; pero también resulta sumamente importante, destacar en qué momento son capaces de observar, de manera clara, cuáles son los rasgos que los distinguen del resto de los actores sociales.

Pues bien, esta distinguibilidad implica la presencia de diversos elementos, comportamientos o rasgos, que dotan a cada individuo de características específicas, para consolidarlos como una unidad única e irrepetible, ya sea características muy marcadas o simplemente rasgos muy sutiles que hacen la diferencia entre un individuo y otro.

⁸ GIMENEZ Gilberto, *Materiales para una teoría de las identidades sociales*, UNAM, p.3.

⁹ *Ibíd*em p.6.

A través de diversas investigaciones, se han destacado tres series de elementos, que son capaces de homologar de la forma más aproximada, a los elementos diferenciadores de una identidad como actor social.

En primer lugar, se ubica **la pertenencia** a una pluralidad de colectivos, relacionada con la integración a categorías, grupos, redes y grandes colectividades. Después se encuentra la presencia de un conjunto de **atributos idiosincráticos** o relacionales, seguidos de una **narrativa biográfica** que se encarga de acumular la historia de vida y la trayectoria social de cada individuo.

La pertenencia, vista como la necesidad natural del individuo a congregarse y a formar parte de un grupo social; los atributos relacionales y su propia narrativa biográfica, su historia como individuo, se conforman integralmente para dar existencia a la identidad del sujeto, no como un individuo aislado ni como producto meramente social, sino como el resultado de la interacción inter e intrapersonal, entre sí mismo y su entorno social.

Por tanto, el actor social es capaz de verse a sí mismo y, en paralelo, es reconocido por el resto de los individuos, como miembro activo de un grupo que posee determinados atributos, mismos que configura de acuerdo a un pasado biográfico intransferible e irrenunciable.

Es importante resaltar la importancia de estos atributos que identifican al individuo ante los demás como parte de un grupo, se mantienen constantes a lo largo de su vida y pueden llegar a modificarse respecto a las necesidades y contexto del entorno en donde se desenvuelve.

El contexto sociocultural en el que determinado sujeto se encuentre inmerso es fundamental y decisivo para la conformación de su propia identidad, configurándose a partir de la interacción con el entorno y la dinámica establecida con el resto de los individuos que integran la sociedad en que se desenvuelve.

De modo que la identidad sólo se construye en función de la interacción con el medio externo, porque si los individuos se encontraran totalmente aislados, sus características individuales resultarían irrelevantes y con poca facilidad de adaptación a un entorno que requiriera interacción social.

La concepción de la identidad es entonces, en sus raíces, una visión del mundo, que parte de una percepción refleja del ser humano que debe responder a diferentes perspectivas del mundo, rasgos únicos y variables de los diferentes aspectos que rodean a su entorno. Una respuesta interna e individual del sujeto social a la interacción con su entorno y los individuos que lo conforman.

1.2.2 Identidad Colectiva

Es necesario comenzar a adentrarnos en el tema de las identidades colectivas, aunque algunos autores sostienen abiertamente, que el concepto de identidad solamente puede analizarse desde una visión individual.

Sin embargo, no sólo se realiza la conformación de una identidad como individuos, sino también como actores colectivos, inmersos en un grupo social específico. Estos grupos o colectividades, no necesariamente recaen en una perspectiva, que los define, como la suma de individuos que poseen una identidad individual.

El sociólogo francés, Edmond Lipiansky, reconoce que se trata más bien de *“entidades relacionales que se presentan como totalidades diferentes de los individuos que las componen y que en cuanto tales obedecen a procesos y mecanismos específicos”*.¹⁰

¹⁰ GIMENEZ Gilberto, *Materiales para una teoría de las identidades sociales*, UNAM, p.11.

Esto quiere decir, que los individuos se encuentran vinculados entre sí, por un sentimiento en común de pertenencia, compartiendo símbolos, significaciones y representaciones sociales, orientados a una acción específica.

Los actores colectivos tienen la capacidad de pensar, actuar y comportarse a través de sus representantes, infiriendo así, que la identidad colectiva, es la que permite dotar de significado a las acciones que se realizan de manera conjunta como colectividad, con otros actores sociales.

Por ejemplo, en el mundo de la música, el individuo tiende a identificarse con determinado género, banda o cantante, de modo que, al encontrarse inmerso en una actividad colectiva como lo es un concierto, se sentirá identificado con el resto de los asistentes, porque mantienen un punto en común, la identificación con el personaje en el escenario, que no es sólo un hombre o una mujer, sino que se convierte en el símbolo de un grupo social, de una forma de vida, de un ideal.

Estos rasgos psicológicos y de personalidad, que se adquieren al tener el rol de actores colectivos, generan símbolos y representaciones sociales específicos, que permitirán configurar el pasado de un grupo e integrar una memoria colectiva.

Esta memoria colectiva actuará de manera paralela a la memoria biográfica, que constituimos a partir de nuestra identidad individual. Cabe mencionar, que la identidad colectiva constituye un sector o fracción de la identidad personal, porque ésta se define en primera instancia por las relaciones de pertenencia que se desarrollan cuando el individuo se integra en un grupo social determinado.

Es importante señalar, que no todos los actores que intervienen en una acción colectiva, comparten el mismo grado de significación de las representaciones sociales, que definen la identidad colectiva del grupo al que pertenecen; es decir, aun dentro del mismo grupo social, existe una identidad individual que hace mediaciones entre el conjunto y el individuo.

Si bien somos capaces de convertirnos en actores versátiles que se incluyen en diferentes grupos, no necesariamente debemos uniformar nuestros comportamientos y gustos individuales con el resto de los integrantes. Por ello se dice que la identidad social en el individuo es fragmentaria, porque aunque exista una identificación con otros miembros del grupo social al que pertenece, su propia identidad aún permanece más allá del conjunto.

1.2.3 Identidad en el tiempo

Otra característica fundamental de la identidad, es su capacidad de perdurar en el tiempo y en el espacio, implica tener una visión constante de sí mismo, a través del tiempo, del espacio y en las diferentes situaciones, a las que el individuo o la colectividad, se enfrentan.

Esta dimensión de la identidad, implica que los seres humanos se comportan de manera estable y constante, conservando una imagen que no sólo proyectan hacia sí mismos, sino hacia el resto de la sociedad a la que pertenecen.

Aunque cabe aclarar que esto no significa que durante un largo periodo de tiempo, no existan modificaciones en la identidad individual, sino que ésta se encuentra en constante cambio, en un proceso evolutivo que busca adaptarse al entorno; pero siempre, sin hacer cambios sustanciales y conservando, esencialmente, los orígenes de nuestra identidad.

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que la identidad está definida por el conjunto de representaciones, que permiten comprender, dar sentido, reconocer y explicar una acción, tanto de manera individual como colectiva.

1.2.4 La identidad cultural

En los apartados anteriores, abordamos la definición de identidad y cultura, con la finalidad de tener una visión más amplia sobre dos de los conceptos centrales de esta investigación. No es posible hacer mención de cultura sin hablar de identidad, y tampoco se puede hablar de identidad sin abordar la cultura, pues ambos conceptos están íntimamente ligados.

Para el sociólogo inglés, Warren Kidd, la cultura y la identidad mantienen un fuerte vínculo. Por un lado, la cultura representa lo macro, una gran imagen que incluye todos los elementos que constituyen a una sociedad; mientras que la identidad, es lo micro, aquello que tenemos y representamos como individuos.

Identificando así, a la cultura, como el cimiento necesario para la construcción de una identidad, porque es la encargada de proporcionar los símbolos, significados y objetos, que el individuo necesita para poder identificarse con los demás e integrar su propia identidad, es decir, la manera en que vive y se comporta dentro de un determinado grupo social.

Además, Warren Kidd reconoce que esta manera de vivir, se encuentra integrada por los valores que componen a una sociedad, como el lenguaje, las creencias religiosas, las tradiciones, los rituales, los modelos establecidos de comportamiento y las expresiones intelectuales y artísticas, como la ciencia y la pintura.

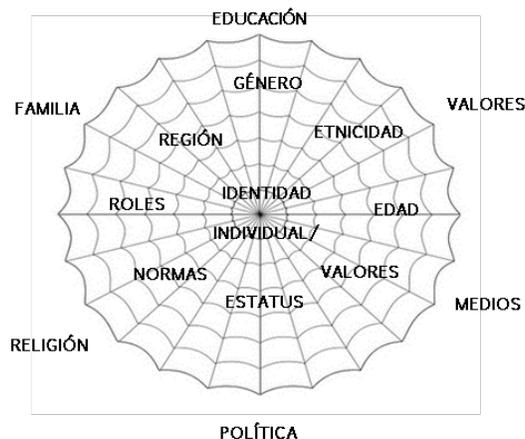
De tal forma, que la cultura proporciona una enorme cantidad de elementos con valor simbólico a los individuos, quienes deciden de manera particular, segmentar y elegir la información que desean recibir, constituyendo así, una identidad cultural.

Definiendo ésta última como “la atribución de un conjunto de cualidades a una población dada, como si la llevara en la sangre”¹¹ y en la mayoría de los casos, ésta es heredada, pero también dependerá su integración del contexto e intereses de cada persona.

Para desarrollar sus identidades – dice Stephen Frosh (1999) – la gente echa mano de recursos culturalmente disponibles en sus redes sociales inmediatas y en la sociedad como un todo. Por consiguiente, las contradicciones y disposiciones del entorno sociocultural tienen que ejercer un profundo impacto sobre el proceso de construcción de la identidad.¹²

Por lo tanto, sin cultura no puede existir una identidad, pues el individuo se va a comportar en función de la cultura y los elementos que ésta le proporciona, para integrar su identidad individual.

Retomemos la definición de cultura de Clifford Geertz, donde reconoce a ésta, como una telaraña de significados, que dota al individuo de elementos, para poder integrar su identidad individual y colectiva. Con la finalidad de ejemplificar esta definición, se ofrece el siguiente esquema de la conformación de la identidad, a partir de símbolos culturales.



¹¹ FRIEDMAN Jonathan. *La identidad cultural y proceso global*, Amorrortu, 2001, p.57.

¹² GIMENEZ GILBERTO, *Cultura e Identidades*, Revista Sociológica Vol.66 UNAM, México, p. 18.

En el esquema, se puede observar en el centro la identidad individual y colectiva, porque el actor social, parte de la configuración de su identidad para poder relacionarse con su entorno, con su realidad.

Esta configuración, se dará en el individuo, a partir de la incursión de diferentes elementos que orbitan en su entorno, como los valores, la familia y la religión, tomando de cada uno de estos, la significación que éste crea adecuada para incluir en su identidad.

Para Jonathan Friedman, autor del texto *Identidad cultural y proceso global*, existen dos tipos de identidad cultural: la primera, en relación al estilo de vida que cada quien elige; y la étnica, que engloba las propiedades atribuidas a cada uno de los miembros de una sociedad.

Estableciendo así, que cada individuo se va encargar de forjar su identidad con base en un núcleo que será inamovible, es decir, la cultura, tomando los elementos y rasgos que considere apropiados para integrar su identidad como individuo y como miembro de una sociedad.

1.2.5 La identidad y la gastronomía

Al igual que el individuo, la gastronomía, como un componente de la cultura, posee una identidad que la dota con rasgos característicos, que la convierten en un tema interesante para su estudio.

No sólo reúne en su complejidad, una gama de ingredientes cargados de significados, sino que además, involucra elementos culturales que se vuelven tradición entre los miembros de una comunidad, reconociendo entre éstos, la preparación y los ritos entorno a la degustación de platillos.

De tal modo, que la gastronomía es capaz de generar, por sí sola, una identidad, que la posiciona como un elemento transcendental para la construcción e integración, de una identidad individual y social, impactando en un aspecto básico para los seres humanos, la alimentación.

1.2.6 Crisis de la Identidad cultural

Como seres humanos, nos encontramos constantemente en un proceso de cambio y evolución que nos exige adaptarnos rápidamente al entorno, buscando alternativas que faciliten este proceso. Estas transformaciones sociales nos dirigen de lo cotidiano hábitos y modos de comportamientos establecidos, a un ritmo de vida que se encarga de generar nuevas necesidades y acciones para poder satisfacerlas.

Actualmente, los individuos se encuentran inmersos en una sociedad acelerada, donde es indispensable tener reacciones rápidas a los estímulos externos; la comunidad habita rodeada de modernidad, temporalidad y banalidades, que se encargan de generar en los seres humanos, una identidad cambiante. Esta alteración en los valores culturales y en la sistemática social, provoca que las tradiciones y costumbres, propias de una comunidad, se hayan alterado en varios sentidos.

Por ejemplo, los hábitos de consumo alimenticio han sido modificados debido al poco tiempo de que disponen los individuos para preparar sus alimentos y la escasa accesibilidad, que existe actualmente, para poder consumir platillos que requieren de un determinado periodo de elaboración. Las sociedades actuales giran en torno a un modelo de eficiencia y rapidez, por lo que ahora se recurre a lo que se conoce como comida rápida.

Esta modificación en los hábitos y costumbres, implica la afectación y deterioro de la identidad y los valores culturales; a pesar de que se trata de una variación en ellos, debido al contexto en el que todo esto se desarrolla. Esto en razón de que existe una contribución de los sujetos, a nivel individual y colectivo, a generar una crisis en su propia identidad cultural, pues han comenzado a adoptar usos y costumbres culturales, que no sólo son distintos de los propios, sino que en cierto sentido, incluso se oponen a ellos.

Como se mencionó anteriormente, la formación de una identidad parte de la base de un conocimiento cultural, que brinda los elementos necesarios para reforzar los rasgos de un individuo, de tal modo, que si un miembro de la sociedad comienza a desdibujar sus rasgos culturales, comenzará a dejar atrás sus raíces.

Esto no implica que como seres humanos, inmersos en un mundo moderno, dejemos atrás un pasado cultural, sino que nos refiere a la existencia de dos mundos que pretenden fusionarse: uno moderno, tecnificado y global, y uno antiguo, tradicional y de costumbres, que conviven dotando a los individuos de rasgos nuevos y existentes.

En el momento que como seres humanos, nos sintamos presionados por las condiciones de un mundo moderno, siempre existe la posibilidad de regresar al pasado, a los elementos que consolidaron lo que ahora somos, individuos que poseen una identidad cambiante, que nace del pasado, se moldea en nuestro presente y se modifica conforme a nuestro futuro.

1.3 Identidad cultural y cohesión social

En los apartados anteriores, se ha abordado la cultura, la identidad y interacción entre ambos conceptos en lo que constituye la identidad cultural, con el propósito de entenderla como una entidad propia, para posteriormente aterrizarla en la gastronomía.

De tal modo, que todos estos elementos permitan centrar la investigación en uno de los aspectos fundamentales de este proyecto: la cohesión social, entendiendo ésta desde el punto de vista sociológico, “*el grado de consenso de los miembros de un grupo social sobre la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común*”.¹³

En el aspecto sociológico, se reconoce a Emile Durkheim, como el sociólogo que brindó mayores aportaciones para comprender la cohesión social, reconociendo como factor primordial, las similitudes segmentadas entre un grupo de individuos, como el territorio, las tradiciones y los modos de comportamiento.

En este marco, la cohesión es parte de la solidaridad, existente entre los miembros de una sociedad, que se mantienen vinculados por elementos que les son comunes a ambos.

¹³ HOPENHAYN Martín, *Cohesión social: una perspectiva en proceso de elaboración*, CEPAL, p.37

CAPÍTULO II

Sopas y Pastas: Sopa Gastronómica.

En esta investigación, ya hemos abordado lo referente a la identidad y la cultura, como elementos que se fusionan, con el propósito de brindarles a los individuos los rasgos necesarios, a considerar, para la integración de su identidad individual; es importante centrarnos en la identidad cultural enfocada en la gastronomía, una de las variables a considerar para la conformación del proyecto radiofónico, que viene sustentado por esta investigación.

Si bien, se ha identificado que la identidad cultural se conforma a partir de hábitos, modos de comportamiento, entre otros; al hablar de ésta, enfocada en la gastronomía, se retoman los hábitos alimenticios, comportamientos, tradiciones y costumbres que giran en torno a los alimentos y su consumo.

En este capítulo, profundizaremos más en lo que se refiere a la cocina y los rasgos culinarios, vistos como elementos culturales. Por ello, es importante esclarecer los puntos que conforman una identidad gastronómica, para poder comprender la manera en que como los seres humanos la incluyen en su vida cotidiana.

La alimentación está relacionada con el modo de vida de los individuos y comunica en gran medida sobre la educación y la cultura que éstos poseen; incluso, siendo capaz de reflejar la riqueza o pobreza de un pueblo.

La manera como se come, lo que se come, dónde y cómo, son elementos relacionados directamente con la identidad cultural, porque tiene gran relación con la manera en que determinada sociedad establece los parámetros y modos de consumo relacionados con su cultura.

Por ejemplo, los hindúes consideran a la vaca como un animal sagrado, mientras que en otras religiones, es permitido consumirla como alimento. De igual forma, en la cultura judía, el cerdo es visto como un animal prohibido para el consumo humano. De tal modo, que los hábitos culinarios se ven influenciados por diferentes factores, que tienen que ver con la religión, la clase social, la raza, la edad, la educación, la salud y el ambiente social.

En general, aún en nuestros días los modos de alimentación se encuentran supeditados a lo social, más aún cuando la degustación de alimentos se expresa como una práctica colectiva. Por lo tanto, el consumo de alimentos se integra socialmente y no individualmente, aunque este comportamiento se puede ver modificado con respecto a los intereses y necesidades personales.

Una persona que es diabética, debe evitar consumir alimentos con altos niveles de azúcar, así lo estipulan los parámetros médicos, pero ésta, puede elegir seguir consumiendo alimentos azucarados, sin seguir las indicaciones médicas. En el caso de un niño se recomienda que tengan un alto consumo de vegetales, pero sí en el transcurso de su interacción con los alimentos, descubre que no le gusta la zanahoria, entonces podrá elegir no comer más zanahoria.

Con los ejemplos anteriores, se puede observar que un individuo, que se encuentra en una sociedad, que establece hábitos alimenticios claros, no necesariamente deberá seguirlo al pie de la letra. Aunque esto, no implica que decida abandonar por completo las raíces que se establecen alrededor del consumo de alimentos, porque al igual que la identidad cultural, deberá partir de las bases ya establecidas, para modificarlas y adaptarlas a sus necesidades.

2.1 Ingredientes: Alimentación, Cocina, Gastronomía y Arte culinaria

La cultura alimentaria de un pueblo se enriquece con las diversas formas de alimentación de sus habitantes, con las distintas cocinas que se desarrollan para agradar al paladar. Sin embargo, para continuar con el presente trabajo, resulta indispensable definir algunos conceptos que se utilizan a lo largo de esta investigación, tales como son: alimentación, cocina, gastronomía y arte culinaria.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define “*alimentación*” como “*el proceso consciente y voluntario que consiste en el acto de ingerir alimentos para satisfacer la necesidad de comer*”. Usualmente se considera que una buena alimentación para el ser humano consiste en una ingesta balanceada de los diferentes alimentos que se encuentran en la naturaleza.

Uno de los elementos básicos que se usan en la actualidad, para determinar una alimentación saludable, consiste en la observación de a pirámide nutricional, que establece los tipos de alimentos que deben ocupar un mayor lugar en la alimentación de cada individuo y cuáles un lugar menor. En sentido opuesto, una mala alimentación consiste en el consumo constante de alimentos que, se supone, no deberíamos consumir por sus efectos nocivos en nuestra salud.

La alimentación de un pueblo, consiste básicamente en la utilización que se hace de los recursos que existen a su alrededor, para satisfacer la necesidad de comer. De modo que dependiendo el tiempo y el espacio, la forma de alimentación varía diametralmente. A esto, se suma el hecho de ciertas prácticas culturales que pueden alterar el consumo de un determinado alimento, tal como ciertos tabús religiosos o cuestiones filosóficas que prohíban o establezcan el uso de un determinado recurso alimentario.

De dicha utilización de recursos y de cómo se utilizan para preparar alimentos, es que nace el término “*cocina*”, que según el chef español, Ferrán Adria, es el “*Arte*

o manera especial de guisar de cada país y de cada cocinero”,¹⁴ siendo así un conjunto entre los ingredientes y las técnicas que se utilizan para cocinar. Asimismo, Adria asevera que “*la única separación debería de ser entre buena y mala cocina, pero hay otras*”¹⁵, y enlista los tipos de cocina, de los que daremos los más importantes:

Cocina popular: Cocina que elabora la mayor parte de la gente en cada momento en el ámbito doméstico.

Alta cocina: Para su elaboración se requiere un gran oficio y un dominio de las técnicas, en la que se usan siempre productos de gran calidad, en ocasiones de elevado precio. La alta cocina se originó en las clases nobles anteriores a la Revolución Francesa y posteriormente encontró cobijo en los restaurantes.

Cocina tradicional: Cocina nacida en los hogares que fue la cocina popular hasta hace poco (ahora resulta difícil delimitar qué es la cocina popular). Ésta existe en todos los sitios del mundo, aunque cada una con su propia personalidad. Está basada en productos que son de la zona o que han sido traídos de otros lugares (la mayoría) para elaborar recetas típicas de cada región, ahora mejor dicho autonomías, y que se suele transmitir de generación en generación.

Al hablar de *cocina*, nos estamos refiriendo más que nada a la forma en qué se preparan los alimentos, ya sea de una persona, un grupo o de una comunidad en una región determinada.

La palabra “*gastronomía*” se deriva del griego *gastros*, que significa estómago y *nomos*, refiriéndose a ley, por lo que, etimológicamente, se puede definir como la “ley del estómago”.

¹⁴ ADRIA, Ferrán citado en Paladar Madrid Revista [en línea], Tipos de cocina por Ferrán Adria. Dirección URL: <http://www.paladarmadrid.com/2009/03/tipos-de-cocina-por-ferran-adria.html> Visitado el 08-08-15, 14:46 horas.

¹⁵ Idem.

Aunque como establece Antonio Montecinos: “*La gastronomía, al igual que algunas ciencias y disciplinas, tiene una definición nominal o etimológica que, por su ambigüedad, poco dice de su objeto de estudio o de sus alcances y limitaciones [...] Los estudiosos han interpretado a la gastronomía como mejor les ha parecido y hasta nuestros días tenemos varios conceptos sin que exista un acuerdo mínimamente satisfactorio que integre sus avances e innovaciones*”.¹⁶

El término “*gastronomía*”, fue utilizado, por primera vez, en Francia, en el año de 1801, en el libro *Gastronomie ou l'homme des champs a table*, de Joseph Berchoux, pero fue hasta 1835, que la academia francesa incluyó dicha palabra en el diccionario; a partir de ese momento, comenzaron a crearse derivados de la palabra gastronomía. La definición básica del término, que se repite una y otra vez, consiente que se trata del Arte o técnica de preparar una buena comida y de la afición a comer bien.¹⁷

La gastronomía viene a ser el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno; estudia varios componentes culturales, tomando como eje central la comida. Y lo que podemos reconocer, es que en ella se debe reconocer la existencia de una diversidad cultural que se hace presente de manera geográfica, climática, económica y social, favoreciendo a establecer rasgos distintivos de un país, región o sociedad; sirviendo así como un modo de establecer la identidad cultural de un pueblo y de sus individuos.

Finalmente, tenemos el término “*arte culinaria*” también llamada simplemente “*culinaria*”, que etimológicamente proviene de de dos voces latinas, *ars* que significa conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer bien alguna cosa, y *culinarius* que es perteneciente o relativo a la cocina. Por tanto, se puede definir como la manera correcta de cocinar. Aunque también existen ambigüedades en

¹⁶ MONTECINOS, Antonio. Revista EGourmet México [en línea], Aprendiendo de Gastronomía ¿Culinaria o Gastronomía?, México. Dirección URL: http://egourmet.com.mx/sociales_detail.php?id_social=493 Visitado el 10-08-15, 16:23 horas.

¹⁷ RAMOS ABASCAL, María I. *La construcción teórica de la gastronomía como producto turístico cultural en México*, Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, 2011.

cuanto al significado etimológico y la realidad del término, pues desde que se establece la culinaria como un arte, ya empieza a haber controversia en cuanto a lo que es el arte y lo que representa. Pero en lo que convergen los especialistas, es en que la culinaria es el arte de cocinar correctamente.

Como puede observarse, los términos de cocina, gastronomía y arte culinaria, van íntimamente ligados, pues los límites entre unos y otros no se encuentran claramente definidos. Dependiendo del autor es el significado que se le dota al concepto, aunque en esta investigación tomaremos los conceptos de la siguiente forma: Cocina es la forma de preparar los alimentos de un país, una región o un cocinero en particular; gastronomía es el arte de cocinar y comer bien; y culinaria es la manera correcta de cocinar.

Por lo que los tres conceptos se refieren a las formas, reglas y técnicas de cocinar buena comida. Por lo que podemos hablar de *cocina mexicana*, refiriéndose al estilo de nuestro país; pero si se utiliza el término de *gastronomía mexicana* también resulta correcto, pues estaremos refiriéndonos al modo de preparar comida y de degustarla en México; al igual que hablar de *arte culinaria mexicana*, pues hablaremos de la manera correcta de cocinar en nuestra cultura, según nuestros preceptos y reglas.

2.2 Detrás de cada sabor hay una historia

Como parte de la identidad cultural gastronómica, es importante resaltar, no sólo los hábitos alimenticios, sino también el origen que se encarga de dotar a cada platillo de una carga cultural enfocada a la historia.

La frase popular de “*eres lo que comes*”, se refiere a los hábitos culturales que se adquieren y se reproducen a lo largo de la existencia humana, tanto individual como socialmente, y por los significados que cada uno le atribuye a los alimentos que consume, en su experiencia personal.

De modo que al degustar un platillo, no sólo se está actuando bajo los hábitos que aprendidos en la infancia, sino que además, les es otorgada una significación integrada por los lugares, formas de preparación y modo de servir los alimentos.

Generando así, que cada sociedad vaya en búsqueda de sus raíces gastronómicas, para entender su cocina y de ese modo, fortalecer su propio bagaje de tradiciones y costumbres, que giran en torno a la comida y a todo lo que conlleva la cultura gastronómica.

La gastronomía es cultura, tradición, enseñanza, rituales y en esencia, es uno de los elementos más representativos de una sociedad, que se conforma a partir de la multiculturalidad; existe en cada una de sus regiones, permitiendo que ante el mundo, se observe como una sola gastronomía, capaz de conquistar hasta el más exigente de los paladares.

El arte de preparar alimentos y degustarlos, logra crear esa sensación de identificación frente al otro en el momento en el que se comparten alimentos en una misma mesa y tradiciones plagadas de significados simbólicos que sólo se descifran prestando atención a las raíces que conforman nuestra cultura.

Por ello en este capítulo, se abordará a la gastronomía desde una perspectiva antropológica, que permita mostrar de manera breve pero detallada, los sitios históricos que tuvieron un impacto decisivo para el desarrollo de este arte.

La observaremos primero, desde una perspectiva simbólica, que nos permita definir el término correctamente, adentrándonos en la construcción y surgimiento de los conceptos, que hoy en día son utilizados para referirnos a este arte culinario. Posteriormente, ahondaremos en sus orígenes para poder conocer los cimientos que han perdurado con el paso de los años y hoy, se encargan de nutrir una identidad, en pleno siglo XXI.

Además, retomaremos de la gastronomía, los elementos clave que funcionan como creadores de identidad, en torno a la comida, para posteriormente poder aterrizarlos en México, lugar en el que se centrará el proyecto de esta investigación.

*“Cada época de la historia modifica el fogón
y cada pueblo come según su alma, antes, tal vez, que según su estómago”.*

Condesa de Pardo Bazán

2.2.1 Gastronomía: la cultura del paladar

Hoy en día, la gastronomía ha adquirido un papel transcendental en el mundo, que la ha llevado a convertirse en objeto de estudio de múltiples disciplinas, como la antropología, buscando descifrar los rasgos que la han convertido en un pilar de las sociedades modernas, las cuales retoman la esencia original, de cada uno de los platillos para adaptarlos a un mundo que enfrenta constantes cambios tecnológicos y lucha por mantener vivo, el recuerdo y apego a sus tradiciones.

Para poder comprender el rol que ésta juega dentro de una cultura, es necesario tener claro que se trata de un *“conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación; tiene por objeto velar por la conservación del hombre y preparar cosas capaces de convertirse en alimento para éste”*.¹⁸

De tal modo, que la gastronomía adquiere un valor cultural que evoluciona, pero que se define a partir de una identidad, inmersa en una sociedad que se construye y desarrolla, en una época y tiempo determinado.

La forma de alimentación de una población, con sus ingredientes, técnicas y modos, se convierte así, en un factor que se configura a partir de la interrelación dinámica, entre los elementos que vienen a definir su producción, distribución y consumo, para así, integrar un circuito de sistemas culinarios, encargados de mediar entre los comensales; se entiende por sistemas culinarios *“el conjunto de ingredientes, condimentos y procedimientos compartidos en un contexto histórico territorial”*.¹⁹

Estos sistemas, están en estrecha relación con la estructura social dada en un entorno; la existencia de distintas posiciones sociales, suponen considerables diferencias alimenticias; aquel que posee mayores recursos, es capaz de tener una mayor diversidad entre sus alimentos y por tanto, hábitos y tradiciones más contrastadas y cocinas más elaboradas.

Por ejemplo, al sentarnos en una mesa considerada de clase alta,²⁰ podemos encontrar un menú más extenso que involucra entrada, pasta o sopa, entremés, plato fuerte, alguna colación y postre; mientras que un menú más sencillo, sólo se

¹⁸ BRILLAT Savarin, *Filosofía del gusto*, MAXTOR, Madrid, 2010, p.58

¹⁹ GARRIDO Antonio, *Comer Cultura, Estudios de cultura alimentaría*, España, 2001, p.29.

²⁰ Clase alta entendida como aquella de nivel socioeconómico AB, con un poder adquisitivo alto y capaz de adquirir objetos de mayor valor monetario y sofisticación.

compondría de sopa o pasta, plato fuerte y postre, requiriendo, por lo tanto, un menor número de cubiertos para su consumo.

El género también ha contribuido a conformar los hábitos alimenticios, identificando preferencias y comportamientos específicos de los hombres y mujeres que conforman una población; el género femenino tiende a establecer sus preferencias de consumo, con base en su vida social y aporte calórico, mientras que los hombres en su mayoría buscan consumir alimentos que sacien su apetito, combinándolo, en ocasiones, con ejercicio para mantenerse en forma.

Estos factores, como el género y la posición económica, también se combinan con el arraigo de las tradiciones y rituales en determinada región, es decir, que la comida toma un valor simbólico específico, en relación al aporte de significado para una comunidad.

En México, por ejemplo, se celebra el Día de Muertos el 1º y 2 de noviembre, tradición que se basa en la creencia de que los muertos vienen a visitar sus familiares vivos, quienes colocan ofrendas con la comida, bebidas y objetos que el difunto disfrutaba en vida; manteniendo la idea de que, en su visita adsorberá los olores y sabores de cada alimento colocado en el altar. De esta forma, vemos el elemento de la gastronomía como una figura central en la tradición.

Y es una tradición que sólo se celebra en la República Mexicana, lo que le permite resaltar entre otras regiones del mundo, por esta actividad en concreto. Esta actividad de carácter tradicional, conforma elementos culturales que permean en la sociedad mexicana, no sólo en un nivel espiritual y filosófico, sino también en uno artístico, y en este ámbito, también gastronómico.

De modo que la alimentación representa un valor simbólico que se expresa en manifestaciones como festividades y tradiciones integradas con el pasado y

modificadas con el presente. *“La gastronomía de mañana se dibuja ya a través de los comportamientos de hoy”*.²¹

2.2.2 La gastronomía: Elemento de Cohesión Social

La gastronomía ha representado, a lo largo de las épocas, un elemento de cohesión social entre los diferentes estratos de la población, buscando la manera de potenciar los simbolismos, con el fin de crear una evolución de los mecanismos de inclusión social y participación. Entendiendo por cohesión, el efecto combinado del nivel de bienestar, entre individuos y sociedad, así como un sentido de adhesión y pertenencia.

Este sentido de pertenencia, llevará a las personas a un estado de solidaridad que generará en el individuo un sentimiento de identificación y bienestar con el otro, fomentando así, la ética social, el incremento en los valores y el resguardo de las tradiciones.

Por ejemplo, la gastronomía nacional, crea la sensación de ser parte de un conjunto, en este caso de un país, de un pueblo que se alimenta en cada platillo de símbolos y significados que encuentran su origen en distintas regiones y momentos de su historia.

De manera que, la gastronomía funge como una fuente de unión, que implica cuestiones que van más allá de cocinar: cada ingrediente, utensilio y forma de preparación tiene una historia detrás, que nos identifica como mexicanos; involucrando cuestiones sociales, económicas y hasta políticas, que permiten observar en cada platillo, un retrato de la sociedad.

²¹ DUCASSE Alian, *Diccionario del amante de la cocina*, Cartoné, España, 2009, p.277.

La hora de la comida se convierte, de esta forma, no sólo en un acto cualquiera de la vida cotidiana, sino en el ritual idóneo para observar los lazos, que se generan entre los sujetos, que se reúnen en una mesa para degustar los alimentos, que en ocasiones, suelen ir acompañados de una charla.

En conclusión, este apartado de la investigación, permite ampliar la visión de la gastronomía, como un elemento, que no sólo tiene impacto en la nutrición de los seres humanos, sino también en su interacción con los miembros de una sociedad, que termina por conformar una identidad cultural, construida por la historia.

El siguiente apartado que lleva por nombre *Sopas y pastas: Sopa Gastronómica*, se realizará un recorrido a través de los sucesos más importantes y trascendentales, que marcaron la evolución de la gastronomía y que hoy, son elementos de nuestra identidad como nación.

2.2.3 Gastronomía como símbolo cultural

La cultura es un aspecto que caracteriza a un grupo de seres humanos, es la expresión de una región, de un pueblo, de individuos que buscan mantenerla, transformarla y reinventarla constantemente, sin perder de vista sus raíces.

Ésta, logra convertirse en un híbrido de actividades, que caracterizan a los actores sociales en determinando sector; por ejemplo, los seres humanos, requieren cubrir necesidades básicas para subsistir en su entorno, como el vestido, la vivienda y la alimentación, cada una adquiere características que están definidas por el lugar en donde se desarrollan.

En el caso de la alimentación, se habla de una necesidad elemental para la existencia humana, pero que difícilmente podría quedar englobada en una definición universal, porque su análisis requiere de múltiples parámetros,

relacionados con las condiciones geográficas, época, cultura, educación, capacidad adquisitiva e inclusive gustos personales.

Esta necesidad elemental, implica, además, la búsqueda de una preservación de la autenticidad del patrimonio alimenticio y una actitud de compromiso, hacia aquellos elementos que son representativos de la región a la que se pertenece.

Hablar de alimentación, involucra también factores socioculturales, que impactan en ésta, como la tecnología, las técnicas culinarias, el origen de los alimentos, el idioma, las ideologías e inclusive el valor monetario que se les asigna.

De tal forma, que los individuos adoptan hábitos alimenticios, que practica el grupo social al que pertenecen, aquí la unidad familiar juega un papel de suma importancia, porque se convierte en el vehículo directo de la transmisión y desarrollo de estos hábitos.

Mead y Guthe definieron a los hábitos alimenticios como *“el estudio de los medios por los que los individuos, o grupo de individuos, respondiendo a presiones sociales y culturales, seleccionan, consumen y utilizan porciones del conjunto de alimentos disponibles”*.²²

Otros factores que influyen en los hábitos y consumo alimenticio son la organización social, la familia, el sexo, la edad, el lugar en el que se vive y algunos factores psicológicos, como las experiencias positivas o negativas, con diversos tipos de alimentos, pues conllevan una carga emocional de gran sensibilidad.

De tal modo que, si buscamos referirnos a la alimentación, a los aspectos y a los factores que se desencadenan de ésta, se debe tener en cuenta que se trata,

²² CONTRERAS, Jesús (comp.) *Alimentación y cultura, necesidades, gustos y costumbres*, Ediciones Universitat, Barcelona, p.130.

primeramente, del arte de preparar una buena comida, es decir, de la gastronomía en sí.

La gastronomía se ha definido como el arte y la ciencia del buen comer, como una forma cultural que evoluciona y requiere interacción de los cinco sentidos, para poder generar una fusión, que significa estar en armonía con los orígenes, el entorno, el gusto y el sabor, a fin de extraer su esencia y en consecuencia, lo esencial de cada alimento.

La comida como necesidad natural del ser humano, es una manifestación de la cultura, ya que se maneja a través de símbolos, cada uno de sus aspectos es descifrado y visto por cada individuo dependiendo su contexto. En este sentido, entre individuo e individuo, aunque de la misma sociedad, pueden tener interpretaciones distintas del mismo platillo.

Así, cada expresión de la gastronomía tiene significados semánticos diferentes, que se convierten en una manifestación de cultura, porque cada uno de los aspectos es descifrado e influenciado por una época y por las experiencias previas de cada persona.

Cada producto y platillo, posee una historia que le es propia; no sólo se trata de cocinar, sino de adentrarse a las raíces de lo que se come, de integrar un conocimiento sólido, que influye en la difusión, rescate y permanencia de la comida en cualquier parte del mundo, trayendo consigo, una carga de información muy valiosa que se convierte en patrimonio.

Además de la carga semántica e histórica de un platillo, el momento de sentarse a la mesa y compartir los alimentos con otros miembros de la sociedad, es un acto importante, debido a las connotaciones sociales y a la creación de las relaciones necesarias para el desarrollo de la sociedad, e impactando en el fortalecimiento de un sentido de pertenencia e identificación, que termina reforzando la identidad.

Recordemos el concepto de identidad, que para Gilberto Giménez, es *“el conjunto de proporciones y atributos específicos estables considerados como constitutivos de entidades que se mantienen constantes y sin mayores variaciones a través del tiempo”*.²³

Esta identidad, recurre a la cultura para su integración, encontrando símbolos, significados y objetos, que tomará el ser humano para identificarse con el resto de la sociedad y conformar su identidad propia.

Así es como la gastronomía al incluirse en la cultura, posee una función identificadora, creando una identidad social, que se conforma por la gama de significados, que los individuos le otorgan a la comida, haciéndolos sentir parte de un grupo determinado.

Por lo tanto, cada platillo posee una parte importante del país, de sus tradiciones y de su cultura, ya que la comida se convierte en una necesidad vital para el ser humano, ya no sólo como un medio para satisfacer su necesidad fisiológica, sino convirtiéndose en una construcción social compleja, en un símbolo perfecto para la creación de una identidad a través del tiempo.

2.3 Historia de la gastronomía

El encuentro de diversas cocinas, a nivel mundial, es un suceso verdaderamente explosivo; se requiere la asimilación de ciertos ingredientes y la entrada de nuevos procedimientos y hábitos en la cocina y el comer; inclusive, se habla también de darle la bienvenida a gastronomías que surgen de la fusión de diferentes estilos culinarios, que cada vez nos resultan más familiares.

²³ AMPARÁN Chihu Aquiles (comp.) *Sociología de la identidad*, UAM-Porrúa, México, 2002, p.37.

Abierta al mestizaje y a las influencias del mundo, la gastronomía ha crecido como un árbol, que con injertos de variedades desconocidas, ha asimilado, recreado y combinado aportaciones recibidas y propias.

A lo largo de la historia, los seres humanos han manifestado poseer una serie de capacidades y necesidades físicas, que logran satisfacer mediante el uso de su inteligencia y voluntad, sabiendo manejar cada uno de los recursos y herramientas proporcionadas por la naturaleza. El hombre ha sido capaz de perfeccionar estas herramientas y ha aprendido el uso de correcto de éstas, como el fuego, para poder mejorar las condiciones de vida en las que se desenvuelve.

Es por eso, que ante la habilidad y búsqueda constante de adaptación y redescubrimiento, de los elementos que se poseen en cada sociedad, es necesario hacer un recorrido por las distintas etapas de la historia de la humanidad, para poder observar los avances e implicaciones que la comida ha tenido en el mundo.

A partir de la existencia humana y su congregación en grupos sociales, fue entonces que nacieron las primeras culturas (llamadas “primitivas”), donde se demostró que el ser humano, era capaz de adaptarse a las condiciones que el medio ambiente le ponía enfrente, para poder sobrevivir, explorar y utilizar las herramientas que le proporcionaba la naturaleza; como el vehículo perfecto para construir los primeros cimientos de una sociedad.

Este periodo se conoce como la Prehistoria, el tiempo de la humanidad joven, anterior a la invención de la escritura y del que lo poco que se conoce, ha sido a través de los descubrimientos e investigaciones generadas por arqueólogos y antropólogos; para su estudio, este período ha sido dividido en dos periodos: el paleolítico y el neolítico.

Las investigaciones señalan que la aparición del hombre sobre la Tierra, sucedió en la era cuaternaria del paleolítico, alrededor de los 600 mil años a.C.; los

primeros pobladores habitaron en cuevas o terrazas fluviales, donde fabricaban instrumentos de piedra o hueso, que les servían como herramientas para poder cazar su alimento.

Su alimentación se basaba en la recolección de frutos y raíces, y en la caza de moluscos, aves y pequeños animales; con el paso del tiempo, se vieron en la necesidad de ir en búsqueda de nuevos instrumentos y técnicas, que les permitieran modificar la manera en que eran consumidos estos alimentos.

El descubrimiento con mayor impacto, para el desarrollo del ser humano, fue el fuego, elemento que marco la transición del consumo de carne cruda, directamente de los animales, al consumo de ésta después de un proceso de cocción, acompañada por guarniciones de vegetales y granos, que se ablandaban y tomaban un sabor muy peculiar y distinto al de los alimentos crudos.

El fuego representó el inicio de nuevas técnicas de preparación, que orillaban a los pobladores a buscar diversas estrategias para poder consumir sus alimentos, de manera que surgió, lo que podría señalarse, como la primera técnica culinaria, el uso del agua caliente.

Los alimentos, ahora no sólo eran colocados directamente en las llamas, sino que para su consumo, se sumergían en agua hirviendo, con el propósito de que ésta absorbiera el sabor y las propiedades de los ingredientes, terminando por convertirse en un caldo, que adquiriría el sabor de estos y podía ser consumido sin ningún problema; hoy en día se le conoce como caldo o sopa.

La aparición de las glaciaciones en la Tierra, obligó a los hombres y a los animales, a adaptarse a las condiciones climatológicas, presentes en el territorio; los frutos, las plantas y las semillas, enfrentaban severos cambios, debido a la baja temperatura que terminaba por generar una escasez en las distintas regiones del globo terrestre.

El instinto de supervivencia del hombre, lo llevó a crear nuevas herramientas que le permitieran modificar sus hábitos de caza y recolección, e inclusive ante las precarias condiciones del ambiente, hicieron uso de los recursos naturales, como madera y ramas, para crear viviendas que lo protegieran de los bruscos cambios del tiempo climático, que ponían en riesgo su vida.

Estos cambios representaron la transición del hombre, de nómada a sedentario; ahora eran capaces de establecerse en una región, rodeada de los recursos necesarios para sobrevivir, tenían a su disposición todo tipo de frutos, vegetales, semillas, animales, rocas, agua, madera y utensilios para mantenerse con vida sin ninguna dificultad.

Surgieron actividades para asegurar la permanencia de los recursos disponibles, como la agricultura, destinada a cultivar las especies más inmediatas de la región, y la domesticación de los animales, para facilitar la realización del arado y la obtención de alimentos derivados de estos, como la leche, el queso, los huevos y la miel.

La amplitud de su menú, llevó a los pobladores a crear nuevos utensilios de cocina, que les permitieran mejorar los procesos de preparación y cocción de los alimentos; así mismo, generaron recipientes que les facilitaron el consumo y distribución de la comida preparada, estableciendo a los precursores de las vasijas, ollas, platos y cubiertos.

La Prehistoria significó para el ser humano el descubrimiento y acercamiento a un mundo desconocido, plagado de múltiples recursos, que representaron el surgimiento de las primeras sociedades y las bases para la creación de civilizaciones, que vendrían a generar, perfeccionar y redescubrir, nuevos aspectos que impactarían en la alimentación y estilo de vida.

2.3.1. Las primeras civilizaciones

En Mesopotamia, se dio la primera civilización oriental, alrededor del 7000 a.C; situada a las orillas de los ríos Éufrates y Tigris, que fue una región bastante fértil, que permitió como principal actividad la agricultura y la ganadería.

Los sumerios fueron los primeros pobladores de Mesopotamia, civilización que basó su economía en la implementación del cultivo de trigo, cebada, ajonjolí, lentejas, arroz, higos, zarzamoras, duraznos y uvas.

La prosperidad del territorio, atrajo la atención de nuevos pobladores, que encontraron en la zona mesopotámica, el lugar ideal para establecer su civilización, de esta manera se dieron los asentamientos de diferentes grupos, provenientes de la península arábiga, como los hebreos, arameos y acadios, y con ellos, los primeros enfrentamientos por obtener el dominio de la tierra.

Los agricultores de la región dependían de la cosecha para subsistir, en ocasiones, factores como la lluvia o las sequias, afectaban los cultivos, provocando que las condiciones de vida de los campesinos, se desarrollaran en situaciones precarias.

La diferenciación de las clases sociales entre los pobladores, se hizo presente con la especialización de oficios y control de los recursos de la ciudad, de manera que aquellos que se dedicaban a administrar los bienes provenientes de la agricultura, poseían un control total sobre la producción de cultivos y por tanto, un mayor ingreso que determinaba los alimentos que consumían, tanto en calidad como en cantidad.

Mientras los campesinos se alimentaban de trozos de pan, carne de buey, cebada y trigo, la clase social alta consumía cangrejos, pescado, insectos, carne de cabrito y camello, acompañadas de vegetales y fruta; una alimentación muy similar a Egipto, determinada por las condiciones de vida y clases sociales.

En su caso, Egipto se ubica a orillas del río Nilo, característica que lo convirtió en un territorio capaz de generar abundantes cosechas y habitado en su mayoría por una población dedicada a la agricultura, que determinaba el éxito o fracaso de sus cultivos, respecto a la crecida del río.

Al igual que Mesopotamia, su alimentación giraba entorno a la posición económica; por ejemplo, los nobles y los funcionarios, consumían carne de buey, ternera, cerdo, fruta, vino y cerveza, mientras que las clases medias y los campesinos, sólo disponían de pan, legumbres, cerveza y cebollas.

Además de la agricultura en Egipto, se sentaron las bases para el desarrollo de la panificación; amasaban la harina con los pies, usaban rodillos para estirar la pasta y hornos de piedra, para poder cocer las piezas de pan que elaboraban.

Por su parte, la antigua civilización de China, establecida en la llanura formada entre los ríos Yang-Tse Kiang, Huang- Ho y Si – Kiang, compartió con Mesopotamia y Egipto, la existencia de una tierra fértil, que le permitió desarrollarse en la agricultura y la pesca, además de construir canales de riego, que les facilitaron el abastecimiento de agua para las cosechas.

Su alimentación estaba basada en el consumo de pollo, elefante, rinoceronte, carpa y tortuga; lograron domesticar animales como el caballo, el cerdo, el perro y la oveja, para generar recursos utilizados en la industria textil y sobre todo la alimenticia.

Desde el inicio, sus pobladores se preocuparon por mantener una alimentación basada en productos nutritivos que al mismo tiempo se emparejaba con las creencias religiosas; contaban con tres deidades, el dios de la Tierra, del Dinero y la Muerte y de entre los dioses secundarios, se encontraba Tsao Wang, patrono de la cocina.

Al final del periodo comprendido entre el 551 a 479 a.C., la gastronomía tuvo un desarrollo muy importante gracias al intercambio de productos con diversas regiones de China, que dieron como resultado la invención de nuevos platillos.

La bebida por excelencia en China es el té, aunque no se sabe exactamente cuando comenzó el consumo de éste; fuentes literarias, señalan que alrededor del año 317, empezó la comercialización del té en las calles de este gran Imperio.

En lo que respecta a las normas de comportamiento, generadas para el consumo de los alimentos, éstas se basaban en los antiguos documentos de Li-Ki, donde se señalaba, que no se podía hacer ruido al comer, no podía llenarse demasiado el plato e incluso, que no se podía revolver el arroz en el tazón, además se prohibía dar alimento a los perros durante la comida.

Otra de las aportaciones importantes de la cultura china, fue la aparición de los palillos alrededor del año 1123 a.C., marcando la diferencia ante el resto del mundo, donde aún se seguía comiendo con las manos.

Por su parte, Grecia aportó a la gastronomía, el arte en la preparación de los alimentos y la manera de comerlos; sus platillos eran colocados de tal manera que se vieran como una obra de arte, decorados por hojas de lechuga o algún otro vegetal, que dotara de color su próximo alimento.

El pescado fue su principal platillo, lo preparaban de diversas formas, cocido con leche, relleno de queso e inclusive servido en una cazuela con aceite de oliva, cocido a la leña; a pesar de que los campos de Grecia tenían escasa vegetación, poseían hortalizas de habas, lentejas, ajos, cebollas, pepinos, lechugas, rábanos, manzanas y peras.

Además, realizaban cosechas de diferentes granos, principalmente del trigo, permitiéndoles generar hasta 72 variedades de pan hecho a partir de distintos granos y cereales, tales como el trigo, centeno, salvado y avena.

Grecia, además, se convirtió en la primer fuente de escritos culinarios; el libro "*El festín de los sabios*" de Ateneo de Naucrítis, señala la existencia de libros de cocina alrededor del siglo III d.C., aunque actualmente no se poseen copias de estos.

Los griegos también sentaron las bases para adaptar un horario, que sirviera para consumir los alimentos, desde tiempos de Homero, los griegos realizaban tres comidas al día. Su alimento matutino consistía en pan remojado en vino, su comida más abundante era la tercera, donde se acostumbraba a organizar banquetes para cenar con la familia y amigos.

En lo que respecta a la cultura romana, podemos destacar la importancia de la familia, ya que la producción de los alimentos giraba en torno a la asignación de tareas.

Su alimentación se basaba, en gran parte, en el consumo de vegetales y cereales, tales como las habas, los chicharos, la lechuga y la cebolla, enriqueciendo poco a poco su alimentación a partir de la incursión de la carne, el pollo, el tocino, el pescado y un gran surtido de frutas.

El periodo de máximo esplendor de la cocina romana, se da entre el periodo del siglo I a.C. al II d.C., en donde los banquetes se convirtieron en un punto de referencia para la gastronomía romana, donde predominaba la abundancia pero también la extravagancia.

La cocina romana se diferenciaba de la griega, principalmente por el exceso de condimentos en la preparación de algún platillo; además del uso de platos planos, hondos y cubiertos, contaban con tres tipos de cucharas y solían adornar las mesas con algún arreglo floral, colocado al centro de la mesa.

De modo que la cocina griega y romana, sentaron las bases para la creación de los banquetes, si bien, actualmente no se cuenta con tal extravagancia, aún se busca tener espacios para sentarse a la mesa y comer con la familia y amigos.

2.3.2 Edad Media

La Edad Media, comprende el periodo desde la caída del Imperio Romano, hasta la caída de Constantinopla (S.V hasta XV) marcado por el florecimiento del Imperio Bizantino.

La culinaria bizantina, se caracterizó por el excesivo uso de especias, que lograban disfrazar el sabor natural de los alimentos, como el cordero, dándole un toque distinto y exótico, mientras que sus legumbres, eran sazonadas con aceite, sal, vinagre y comino.

Los cocineros de esta región era expertos en la elaboración de quesos y su repostería gozaba de gran prestigio, gracias al uso de la miel y las esencias de perfumes extraídos de las flores, como el nardo y la rosa.

Los cambios y costumbres que se generaron en este período, representan los fundamentos de las cocinas nacionales de Europa, donde la exportación de los alimentos, como la fruta, el pescado y la carne, permitió el intercambio culinario entre distintas regiones.

La cocina popular de aquél entonces, en su mayoría era pobre, su consumo se reducía al pan de centeno y productos cultivados por ellos, como las cebollas y el pepino; mientras que los señores feudales poseían banquetes con gran ostentación, pero con poca calidad.

En las regiones de Francia y España, la figura más importante para la gastronomía fue Carlo Magno, fiel seguidor de los banquetes ostentosos, integrados por aves con bellos plumajes, sidra, trufas y asnos rellenos de pequeñas aves vivas, para generar mayor espectacularidad en la mesa.

En esta época se ubican los orígenes de la cocina francesa caracterizada por ser una gastronomía basta, al hacer uso de múltiples ingredientes, y accesible para la mayoría de la población de la región, permitiendo el consumo de cereales, legumbres, aves de corral y carne de cerdo.

En 1375, la gastronomía francesa se escribe en un primer libro completo de cocina, llamado *Le Viander*, de la autoría de Carlos VI; al mismo tiempo que se perfecciona y crea una nueva cocina, Avignon, llena de lujo y refinamiento, creando un estilo culinario muy específico, permitiendo establecer un menú reglamentado, donde se estipulaba la manera de iniciar un banquete y terminarlo.

Por su parte, España representó el inicio de la especialización de los instrumentos para cocinar, además del surgimiento de alacenas y despensas que permitían la conservación de determinados alimentos.

Además, cabe destacar que en esta época, los frailes tuvieron una participación clave en la gastronomía, estableciendo las bases para la creación de los primeros recetarios, por ejemplo, en 1740 se ubica el recetario del monasterio Alcántara, aquí se plasma la invención de platillos realizados con tortilla benedictina, bacalao y arroz. Este último se convirtió en un referente de la cocina española, por su uso constante en la gastronomía de la región.

2.3.3 Edad Moderna

Con la llegada del Renacimiento ocurrieron grandes cambios en la humanidad, como la invención de la imprenta; la gastronomía, tanto la forma de preparar alimentos como la manera de consumirlos, tuvo una evolución hacia el lujo, convirtiendo la hora de comer en un obra de arte, compuesta por la elaboración de platillos cada vez más finos, que exigió a los comensales a pulir sus modales en la mesa, incorporando por ejemplo, las servilletas y el tenedor.

Es importante enfatizar, que durante esta etapa, ocurrió el descubrimiento de América, favoreciendo al intercambio de productos alimenticios entre los continentes, que incluían a los minerales encontrados en el nuevo territorio, que ahora serían destinados a decorar las mesas en España.

La búsqueda de alimentos en América, propició el aumento de las navegaciones en el territorio con el propósito de explorar la nueva tierra y descubrir los diferentes elementos que les eran proporcionados por la naturaleza, impactando directamente en la composición de los alimentos, pues ahora tenían que recurrir a otros ingredientes para su preparación, perfeccionando o reinventando platillos.

El descubrimiento de la caña de azúcar, significó el comienzo de problemas sociales, que desencadenaron guerras, al tratarse de un ingrediente que facilitaba la conservación de alimentos, fungía como remedio medicinal y como endulzante para la preparación en algunos platillos. La dificultad que representaba su cultivo, al igual que el café y el te, la convirtió en un producto altamente cotizado en Europa, que rápidamente, la colocó al alcance de unos cuantos, debido al alto impuesto que representaba su adquisición.

El azúcar marcó el inicio de los conflictos culinarios, encaminados a obtener el dominio sobre cultivos, animales, frutos y vegetales, que dotaran al poseedor cierto nivel socioeconómico que facilitara su ritmo de vida.

En Italia, por ejemplo, la evolución en la gastronomía se da con el inicio del intercambio comercial, determinado por los intereses económicos de cada región, así mismo, con el perfeccionamiento en los hábitos de preparación e ingesta de alimentos cada vez más exigentes para los comensales.

La situación en la región se mantuvo estable y a la vanguardia, buscando innovar en los aspectos que enriquecían el espíritu de los italianos, como la música, la pintura, la escultura y por supuesto, en la gastronomía.

Italia logró embellecer sus platillos con los momentos históricos, económicos y sociales que vivían a diario, plasmando, con elegancia, la forma de pensar de su población, en alimentos que tenían como objetivo deleitar al paladar.

Por ejemplo, un plato de sopa era capaz de reflejar con su sabor y nivel de temperatura, el alma incesante de los italianos, que abrían su mente al

pensamiento renacentista y la pasta reflejaba su creatividad, tan sólo poseían en sus recetarios, más de cincuenta estilos y formas para prepararla.

El arroz, es también un alimento con gran aceptación en Italia, especialmente en la región norte del país; uno de los platillos preparados con esta semilla, es el *risoto alla milanese*, que consiste en arroz hervido al que se le añade queso de parma rallado y azafrán como condimento.

La pizza, platillo mundialmente conocido y adaptado a diferentes países, es en Italia un símbolo de la perfecta sencillez, que se define con tres estilos clásicos, el primero, condimentado con albacá; el segundo, es una mezcla de salsa de tomate, con ajo, cebolla y aceite que recibe el nombre de *Alla Marinara*; y por último, la *Margherita*, integrada por queso mozzarella, tomate y albacá.

Con el uso abundante de especias en la preparación de esta clase de platillos, los italianos, aportaron al mundo, un estilo refinado de combinar los sabores, que se plasmó en el primer libro con temática culinaria, escrito por Platina di Cremona.

En lo que respecta a los modales en la mesa, Italia fue la pionera en ubicar a las mujeres en la misma mesa que los hombres para degustar los alimentos, dejando atrás la creencia de Luis XI, que la belleza de las damas se veía disminuida con los gestos que se realizaban al masticar los alimentos; aportando para el mundo una nueva costumbre, que rompía con la situación social internacional, resaltando además el arte, sencillez y autenticidad en sus platillos.

Francia, no se quedó atrás con el despertar social, las guerras de la época no sólo se encargaron de incentivar conflictos entre las regiones, sino que además, permitieron el acercamiento de culturas que terminaron por impregnarse de las innovaciones, tradiciones y costumbres de los países en pugna.

Por ejemplo, Francia quedó impactada con la gastronomía de Italia, al grado de llevar consigo ingredientes, como el aceite y las alubias, recetas e instrumentos de cocina, como cubiertos y vasijas de porcelana, para enriquecer su alimentación.

La gastronomía francesa se convirtió en una potencia culinaria de la época, que fomentaba el placer de comer a partir de la coexistencia de dos cocinas, la nacional y la regional, que incitaban a recordar los inicios del Renacimiento, después del enfrentamiento con los italianos.

En el siglo XVIII, la situación económica de París mejoró considerablemente, favoreciendo a otorgarle el título de la capital gastronómica, convirtiendo a su cocina regional en un lujo exclusivo sólo de la burguesía, conformada por platillos como el *canard à l'orange* (pato a la naranja), *el faisán à la Suvorov*, *el foie gras*, *el poule du pot*, la famosa *crêpe* y sus vinos.

Además de eso, la cocina regional de París, se completaba con las tradiciones arraigadas entre su población, por ejemplo, en año nuevo se acostumbra hacer saltar a la crepa con una moneda en la mano y si no ocurre ningún accidente, al saltarla, significa que se ganará dinero durante el año venidero.

A pesar de su rápido fortalecimiento y tradición en su cocina, la gastronomía parisina se vio afectada por la revolución de pensamiento de la época, impactando en la creación de nuevos platillos y productos como el café y la papa, integrándose de manera exitosa en la preparación de nuevos platillos.

El caso español se dio de manera similar: la gastronomía obtuvo rápidamente reconocimiento a nivel mundial, al convertirse en el país encargado de llevar los alimentos del nuevo mundo al viejo continente, favoreciendo al mestizaje de ingredientes y utensilios entre España y América.

La gastronomía española responde a la complejidad de la historia de su país, a la diversidad geográfica y a la pluralidad de pensamientos entre personas, aportando como elementos principales a la cocina, el pescado y diferentes vegetales provenientes de las hortalizas de cada una de las regiones.

Además de su particular aporte gastronómico en Europa, España logró ejercer gran influencia en América, con la importación de metales, como el oro y la plata,

convirtiéndose en materiales altamente codiciados para la decoración de las mesas europeas, exaltando aún más la belleza de los platillos.

Por su parte, Inglaterra gustaba de platillos de grandes dimensiones e introdujeron a la cultura, la costumbre de lavarse las manos con agua perfumada antes de comer.

Su comercio, arte y economía, se incluyeron en su gastronomía debido al surgimiento de nuevos platillos y la abundancia de estos; así mismo, la llegada del te y el café tuvieron grandes implicaciones sociales, que favorecieron al incremento de las reuniones sociales que pretendían hablar de negocios u otros temas de actualidad.

Pero sin duda lo que revolucionó significativamente la gastronomía de la época fue la aparición del sándwich. La leyenda cuenta, que un conde (El Conde de la provincia de Sandwich), no quería levantarse de la mesa de juego, por lo que pidió le sirvieran rebanadas de pan con mantequilla y un pedazo de carne o jamón, conformando así, lo que hoy se conoce como emparedado.

El cierre de la Edad Moderna, estuvo representado por la alta perfección de la comida china, compuesta por una gran cantidad de platillos, que se basan en un montaje complejo y en una armonía entre condimentos, que tienen como base el arroz enriqueciéndose con el uso del cerdo, el pato y el pollo; desconociendo por completo el vino, el pan y la mantequilla, sustituyendo esta última con el aceite de sésamo.

La gastronomía china, se caracteriza por ser un arte delicado, que exige en la preparación de cada alimento sabiduría y concentración, para transformar los alimentos haciendo uso de las habilidades manuales; los cocineros deben evitar tener miedo de trabajar demasiado, porque deben dedicar bastante tiempo en la preparación de platillos, desmenuzando y cortando trozos pequeños y precisos.

Su gastronomía muestra al pueblo disciplinado y artístico, con creencias muy arraigadas y con una actitud que se caracteriza por su actitud servicial y paciente, que además se ejemplifica en sus costumbres, omitiendo el uso de cuchillos, evitando el excederse en bocados, no haciendo ruido al comer y no revolviendo el arroz en el plato.

Su gastronomía así como su historia está rodeada de pequeñas leyendas y proverbios, por ejemplo, existe un relato alrededor de un producto tradicional chino, el té: Se dice que el emperador Sheng-Num caminaba por el bosque y tuvo sed. Su acompañante tomó una cantimplora e hirvió agua, arrancó unos ramas que puso al fuego junto con el agua, levantando un aroma agradable y descubriendo esta bebida.

El pueblo chino hizo un sin fin de aportaciones a la gastronomía a nivel mundial, demostrando la importancia de los modales y el respeto a la hora de comer frente a los acompañantes a la mesa, dejando así a la Edad Moderna como una época de grandes cambios en muchos aspectos culturales, pero muy especialmente en la forma de preparar y degustar los alimentos. Trajo consigo uno de los mejores tiempos para la gastronomía mundial, el nuevo pensamiento social favoreció a la creación y modificación de los platillos y la forma de consumirlos, utilizando la modernidad para perfeccionar la forma de alimentarse, dejando a un lado el comer por comer, para convertirlo en un arte que continúa perfeccionándose día a día.

2.3.4 Edad Contemporánea

En esta etapa, el país que más sobresalió en temas gastronómicos fue Francia, esta nación logró evolucionar en su cocina fusionando su estilo clásico, moderno y actual.

Durante esta época, en Europa y muy especialmente en Francia, se continuó con las obras de arte culinarias, ampliando la apreciación de la buena comida,

favoreciendo la proliferación de restaurantes, el reconocimiento de los cocineros y la difusión de un mayor número de platillos.

Asimismo, se comenzó a acostumbrar a los comensales a consumir sus alimentos rodeados de lujos, a seguir un protocolo muy riguroso, las conversaciones a la hora de comer llegaron a cobrar gran importancia y los alimentos subieron su calidad y su cantidad, aunque ya no se servían los banquetes con cantidades exorbitantes de comida, las porciones aún eran considerables.

Como capital de la cultura, fue en Francia que surgieron nuevos estilos de cocina, siendo la *nouvelle cuisine* la de mayor impacto en la actualidad, porque se basa en la preparación de platillos livianos y delicados, sin el uso excesivo de salsas y alimentos cocidos en exceso, prestando atención en la preparación.

El constante cambio, orientó a las tendencias gastronómicas a adaptarse a las necesidades y gustos de la época, provocando la creación de un nuevo elemento que permitiera dar a conocer la variedad de platillos a los comensales, el *menú*.

El término "*menú*" data de 1718, y fue forjado en Francia, usándose para designar la carta con el listado de platillos entre los que podía elegir un comensal. Aunque tiempo atrás ya se realizaba la lista de alimentos colocados en un pergamino, que podían observar todos las personas; posteriormente se individualizó y adquirió diversas presentaciones, basado en el concepto y estilo de cada restaurante.

En sus inicios, esta lista contaba con un gran número de platillos en desorden, que complicaban la elección de los comensales, por eso se buscó, en años posteriores, encontrar un equilibrio entre los alimentos que permitiera colocar en una categoría específica. El menú vino a revolucionar la manera de pedir los platillos, facilitando el funcionamiento de los establecimientos dedicados a servir y preparar comida.

Estados Unidos vio en la incorporación del menú, la posibilidad de brindarle otro tratamiento a los temas gastronómicos, haciéndolo algo más visual e incluso

literario, cuestión que dio paso a la edición de libros, revistas y la creación de fotografías que plasmaran la comida desde un ángulo más estético y comercial.

Así mismo, los estadounidenses comenzaron a desarrollar una preocupación excesiva por la higiene y la simplificación de la comida, esta última, trajo severas consecuencias a la alimentación de la población, que ahora no sólo se preocupaba por consumir altos niveles de nutrientes, sino que además, buscaba la manera más rápida de conseguir alimentos en poco tiempo, aunque esto implicara un reducción en la calidad de su consumo.

Este estilo de vida acelerado de mucha actividad y poco tiempo disponible, basado en la adquisición de alimentos rápidamente y poco nutritivos, dio origen al término *Fast Food*, ejemplificando la evolución y adaptabilidad de la comida a las necesidades y cambios de una sociedad que daba la bienvenida a la modernidad.

2.3.5 Gastronomía Industrial

La industrialización marcó la llegada de la modernidad a la gastronomía, la producción de los alimentos, su distribución y consumo se modificó con el surgimiento de nuevos procesos que implicaron una nueva forma de alimentación, que consistía en alimentos procesados hechos en masa y que cumplieran las necesidades más básicas de los consumidores.

El desarrollo industrial implicó factores como la conservación, mecanización, ventas a detalle o al mayoreo, el transporte en grandes cantidades y el tratamiento de ciertos productos, como el pescado, la carne y los vegetales, que permitía a través del secado de cada uno, la distribución fácil y sencilla del producto enlatado.

La conservación de estos alimentos, comenzó con el uso de la sal para mantenerlos en buenas condiciones, lo que les permitía ser transportados y

distribuidos en un espacio geográfico más amplio, aunque esto implicaba el alza en los impuestos de consumo y traslado.

Otra opción de conservación distinta, fueron los alimentos congelados. Su aparición se debió al desarrollo del transporte ferroviario, permitiendo el traslado de pescado fresco a regiones ubicadas lejos de la costa.

El proceso de producción, encargado del suministro, ahora tenía que surtir la materia prima a gran escala, provocando que las formas de cultivo y recolección de vegetales, carne, pescado, frutos y semillas, comenzará a apoyarse del uso de maquinaria y herramienta que facilitara su empaque en grandes cantidades.

La forma de hacer los alimentos y la dieta de las personas, respondieron de forma importante a los cambios tecnológicos aplicados a la alimentación, extendiéndose inclusive a la creación de refrigeradores, hornos, estufas y herramientas de cocina que se mantenían a la vanguardia del consumo.

Para el siglo XIX, los avances continuaban, la venta de alimentos comenzó a implementar el etiquetado en sus productos, favoreciendo al uso de la publicidad en sus envasados y al consumo masivo. La marca *Quaker* fue la primera en ofrecer alimento procesado y en hacer uso de publicidad masiva para su comercialización.

A los cambios provocados por la industrialización se sumaron las comidas previamente preparadas, alimentos que ofrecían menos trabajo para el cocinero y que le ahorraban tiempo; por ejemplo, la salsa permitió una ágil preparación de pastas, como el spaguetti, y la llegada del cereal, como opción para el desayuno, siendo la marca *Kellogg's*, en 1860, la primera en venderlo, y con ello transformó por completo la dieta de las personas.

Después de la primera guerra mundial, la comida estadounidense comenzó a difundirse en Europa, adquiriendo popularidad por su fácil preparación y al impacto

de las campañas publicitarias, las cuales fomentaron el consumo de comidas ligeras y fáciles de preparar, anunciando la inminente llegada de la comida rápida.

El ahorro de tiempo y dinero, favoreció a la preparación de alimentos en forma masiva e industrial, en el mundo entero; la comida podía consumirse en cuestión de minutos y con un mismo sabor, a pesar de ser adquirida en un establecimiento de la misma empresa, ubicado en otra región.

El origen de la llamada, *Fast Food*, se remonta a la antigua Roma, donde gran parte de la población no tenía acceso a los lujosos alimentos, y se veían en la necesidad de consumir pan remojado en vino o algunos vegetales cocidos. *“Durante la Edad Media esta práctica se imitó en ciudades como París, donde se vendían flanes y waffles, y en el Reino Unido, donde se ofrecían los mariscos de las costas”*²⁴

Pero fue hasta la mitad del siglo XIX, cuando la industrialización y los avances tecnológicos, favorecieron al aumento de la producción de alimentos, en empaques y enlatados, que recurrían al uso de la publicidad para asegurar un mayor número de ventas. Por ejemplo, las marcas de *Quaker Oats* y *Aunt Jemima*, enfatizaban en sus campañas publicitarias, la rapidez en la preparación de sus alimentos y su contenido energético.

El verdadero auge de la comida rápida, surgió con el aumento en la mercantilización en los Estados Unidos, influenciada por el estilo despreocupado de alimentación, que comenzó a adoptar la población norteamericana; su dieta básicamente consistía en el consumo de comida preparada, que pudiese ser servida inmediatamente y la cual no requiriera hacer uso de cubiertos, facilitando su adquisición en la calle o en algún establecimiento.

White Castle, fue la primera cadena de restaurantes de hamburguesas, teniendo su primera cede en Kansas, Estados Unidos, en 1921. Mientras que el restaurante

²⁴ Algarabía, pág.95

Howard Johnson's se convirtió en el año de 1930 en el primero en estandarizar menús, letreros y publicidad.

Empresas como *Mc Donald's*, *KFC* y *Burger King*, fueron las primeras en introducir la preparación de la comida, similar al proceso de una fábrica, en donde cada empleado se encargaba de un paso para integrar el menú a ofrecer; por ejemplo, mientras uno se hacía cargo de preparar la hamburguesa, alguien cobraba y se hacía cargo de colocar la orden en una charola, para el consumo del cliente.

Las cadenas de comida rápida, encontraron en el automóvil, un aliado para su expansión. Ahora, los consumidores tenían la posibilidad de adquirir alimentos sin necesidad de bajarse de su carro, reduciendo en gran medida, el tiempo de espera para su entrega y acelerando el proceso de producción; por ejemplo, una de las primeras iniciativas para brindar este servicio, fue aumentar al uniforme de las meseras, patines, que permitieran ser más ágil el servicio a los visitantes del establecimiento.

Hoy en día, esta dinámica de consumo ha evolucionado, el llamado *drive thru*, un servicio de comida para llevar en el cual no es necesario bajar del auto, permitió la entrega de la orden a través de una ventanilla, que reducía en gran medida la estancia en las afueras del establecimiento. En contraposición, a la comida rápida nace el concepto *slow food* a partir de los intereses de una asociación eco-gastronómica sin fines de lucro, que tiene como objetivo, impedir la desaparición de las tradiciones gastronómicas locales.

Su filosofía está basada en el placer humano y la protección al patrimonio alimenticio, tradicional y cultural, logrando rescatar la importancia de consumir alimentos y platillos preparados de manera tradicional, en cada uno de los países, evitando la modificación y alteración de sus características.

El *fastfood* y el *slowfood*, se encuentran en un constante enfrentamiento que está determinado por el estilo de vida de cada una de las sociedades, conservando su

objetivo principal: brindar alimentos que sean capaces de satisfacer las necesidades de los seres humanos.

Los efectos dañinos de los alimentos que se ofrecen en las cadenas de comida rápida, orillan a las empresas a crear alternativas saludables en su menú para los comensales. Aunque el impacto de las *fastfoods* va en descenso, su impacto aún es grande en sociedades en todo el mundo.

2.4 Caso México

El sabor de la cocina mexicana, es fruto de un largo proceso; sus orígenes se remontan a la aparición del hombre en el continente americano, hace aproximadamente 40 mil años.

Los primeros pobladores del continente americano iban en búsqueda de un territorio que les ofreciera condiciones de vida favorables, donde pudieran realizar actividades como la caza, la pesca y la recolección, debido a que la alimentación, era una de sus principales necesidades para subsistir.

La permanencia en un lugar, dependía de la cantidad de alimentos que tuvieran, al agotarse sus reservas, se veían en la necesidad de buscar un nuevo territorio que les facilitara las mismas condiciones para sobrevivir. El enfrentamiento constante, a los cambios generados por la naturaleza, los obligó a perfeccionar las herramientas y técnicas que utilizaban para la obtención de las materias primas para cubrir su necesidad más elemental, los alimentos.

Primero se convirtieron en recolectores, posteriormente en cazadores y la disminución de insumos naturales, los llevó a desarrollar la agricultura como actividad base para la población, acompañada de la ganadería. De esta forma, comenzaron las primeras sociedades sedentarias en América.

Esto significó un cambio en las actividades de los habitantes, permitiendo la creación y perfeccionamiento de nuevas herramientas, como la rueda, facilitando

sus labores y provocando el surgimiento de artes y oficios, que se encargaron de encaminar a la población a un nuevo estilo de vida.

El territorio que actualmente pertenece a México se dividía prácticamente en dos regiones geográficas, conocidas como Aridoamérica (al norte) y Mesoamérica (centro, sur y sureste). Los pobladores de Mesoamérica, establecieron zonas de gran desarrollo cultural, que se convirtieron en regiones importantes para la alimentación, representando, durante miles de años, un espacio para generar técnicas de preparación y conservación de los alimentos.

Diversas etnias, que según la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas actualmente son 68²⁵, que ocupan lo que hoy es el territorio mexicano, entre ellas los mayas, los mexicas y los olmecas, mantienen un nivel cultural heterogéneo, lo que provoca un mayor avance en comparación con otras regiones de América.

Los indígenas mesoamericanos se alimentaban de diversas clases de chiles, calabazas, maíz, frijol, amaranto, tuna, miel, pinole, peces, bebían pulque y otras bebidas fermentadas; se cultivaban plantas, granos y fumaban tabaco; el maíz sirve para la preparación de diferentes tipos de tortillas. Los alimentos de origen animal los adquirían de la caza, obteniendo especies como los armadillos, el jabalí, la liebre, el conejo, el venado, las ranas, las tortugas e inclusive lombrices, gusanos y moscos.

La preparación de los alimentos se realizaba en hornos, ubicados en la tierra, que eran precalentados con fuego de leña, cubiertos por hojas de maguey y tierra. La hora de la comida se consideraba un rito ceremonial, que involucraba los utensilios, temas de conversación y modales en la mesa.

²⁵ Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, “Obras y Acciones para fomentar el bienestar de los pueblos y comunidades indígenas”.
http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/42987/cdi_informe_2013-2014.pdf . Obtenido el 12 de febrero de 2016 a las 12:30 hrs.

Por ejemplo, para Moctezuma el ritual de la comida era algo especial, se preparaban miles de platillos para él y la guardia, les servían en barro de Cholula, con copas de oro y durante la comida se cantaba y se bailaba; al finalizar, el tlatoani fumaba y se retiraba a dormir.

Poseían creencias muy arraigadas, que terminaban por consolidar una excelente educación en la mesa, por ejemplo, al ser llamados a comer, debían inclinarse para venerar al miembro de mayor rango, masticar bien, no comer demasiado aprisa, no tomar grandes bocados, usar la mano derecha y sólo tres dedos para agarrar alimentos, no toser, ni escupir y evitar aceptar comida o bebida de desconocidos, pues podían hacerles daño al cuerpo o al alma.

La alimentación entre los indígenas, tenía además un sentido profundamente religioso, adoraban a los dioses, como Huixtocihuatl (dios azteca de la sal y la pimienta) y al maíz– Chicomecóatl, diosa del maíz- tratándolos con cuidado y veneración, pues se creía que el hombre había sido hecho de éste grano.

Inclusive la preparación de los alimentos, figuraba en varias celebraciones religiosas como ofrendas, realizando sacrificios en torno a la comida, que incluían ayunos cada ocho años, no más de cuatro días.

Tenochtitlan gozaba de grandes lujos; la ciudad estaba dividida en cuatro secciones principales y en cada uno se encontraba un mercado, en el que se podían encontrar toda clase de alimentos, desde vegetales hasta especies animales, como el teporingo. Mientras tanto, en Europa, el desarrollo de la gastronomía fue más rápido que en América, por ejemplo, Italia fue de los primeros países en usar cubiertos.

2.4.1 Mezcla de sabores: La conquista y el surgimiento de la nueva nación

Al llegar los españoles a Tenochtitlan, se vieron sorprendidos por los mercados y la gran variedad de alimentos y animales como gallinas, faisanes, palomas, venados, patos, entre otros. El intenso período de la conquista, significó el

encuentro de dos mundos, el indígena y el español, marcando un parteaguas en la historia de la gastronomía, pues la necesidad de los españoles de alimentarse en un territorio desconocido, los obligó a combinar los alimentos que traían consigo, con los de la nueva tierra.

Se originó una fusión de ingredientes, que contribuyó a la modificación de los platillos indígenas existentes e incluso, favoreció a la creación de otro. Se conformó una gastronomía que permitió, con las mezclas subsecuentes, producir alimentos que son consumidos hoy en día.

Por ejemplo, la tortilla con queso; al pozole se le agregó la carne y especias; los caldos traídos del Viejo Mundo con garbanzo, zanahoria y col, mejoraron con el jitomate, la calabaza, la papa, el elote y diferentes chiles, dando origen al mole de olla.

Después de la conquista, los cambios en la alimentación y en las formas de comer se concretaron con la instalación de los poderes de la corona española, la conversión a la religión católica y la capacitación, dada a la población indígena de nuevos instrumentos y técnicas para la siembra de cultivos, aumentando la variedad de productos con este nuevo modo de producción.

De igual forma, la cocina, refiriéndonos al espacio físico, enfrentó una transformación al incluir nuevos utensilios como cuchillos, cucharas, ollas y cazuelas de metal revolucionando la cocina Novohispana. Un cambio significativo durante este proceso, fue la separación del fuego de la tierra, con la aparición del brasero, este cambio inicialmente comenzó en las casas de los españoles, de criollos y conventos.

Para 1810, el movimiento de independencia significó una serie de cambios en la vida nacional; la población comenzó a buscar elementos que fortalecieran su identidad ubicando entre estos a la gastronomía mexicana. Se intensificaron los valores y costumbres, logrando potencializar la nacionalidad del territorio. En la

cocina mexicana se reforzó la preparación de alimentos como las enchiladas, pambazos y sopes, adquiriendo un símbolo de identidad propia.

El éxito de los platillos mexicanos se debe en gran medida a la combinación y preparación de ingredientes, que traen consigo no sólo un aporte nutrimental para la población, sino que además están cargados de significados simbólicos durante todo el proceso de creación.

Se habla de éxito de la cocina mexicana al ubicarse entre una de las mejores del mundo, además de ser nombrada en 2010 Patrimonio Cultural de la Humanidad, título otorgado por la UNESCO.

La comida en México es una mezcla de significados y rituales construidos a lo largo de la historia, como el resultado de la visión de una comunidad que busca exaltar sus tradiciones. A pesar de tratarse de un país en el que conviven distintas tradiciones, rituales y modos de preparación, provenientes de culturas muy distintas (desde los yaquis del norte, los mixtecos y zapotecos del sur, y los mayas del sureste) existen elementos comunes que terminan por consolidar ante el mundo una cultura como nación.

México es un país que se construye con la historia y cultura de cada una de sus regiones, centrarse tan sólo en uno de sus estados implicaría la especialización en este, aunque se mantienen tradiciones en común, cada uno se torna del color de la población en donde se celebra.

2.4.2 México Moderno

Nuestro país ha consolidado una gran y variada tradición gastronómica, proveniente de un choque de culturas que la han hecho de las más reconocidas en el mundo. Después de la Segunda Guerra Mundial y posteriormente de la Guerra Fría, México ha aumentado sus relaciones comerciales, políticas y culturales con otros países. Entre ellos, Estados Unidos ha sido uno de los que más ha tenido influencia, ya sea por su cercanía territorial o su hegemonía.

México es un país que está creciendo en cuestión de población y con ello, también los consumos de alimentos. Sin embargo, se observa una influencia muy fuerte en las formas de comer y también, en lo que se come. En pleno siglo XXI “los mexicanos gastan al año alrededor de 240 millones de pesos en comida chatarra y sólo 10 millones en el consumo de diez alimentos básicos”.²⁶ La modernización representó para México el acercamiento a la comida rápida y con ello un cambio radical en la alimentación de la población.

*“En medio de la diversidad gastronómica que hay en nuestro país, existe un rincón ocupado por nuestra propia versión de la fast food estadounidense”.*²⁷ El cambio en las formas de comer y en lo que se come, ha alterado el ritmo de vida de los mexicanos, provocando no sólo una crisis de identidad gastronómica, que representa un problema simbólico y cultural, sino que también atañen riesgos y padecimientos de salud.

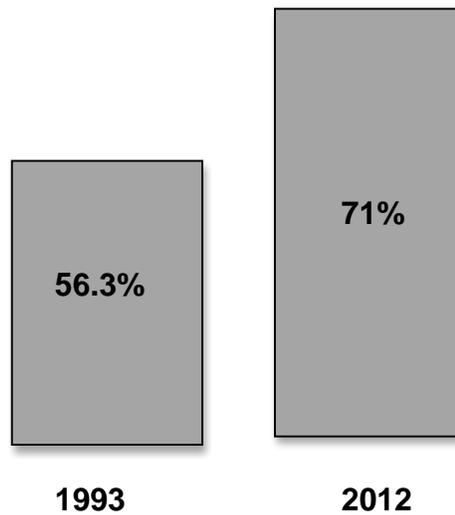
Nuestra imitación en los modos estadounidenses ha llegado a convertirse en una auténtica superación de las formas extranjeras. Tan sólo en los últimos años, México se colocó por encima de Estados Unidos, en el consumo de refrescos, tomando casi medio litro de esta bebida al día y sumando por año 160 litros de refresco, contribuyendo a acrecentar el problema de obesidad entre la población.

Si nos centramos en los hechos, en lo que respecta a los riesgos a la salud, más del 71% de la población actual padece sobrepeso u obesidad, de acuerdo con la Secretaría de Salud Pública; en gran medida este aumento se debe a los malos hábitos alimenticios, que la población ha comenzado a adquirir por la modificación en su estilo de vida, predominando el consumo de alimentos preparados en la calle o establecimientos de comida rápida.

²⁶ Ibidem.

²⁷ Algarabía, p. 102

Índice de Obesidad en México



* Basada en la información de la Secretaría de Salud Pública.

Tan sólo en 1993, como se observa en la gráfica, cerca del 56.3% de la población en México, padecía sobrepeso u obesidad, aumentando cerca de un 15% para el 2012. Para 2014, estos problemas se encuentran en el 72% de las mujeres y el 66% de los hombres mayores de 20 años. En gran medida, esto se debe al incremento de establecimientos dedicados a vender, la llamada comida rápida.

El aumento de consumo en este tipo de comestibles, no sólo se ha encargado de mermar con la alimentación de la población adulta, sino que además, ha puesto como principal consumidor de este tipo de comida, a los niños, quienes obtienen de la televisión y la publicidad el mayor acercamiento con los alimentos chatarra.

El 26% de la población infantil de entre 5 y 11 años padece sobrepeso u obesidad, lo que coloca a 4.2 de millones de niños en el país con este problema, reconociendo a las golosinas, las frituras, los refrescos, las galletas y los pastelitos como la principal fuente de alimentación de este sector.

Esta constante modificación en los hábitos de nutrición y consumo, es lo que hoy en día coloca en riesgo, no sólo a las tradiciones y rituales alrededor de la gastronomía nacional, sino también la salud de los mexicanos.

2.5 Conclusiones

A partir de olores, sabores, texturas, recetas y platillos, el ser humano crea en su mente un sin fin de ideas que culminarán en la creación de una identidad. Cada bocado encierra significados culturales y sociales, que comienzan por integrarse, en un territorio en específico, que ubica al individuo en un lugar y tiempo determinado, que le brindará ciertos alimentos para su consumo.

Iniciará con esto, un proceso de identificación en una región geográfica en específico, que fungirá como un punto de enlace entre los habitantes, quienes basaran su alimentación en los recursos que poseen.

Desde la Prehistoria y los primeros seres humanos, que sólo recolectaban frutos y cazaban animales, hasta la elaborada gastronomía francesa moderna y la fast food, cada forma de elaborar alimentos revela necesidades y símbolos distintos, que reflejan la realidad social, económica, religiosa y filosófica de cada cultura que los crea y los consume.

Si bien, la necesidad de alimentación ha sido la misma en todos los seres humanos del mundo, el modo de satisfacerla, los ingredientes de las recetas que lo hacen y los símbolos culturales detrás de cada una de ellas, es distinta e inigualable, no sólo entre sociedad y sociedad, sino también entre los mismos individuos de un mismo grupo social.

Los alimentos son capaces de proporcionar elementos, no solamente físicos sino simbólicos, que permiten interpretar la realidad de una sociedad, en donde las costumbres arraigadas al momento de comer, los alimentos y su preparación, así

como sus ritos y tradiciones, nos hablarán de la historia de una región a través de una cucharada de sabores.

Conocer una cultura por su gastronomía, sus platillos y los elementos con que se elaboran, la forma de degustarlos e incluso, las festividades o días cotidianos en que se consumen, no nos hablan sólo del paladar y el estómago de una determinada cultura, sino que nos transmite su historia y todo el contexto en el que el platillo se elaboró y lo que representa para los comensales que lo degustan.

Permitiéndonos así, degustar en cada platillo, una gama de significados, que son capaces, no sólo de hablarnos del origen de un alimento, sino que además, nos ubicaran dentro de la historia de un país, poniéndonos en contexto de un pasado que ha sido construido con diversos ingredientes y que hoy, son parte fundamental del plato fuerte de nuestra realidad.

En el caso de nuestro país, la cultura gastronómica se ha conformado por la integración de diferentes tradiciones, haciéndola única e inigualable. Desde los recursos traídos de Europa, tal como la carne de cerdo, res y pollo; hasta aquellos que eran propios de América, como el maíz, los chiles y el cacao; se hicieron parte de un todo integrado que descansa en nuestras cocinas y nuestra forma de preparar alimentos y de consumirlos se transformó por completo.

La gastronomía, la forma de cocinar y de comer de un pueblo, al igual que otros elementos que conforman su identidad cultural, van cambiando a lo largo del tiempo, transformándose, evolucionando, adaptándose a las circunstancias que se van presentando. Y en el caso de México, así fue, en un proceso que lo llevó a tener una gastronomía reconocida en todo el mundo.

Sin embargo, en ese intercambio cultural, nuestra gastronomía está en cierto sentido, perdiéndose frente a elementos totalmente ajenos a los nuestros, tal como el consumo de la comida chatarra y la fast food, que provienen principalmente de Estados Unidos, y que no sólo causan problemas en cuanto a la tradición y la cultura, sino que también nos afecta en lo que concierne a la salud.

Por ello, resulta fundamental rescatar las formas tradicionales de preparar nuestra comida, que está llena no solamente de sabor, sino de riqueza histórica, simbólica y cultural; salvaguardar nuestros modos y no permitir que estos se vean afectados por extranjerismos pasajeros, pues somos guardianes de una tradición inmensa.

CAPÍTULO III

Plato Fuerte: Brocheta Mediática.

El hombre se comunica por naturaleza, busca interactuar con su entorno y otros individuos que en él participan, con la finalidad de enviar y recibir mensajes que transmitan su sentir y su pensar.

A través del surgimiento y perfeccionamiento de herramientas, como el lenguaje, se ha conseguido establecer un canal de comunicación, que con el paso de los años, ha logrado nutrirse de nuevas herramientas creadas por el propio hombre para satisfacer sus necesidades expresivas.

La comunicación es una acción en la que convergen todas las disciplinas creadas por el hombre y la tecnología, haciendo uso de la palabra oral y escrita. De hecho, todo lo que ha creado el ser humano, ha sido fruto primario del lenguaje y las tecnologías que devienen de él, que en más de un sentido, le han valido al hombre, conquistar el mundo.

Entre estas herramientas tecnológicas, utilizadas para la difusión de mensajes, encontramos a los medios de comunicación actuales, tales como la prensa, la radio y la televisión, los cuales se convierten en hábitos de consumo cultural, social y político.

Así, estos medios se vuelven parte fundamental de la economía de los países, las grandes compañías dedicadas a la comunicación, se transforman en generadoras de riqueza y proporcionan empleos adoptando un papel preponderante en nuestras sociedades actuales. La comunicación y sus efectos en las sociedades y los individuos que las conforman, son trascendentales.

El reconocer la importancia de los medios ha sido un proceso complejo, la evolución y formación de la comunicación como ciencia, se ha tenido que afrontar a los problemas de una disciplina joven, como la elaboración de un vocabulario propio y debates para lograr una unificación, que abarca distintas disciplinas que convergen en el estudio de la comunicación desde distintas perspectivas.

Esta lucha por llevar a la comunicación más allá de un hecho natural y ponerla como un objeto de estudio válido, ha permitido al hombre, a través del tiempo, lograr vivir en comunidad y tener relaciones interpersonales cada vez mejores. Esto debido a que sin comunicación no es posible la existencia de la unión entre distintos individuos en sociedad y sin esta unión, el hombre no podría existir, pues está diseñado para sobrevivir dentro de un grupo social.

Visto lo anterior, es importante hablar sobre el concepto de “comunicación”, ésta, en primera instancia, ayuda al individuo a la creación de procesos mentales, que posteriormente se convertirán en acciones o palabras, cuya consecuencia es la interacción con más individuos o consigo mismo.

No existe una definición universal de la comunicación, cada corriente de pensamiento, cada disciplina, la maneja de una forma distinta, algunos se enfocan en que corresponde a los significados que se le otorgan a los mensajes; otros afirman que es el lenguaje mismo; pero en sí, todos concuerdan en que es la herramienta elemental de interacción entre el individuo y su entorno, conformado también de otros individuos.

Ante esto, la comunicación resulta un instrumento de gran importancia para la adaptación del ambiente y para satisfacer las necesidades del ser humano; la palabra proviene del latín *communicatio*, que proviene de *communis*, que significa “común”.²⁸ Se puede concluir, que comunicación significa: poner en común. Es

²⁸ DE LA MORA, Medina José. *Te comunica, explicación y análisis*. p.10.

decir, es el instrumento que los seres humanos usamos para relacionarnos con otros y poner en común lo que pensamos y sentimos.

Para fines de esta investigación, el concepto se tomará principalmente desde una perspectiva social, en el que la cultura tiene un papel fundamental, pues sin ésta, no existiría un desarrollo del lenguaje ni de procesos mentales suficientes para lograr una comunicación eficaz.

Así, podemos definir la comunicación como *“la relación comunitaria humana consiste en la emisión- recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”*.²⁹

A través de este proceso, el individuo puede influenciar o dejarse influenciar por otro, alcanzando un estado de socialización, que resulta de suma importancia para su desarrollo y del que nacen las relaciones sociales, mismas que dan paso a la estructuración de los grupos sociales y todo lo que conlleva.

La comunicación es un proceso, que nos permite el intercambio de mensajes codificados, con los cuales se establecerán relaciones con el resto de los individuos, poniendo puntos en común y llegando a un entendimiento por medio de la expresión, para así, lograr una convivencia en sociedad.

El código que se emplea, es el lenguaje, éste es visto como un medio para realizar los consensos y llegar a una comprensión, ponerse de acuerdo con el otro, si esto se logra correctamente se obtendrá un proceso comunicativo exitoso. En el caso del lenguaje humano, no es universal, sino que varía según la región geográfica y el tiempo, de modo que si dos individuos no comparten el mismo código, la comunicación no será posible.

²⁹ PASQUALI, Antonio. *Comprender la comunicación*. p.67.

Existen varios tipos de lenguaje, desde el lenguaje verbal que encierra idiomas, dialectos, sociolectos e idiolectos; el lenguaje de signos corporales, tal como los lenguajes de señas de distintas sociedades; el lenguaje de la música, de las matemáticas, de las artes, entre muchos otros. Lo importante para que el lenguaje funcione, es que ambas partes del proceso comunicativo, conozcan el código que emplean para lograr una comunicación efectiva.

Otro término importante dentro de la comunicación, es la “información”, pues ésta también se establece relaciones importantes entre los seres humanos, estos dos términos no pueden separarse, pues son correlacionales, es decir, están íntimamente ligados entre ellos.

La información es “*dar forma, conducir moldear, inferir o manipular la conciencia del receptor*”,³⁰ connota al mensaje, busca causar algún impacto en el receptor, se utiliza principalmente para mantener al tanto de los hechos y crear un interés. Es el cuerpo del mensaje, el contenido que, precisamente, se comunica.

Para que la información llegue lo mejor posible al receptor, es importante considerar la cantidad y calidad de la misma, para no saturar a la parte que recibe el mensaje; así como determinar el canal por el cual se enviará. También se debe observar la forma en que se codifica y descodifica el mensaje.

En la actualidad, se dice que “*información es poder*” y es debido a la “ventaja”, que tiene el emisor respecto al receptor, de poseer datos de importancia, lo que lleva a la información y a la comunicación, a ser medios importantes de poder, por el significado social que ambas poseen.

Al observar la importancia que poseía la información y la comunicación, por medio de la que se trasmitía, el hombre creó métodos para que sus mensajes fueran recibidos por una mayor cantidad de receptores, traspasando las limitantes

³⁰ DE LA MORA, Medina José. Op. Cit. p. 101.

geográficas, llegando a la creación de los medios masivos de comunicación, que comenzaron con la imprenta y han llegado hasta nuestros días con cobertura mayor y más velocidad de difusión, tal como la radio, la televisión y los medios electrónicos.

Dentro de los medios de comunicación se maneja información que resulta útil para el propósito de lo que se emite y de calidad para el público; la información llegará al receptor para lograr una influencia positiva en él. Por ello, resulta importante para fines de esta investigación, haber abordado el significado de comunicación e información.

El proyecto que esta investigación sustenta, es un programa radiofónico. Al realizar cápsulas de radio, se debe tomar en cuenta la cantidad y la calidad de la información, así como los códigos utilizados, para que la interpretación de los mensajes emitidos se realice de la manera más fiel posible por el público receptor.

Al utilizar únicamente sonidos y lenguaje verbal, se tiene una responsabilidad mayor con la audiencia, pues los sonidos se interpretan de una forma distinta a las imágenes visuales y es más fácil que se vea alterado el proceso comunicativo, pues requiere mayor atención por parte del público.

La radio fue propiamente, el primer medio de comunicación masivo que funcionó de manera efectiva para transmitir a grandes audiencias. Su ventaja principal era simple: cualquiera podía escucharla. A diferencia de los diarios, que requieren el conocimiento de la lectura, la radio sólo necesitaba que las personas fueran capaces de escuchar e interpretar el lenguaje.

Actualmente, a pesar de que existen otros medios de comunicación, tal como la televisión o incluso el Internet, la radio continúa siendo un medio de gran alcance, pues su uso permite al público escuchar sus transmisiones mientras realiza sus actividades diarias. A tal grado radica su importancia, que incluso hay "radio" a

través de medios digitales, que aunque propiamente no es radio (ya que no se transmite a partir de ondas radiofónicas) sigue manteniendo el mismo lenguaje sonoro, con la diferencia de que cualquiera puede tener acceso al contenido, desde escucharlo hasta crearlo.

Asimismo, el entender el proceso comunicativo resulta de utilidad para lograr un correcto envío de información al receptor, y que el mensaje que se quiere enviar, llegue lo mejor posible a su destinatario, para así tener un producto final eficiente, siendo el fin primario del programa: comunicar.

Para lograr esto, se debe entender la historia de los medios de comunicación en el país, observar lo que se ha hecho en cuestión de televisión y radio, y así, poder determinar y crear un producto comunicativo original y de calidad, para lograr una correcta aportación con el proyecto radiofónico que se desea presentar, por lo que retomaremos a continuación los distintos formatos de programas gastronómicos en televisión y radio, principalmente.

También se diferenciará un medio público de un medio privado, tanto en televisión como en radio, siendo los públicos los que están protegidos institucionalmente, creados y financiados por y para el público, sin fines comerciales. En cambio los medios privados tienen una finalidad comercial dentro de su programación.

Contextualizando, el tema de la gastronomía fue tomando relevancia en los medios de comunicación de nuestro país alrededor de los años 60's, cuando el crecimiento de la radio y la televisión iban en aumento. La programación en los mismos requirió de nuevos espacios destinados principalmente a las amas de casa y sus necesidades, siendo una de ellas, la de cocinar.

Mientras en un inicio dichos programas consistían meramente en la repetición sistemática de recetas y consejos para cocinar, el formato se fue modificando y enriqueciendo a lo largo de los años, llegando a conformarse programas que

integraban desde cuestiones culturales y tradicionales de regiones de nuestro país definidas, hasta *realitys* y de la relación entre la comida y la vida diaria.

3.1 Cocina a color

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor alcance a nivel mundial y con mayor impacto, tan sólo en México, se cuenta con una infraestructura de 730 estaciones de televisión y 38 canales de televisión digital. Si bien, las primeras transmisiones en la televisión mexicana se centraron en clases y deportes, con el paso de los años, también se buscó plasmar en la pantalla, temas de índole común y más cercanos a la vida cotidiana de la población, tal como la cocina.

El primer programa de cocina en México, inició transmisiones en 1960, por canal 4 Guadalajara, conducido por Eva Uranga viuda de Zarate, mejor conocida como la Señora Zárate, quien comenzó la enseñanza de la cocina en su casa, de manera informal, para en 1957, iniciar con las clases de forma profesional, que la llevaron hasta la televisión en 1960.

El programa que llevaba por nombre "*Hasta la Cocina*", con 49 años de transmisión, fue el primer programa de su tipo en transmitirse en Guadalajara, y ha sido acreedor a 2 records Guinness; el primero, por ser la conductora de cocina con mayor tiempo al aire y el segundo, por ser el primer programa de su tipo con más programas transmitidos, cumpliendo en 2003, 6610 horas de transmisión y 11 mil 232 emisiones.

Su formato, se basaba en presentar una receta, en compañía de la señora Zárate e inclusive de algunos invitados; el éxito rotundo de esta producción fue el acercamiento al público y la cotidianidad presentada en cada una de sus emisiones. Por motivos personales, la señora Zárate, a sus 89 años, decidió poner fin a su etapa en televisión en 2010, culminando así, con uno de los programas

pioneros en su tipo.

Otro referente muy importante, al hablar sobre precursoras en programas de cocina, es la conductora, cocinera y conferencista, Chepina Peralta, una mujer con gran reconocimiento, carisma y número de créditos, cuyo programa abordaremos en el siguiente apartado.

3.1.1 En tu cocina...con Chepina

De maestra de arte y ama de casa, a conductora de un programa con gran éxito, Chepina Peralta, fue la primera mujer latinoamericana en tener un programa de cocina en la televisión.

Su primera aparición en *TeleSistema Mexicano* fue en 1967, en un programa llamado “*Menú Diario*”, con duración de 15 minutos, en donde compartía con su público una serie de recetas y consejos para combinar los alimentos y cambiar los hábitos alimenticios, e inclusive sus famosos “chepitips”, que consistían en trucos, consejos y secretos de su cocina.

Más tarde, con “*Sal y pimienta*”, emitido por *Imevisión*, continuaría con las charlas de cocina, atrapando al público con su peculiar forma de conducir, además de la practicidad de sus recetas.

Este icono de la televisión mexicana, se ha ganado un lugar trascendental en las programaciones de México y del mundo, por ser la primera mujer en América Latina con el mayor número de transmisiones de un programa enfocado a la cocina, realizando más de 7200 emisiones.

Si bien, el primer acercamiento a la cocina de Chepina, se dio en su hogar, cumpliendo con una tarea, su especialidad en el arte de hablar en público, le abrió las puertas al mundo de la gastronomía.

La búsqueda constante de la televisión mexicana, por retratar la realidad lo más fielmente posible, hizo que se quisiera una auténtica ama de casa, con facilidad de palabra y sobre todo, simpatía que generara un sentimiento de identificación con el público objetivo.

El consolidado hogar de Doña Chepina y su experiencia para hablar en público, la colocaron como el personaje ideal para dar rostro a la primera producción en el Distrito Federal de cocina.

El proyecto estaba pensado en un inicio para tener una duración de tres meses, que desglosara a los televidentes la elaboración de un platillo; manteniendo en su formato el uso de guiones rígidos y alimentos preparados por otras personas.

El éxito rotundo e impacto de esta producción, radicó en la autenticidad e identificación que la conductora, Doña Chepina, logró establecer con los televidentes; tan sólo en el primer programa, al tener que preparar una ensalada, al mezclar las verduras, saltaron las lechugas fuera de la ensaladera, situación que la llevó a expresar: “¡Ay, qué raro! En mi casa no brincan”, demostrando así, que era una persona como cualquiera, a la que también le pasaban ese tipo de cosas.

Luego de 4 años de ausencia en la televisión, Chepina Peralta regresó en el 2010 con “*Chepina en tu cocina*”, transmitido por el canal *Utilísima*, de televisión de paga, retomando su fórmula probada en los programas cocina.

Tanto la señora Zárate como Chepina Peralta, sentaron las bases de los programas de cocina de televisión mexicana, dando la pauta al resto de las televisoras locales, del formato de un programa de cocina exitoso.

3.1.2 La primera receta...

Las producciones, que buscaron hacerle un lugar a la comida mexicana en la televisión, se mantuvieron bajo el mismo formato de las pioneras de la cocina, Chepina Peralta y Eva Zárate, brindando a los televidentes un espacio de alrededor de 30 minutos, en donde compartían la receta de un platillo a elaborar.

Este formato fue repetido por un tiempo, hasta que Canal 11, quien buscaba innovar su programación, incluyendo proyectos que retrataran la cotidianidad de la vida urbana y dotará a las amas de casa de herramientas para incluir en sus actividades diarias, creó un espacio dedicado únicamente a la cocina, siendo pionero en la televisión pública de México.

En 1999, *“El rincón de los sabores”*, fue el encargado de abrir la programación de cocina del canal del Politécnico Nacional, con la conducción del chef internacional Paulino Cruz, quien haciendo uso de un formato, basado en desglosar y preparar un platillo principal, logró mantener con éxito su emisión y generar más espacios en el canal para sus colegas.

El espacio de *“El rincón de los Sabores”*, buscaba en esencia mostrar de manera clara, la preparación de atractivos menús que son construidos con la finalidad de exaltar los olores, sabores y composición de los platillos, manteniendo un sentido de elegancia y seriedad en la presentación y elaboración del menú.

Lo que más atrajo la atención del público, en éste programa de la televisión pública nacional, además del carisma del conductor, era que las recetas podían ser preparadas con ingredientes que eran fáciles de encontrar en el hogar.

Las televisoras privadas también decidieron entrar al mundo de la cocina con *“Al sabor chef”*, programa lanzado por Televisa en el año del 2007, con la conducción del chef Alfredo Oropeza, que a diferencia de los titulares del canal once, obtuvo

su propio espacio de transmisión gracias al éxito y empatía, que generó con el público, al participar en la sección de cocina del programa “*Hoy*”, transmitido por el canal 2 de la misma empresa.

“*Al sabor del chef*”, se mantuvo prácticamente por cuatro años en la programación de canal 2, alternando horarios que iban de los 15 a los 30 minutos diarios, de lunes a viernes. El formato del programa se valía de la invitación a actores, deportistas, conductores, cantantes y hasta políticos, como los gobernadores de Veracruz, Guerrero, Puebla, entre otros, que encontraban en la cocina, un espacio de promoción para sus próximos proyectos.

Algo destacable de esta emisión, era su constante interés por la difusión de la gastronomía en los diferentes estados de la República Mexicana, como Aguascalientes, Chiapas, Hidalgo, entre otros.

Si bien, su premisa básica era dar a conocer un platillo, al adentrarse a un nuevo territorio, se tenía la posibilidad de preparar recetas típicas del lugar resaltado, con el sabor original de la región.

El programa buscaba promocionar recetas que fueran de fácil preparación y accesibles para los hogares mexicanos, y salió del aire en 2011, después de 1000 transmisiones y 4 años al aire.

Otra emisión que comparte formato, fue “*El toque de Aquiles*”, transmitido por *Utilísima*, al igual que las dos producciones anteriores, se basa en la presentación y preparación de un platillo, integrando nuevos elementos en su rutina, como lo son los chistes y la música, pero manteniendo la invitación a personalidades destacadas en los medios de comunicación.

Estas tres producciones, rescatan los elementos de los primeros programas de cocina, si bien existen algunas variaciones en cuanto al tratamiento, presentación

y formalidad al presentar los platillos, en su totalidad conservan la esencia que busca mostrar al público los pasos a seguir para la preparación de un alimento.

3.1.3 Innovando la receta

El auge y popularidad alcanzados por las emisiones televisivas sobre la cocina tradicional, como *“El rincón de los sabores”*, producción de Canal 11, ha orientado a buscar una nueva forma de innovar en la difusión de la gastronomía mexicana.

Si bien, programas de televisión “tradicionales” como los mencionados en el apartado anterior, han sido capaces de mantenerse en el gusto del público, la evolución y modificación en los hábitos de los seres humanos, exige la existencia de formatos aún más innovadores, que sean capaces de abordar la comida con un enfoque más amplio.

Canal Once, fue el primer canal de televisión mexicana que buscó innovar en su programación, alrededor del año 2000, dio a conocer *“La ruta del sabor”*, una emisión que, en esencia, se proponía poner al alcance de los televidentes, recetas de platillos poco conocidos.

Con la conducción de Miguel Conde, el programa logró plasmar en pantalla, una combinación integrada por el gusto de viajar y la pasión por la comida, mostrando a los televidentes un mapa gastronómico, que rescataba los sabores y aromas del territorio mexicano.

Más que una emisión de cocina, *“La ruta del sabor”*, se convirtió en un diario de viaje, que buscaba adentrarse a la cultura de pequeños poblados en México para conocer las tradiciones gastronómicas del lugar y salir con buen sabor de boca y una historia que contar.

A lo largo de 10 años de transmisión, el programa fue capaz de saborear los platillos de la sierra Otomí, de la cocina Maya, la Purépecha e inclusive de la capital del sabor Mexica, el Distrito Federal.

El éxito y duración de *“La ruta del Sabor”*, no sólo se debió a la presentación y difusión de platillos poco conocidos, sino al sentimiento de identificación que el conductor generaba, logrando transmitir al televidente la imagen de un joven con gran inquietud por descubrir los sabores de su país.

Para finales del 2011, *Once TV*, se propuso innovar aún más en su programación y bajo la dirección de Fernando Sariñana, se dio a la tarea de crear nuevas propuestas, que dieran a la población otra mirada de la gastronomía mexicana.

El 8 de julio del 2011, se dio a conocer *“En materia de pescado”*, una producción televisiva que combinaba los estilos narrativos de un documental y un reality, generando una propuesta conocida con el formato de docu-reality.

Con la conducción del actor mexicano, Daniel Giménez Chacho y el analista político, Marco Rascón Córdova, la emisión aborda la importancia de la comida popular y la alta cocina en México, retomando en cada una de sus visitas no sólo la gastronomía del lugar, sino la historia y anécdotas que inundan a cada una de las personalidades involucradas en un platillo.

Entre las características de este programa, destacan la investigación previa, la cámara en mano y la grabación en locaciones haciendo uso de la iluminación presente en cada una.

Con una duración de 26 minutos, cada capítulo está segmentado en 4 secciones: primero, a través de la voz del invitado de la emisión, se da a conocer una breve reflexión, sobre los aspectos cotidianos de la vida en la Ciudad de México.

En el segundo segmento, la hora del antojo, se dedican a recorrer las calles de la ciudad, buscando un lugar interesante para degustar la comida popular mexicana, después sus pasos son redirigidos a algún mercado, para tener un mayor acercamiento a los ingredientes que dan vida a los platillos que llegan a la mesa.

Posteriormente, la recolección de estos ingredientes servirá para preparar un platillo al lado de un chef internacional, que dará la materia prima para cerrar la emisión con una pequeña reflexión acerca de las vivencias recolectadas en el día.

Por ejemplo, en uno de los programas, iniciaron por el metro Lagunilla, en la Ciudad de México, encontrando a un taxista con máscara de luchador, quien los condujo a “*Las Migas La güera*”, donde además de la historia y anécdotas, degustaron un platillo reconocido del lugar.

Continuaron con su recorrido hasta llegar al “*Mercado de Medellín*”, donde intercambiaron experiencias con la gente que trabaja ahí y adquirieron productos que más tarde utilizaron para la creación de un platillo.

Otra de las producciones de *Once TV*, es “*Yo sólo sé que no he cenado*”, con la conducción de Bruno Bichir, quien “*a manera de gourmet filósofo, visita en esta serie diferentes lugares de la República Mexicana en busca de la magia, los sabores y las historias que se ocultan detrás de los platillos que encuentra a su paso*”.³¹

En “*Yo sólo sé que no he cenado*”, convergen las anécdotas, la historia y el sabor de los platillos, que se han encargado de hacer famosos a puestos, restaurantes, cantinas y mercados.

Durante 30 minutos, Bruno Bichir, se encarga de llevar al televidente a los rincones más populares y sofisticados del estado a visitar; si bien, podríamos

³¹Instituto Politécnico Nacional, “Yo sólo sé que no he cenado,” <http://oncetv-ipn.net/yosolose/>, consultado el 31 de julio del 2012 a las 14:25 horas.

encontrar una similitud con emisiones como “*La ruta del sabor*”, la conducción e identificación que genera junto con las personas del lugar hacen que *Yo sólo sé que no he cenado*”, sea una emisión emotiva y con un amplio significado culinario.

La estructura de este programa, se da al estilo de una crónica, en un día de Bruno Bichir, quien primero nos adentra con una breve introducción del lugar a visitar, para dar paso a un recorrido por algunos de los puestos clásicos de la ciudad.

En esta emisión no se centran en desglosar los ingredientes que conforman un platillo, más bien, se busca indagar en la historia de un puesto o restaurante, con la finalidad de conocer el origen de su nombre, así que, al mismo tiempo que Bichir degusta unos tacos, un plato fuerte o una bebida, conversa con el encargado para saber más de la historia que rodea al lugar.

Lo interesante es el uso recurrente de la voz en off para brindar detalles acerca del origen del platillo, un dato curioso, estadísticas de consumo y algunos elementos históricos del lugar visitado.

Además de estas emisiones, entre las innovaciones de formatos culinarios, también encontramos “*Diario de un cocinero*”, una producción más de Canal Once, dirigida por Juan Carlos Rulfo; una serie que se adentra en la mirada de Enrique Olvera, quien nos lleva a las entrañas del restaurante el Pujol, considerado el número 49 del mundo, según la lista de San Pellegrino y que celebra 11 años de éxito.

Esta serie, más que brindarnos un panorama histórico de la gastronomía, nos muestra el interior de un platillo, es decir, el proceso creativo que se requiere para poder integrar de manera exitosa sabores, olores y colores que terminaran en el paladar de un comensal.

“*Diario de un cocinero*”, es una serie que se construye con la crónica de un hombre apasionado por la comida, que a través de su mirada nos adentra a las vivencias de un restaurante, en donde la comida se convierte en una obra para la vista y el paladar.

Estas producciones están dirigidas a los jóvenes y adultos, sin importar si poseen un amplio gusto por la gastronomía, porque, en esencia, son programas que están contruidos para poder cautivar a las personas, más allá de la comida, con todo lo que la gastronomía como producto cultural implica.

En la televisión mexicana, *Once Tv México*, se ha encargado de innovar en las producciones que abordan a la gastronomía como un tema central, basta mencionar las emisiones anteriores para mostrarnos que la comida es capaz de abordarse desde múltiples perspectivas.

3.1.4 Con sabor internacional

La llegada de la televisión de paga a México, ha permitido el acercamiento a producciones creadas en distintas partes del mundo, que buscan mostrarnos a la gastronomía, no sólo como una construcción de sabores y olores, sino también, como parte de la pasión de los seres humanos.

A nivel internacional, una de las figuras más destacadas en este rubro, es el chef británico, Gordon Ramsay, quien a sus 45 años, ha sido acreedor a 12 estrellas Michellin, reconociendo a su cocina como una de las mejores de Europa.

Su experiencia y dominio de la gastronomía internacional, lo ha llevado a ser conductor de cuatro producciones televisivas, que han traspasado fronteras; la más importante, para fines de esta investigación, es “*Hell’s Kitchen*”, un reality show conformado con 12 participantes, que buscan conseguir el puesto de chef en jefe, en uno de los restaurantes de Ramsay.

Este reality show, alberga en sus instalaciones dos cocinas idénticas, que se convierten en el escenario para desarrollar la competencia entre dos equipos; en cada capítulo, los competidores son sometidos a diferentes pruebas, que van desde cortar pequeños ingredientes, hasta la preparación de complicados platillos.

Así, Ramsay y un equipo de chefs, reconocidos internacionalmente, se encargan de ir eliminando paulatinamente a los competidores, para nombrar un ganador al final de la temporada.

Hell's Kitchen, es una producción que tiene como materia prima la gastronomía, pero que decide mostrar a los televidentes, la exigencia, compromiso y perfección que se requieren para la elaboración de cada platillo, convirtiéndose en una emisión con éxito a nivel mundial.

3.1.5 Especialidad de la casa

En los apartados anteriores, se han mencionado producciones inmersas en canales de televisión, que si bien, no se centran únicamente en mostrar platillos, su esencia radica, principalmente, en generar contenidos de entretenimiento que se alternan con recetas de cocina.

Como excepción a estos casos, se encuentra *Utilísima* Televisión, perteneciente actualmente a la cadena *Fox*, canal que en su mayoría, se encarga de generar contenidos para la población femenina, que tiene interés por aprender herramientas y consejos aplicables al hogar.

Si bien, entre su programación se pueden ubicar gran variedad de temáticas, existe una central para esta investigación, la gastronomía, a la que se le dedican 21 programas de su barra de transmisión.

En este canal, encontramos “*El Toque de Aquiles*”, programa mencionado en el primer apartado, y en el resto de la programación encontramos:

- Aarón Loves Ny (Recorrido por las recetas y estilos de Nuevo York)
- Ariel a la parrilla (Recetas dadas con humor)
- Benito y Solange (La fusión de estilos, sabores y texturas)
- Café San Juan (Los secretos de la cocina de Leandro Cristóbal, conductor)
- Chepina en tu cocina (Recetas con sabor y nutrición)
- El sabor de los oficios (Las costumbres gastronómicas y los oficios en Latinoamérica)
- Hombres en la Cocina (Seis hombres que buscan acercarse a la cocina)
- La pastelería (Recetas de postres y pasteles)
- Lo de Narda (La mujer empresaria y madre dando recetas y consejos)
- Los Donato (Un reality show, que muestra el papel de la comida en la relaciones entre amigos, pareja y familia)
- Mi Cuba (Cocina, costumbres y tradiciones de Cuba)
- Mónica Patiño Simple y Natural (Recetas de las raíces mexicanas)
- Perú Fusión (Cocina Peruana)
- Puro Chef (Tres chef dando recetas latinoamericanas)
- Reto al Chef (Recorrido por la cocina de Colombia)
- Sabores de ensueño con Mario Pagán (Recetas de Puerto Rico)
- Sabores de ensueño con Wilo Benet (Recetas de Puerto Rico)
- Sabores de Familia (Amas de casa que compartan sus recetas y experiencias)
- Sazón con Lorena García (Recetas con invitados)

Utilísima, es un canal de televisión, que si bien ofrece una amplia gama de producciones de televisión dedicadas a la cocina, prevalece en la mayoría de éstas el formato de dar a conocer a las amas de casa una receta de cocina, teniendo como variante los consejos, país de origen de los platillos y la versatilidad y estilos de conducción.

La televisión es, entonces, para el mundo de la gastronomía, un espacio de difusión para las recetas: los ingredientes, los estilos y formas de preparar los alimentos; con alguna variante que involucra vivencias e historias que contar.

3.2 De la mesa a la pantalla grande: La cocina en el cine

Otro medio de comunicación importante, dedicado a la transmisión de mensajes, por medio de relatos, es el cine. Se trata de una forma de comunicación, que transforma un código en arte, al igual que la gastronomía convierte un ingrediente en algo artístico.

El séptimo arte se ha inspirado también en los placeres de la cocina, contando historias que tienen como base la gastronomía, las cuales transportan al espectador por un mundo de sabores.

Un ejemplo es “*La gran comilona*”³² (*La grande bouffe*, en su título original), cinta franco-italiana de 1973 que narra la aventura de cuatro amigos, que se juntan en una villa para comer hasta morir, y pasan por un sinfín de situaciones, propias de sobrepasarse con la alimentación. Esta película, más que centrarse en la gastronomía, utiliza a ésta para retratar una sociedad de consumo y la crisis que existe en ella; así como lo más bajo y vacío del ser humano; todo esto rodeado de los placeres de la cocina.

Otro ejemplo de la gastronomía retratada en el cine, es “*Babettes gæstebud*”³³, traducida al español como “*El festín de Babette*” (1987), en ella se observa la historia de Babette, una joven de origen francés que obtiene refugio de la guerra en una pequeña villa; al ganar la lotería, decide organizar una gran comida, como

³² *La grande bouffe*, Francia-Italia, 1973, Dirección: Marco Ferreri. Producción: Vincent Malle, Jean-Pierre Rassam. Guion: Rafael Azcona, Francis Blanche, Marco Ferreri. Música: Philippe Sarde. Fotografía: Mario Vulpiani. Reparto: Marcello Mastroianni, Ugo Tognazzi Michel Piccoli, Philippe Noiret. 135 mins.

³³ *Babettes gæstebud*. Dinamarca, 1987. Dirección: Gabriel Axel. Producción: Just Betzer, Bo Christensen, Benni Korzen, Pernille Siesbye. Guion: Gabriel Axel, Karen Blixen. Música: Per Nørgård Fotografía: Henning Kristiansen. Reparto: Stéphane Audran, Birgitte Federspiel, Bodil Kjer. 102 mins.

una forma de agradecimiento por el recibimiento previo. La única condición para realizar esta comida, es que ningún invitado haga muestras de placer al degustar los platillos servidos.

Lo importante de este largometraje es el observar el efecto que tiene la comida en los comensales, cómo los sabores y los aromas crean en ellos las mejores sensaciones, logrando explotar todos los sentidos y gozando con cada bocado, hasta llegar al placer.

Otra cinta que involucra la gastronomía, es "*El cocinero, el ladrón, su esposa y su amante*"³⁴ (*The Cook, the Thief, His Wife & Her Lover*) de 1989, ésta nos lleva de lo repulsivo, al goce y buen gusto, con la historia de Spica, un hombre que acaba de adquirir un restaurante y al que nada le sale bien sin su esposa Georgina, a la cual maltrata, logrando que ésta, encuentre un amante con el cual tendrá encuentros en la cocina.

Aquí se mezclan diversos aspectos, que logran llevar al receptor por un mundo repulsivo y por el placer de la comida, pues toda la historia gira alrededor del ritual de la comida, mostrando el arte que involucra la gastronomía pero también lo más bajo a lo que puede llegar el ser humano a través de ésta.

Como último ejemplo se encuentra *Como agua para chocolate*³⁵ (1992), película mexicana que cuenta la historia de amor imposible de Tita y Pedro, los cuales no pueden estar juntos, pues la madre de ella no le permite hacer una vida propia.

A partir de esta situación, Tita trasmite todos sus sentimientos a la comida que prepara y quién la prueba llega a sentir lo que ella al momento de hacerla,

³⁴ *The Cook, the Thief, His Wife & Her Lover*. Francia-Inglaterra, 1989. Dirección: Peter Greenaway. Producción: Pascale Dauman. Guion: Peter Greenaway. Música: Michael Nyman. Fotografía: Sacha Vierny. Reparto: Michael Gambon, Helen Mirren. 123 mins.

³⁵ *Como agua para chocolate*. México, 1992. Dirección: Alfonso Arau. Producción: Alfonso Arau. Guion: Laura Esquivel. Música: Leo Brouwer, Annette Fradera. Fotografía: Emmanuel Lubezki, Steven Bernstein. Reparto: Regina Torné, Lumi Cavazos, Marco Leonardi, Mario Iván Martínez. 123 mins.

mostrando lo que está viviendo por medio de platillos.

Aquí podemos observar el ritual de la preparación de los alimentos y el peso que estos tienen dentro de la historia, pues cada uno de los ingredientes tiene un significado especial y cada platillo una emoción.

En esta historia podemos observar la importancia de la gastronomía en la vida cotidiana, además que se otorgan recetas que pueden ser preparadas por el público y muestra la gran conexión que existe entre la comida, la cultura y la identidad, pues el ritual de preparar y de degustar los alimentos va mucho más allá de una simple necesidad fisiológica.

En cada una de estas cintas podemos analizar diversos aspectos de la identidad cultural, desde la relación con el amor, hasta la decadencia del ser humano, pasando por el exceso y la fascinación

Es así como la cocina está presente en el séptimo arte, el cual manda mensajes a través de este momento tan importante como lo es el comer, pues como hemos visto en capítulos anteriores, para el ser humano es algo más importante, que envuelve cuestiones sociales sin limitarse únicamente a la satisfacción de una necesidad.

Con estos ejemplos se muestra la importancia de la gastronomía en el cine, reflejando la vida humana. Ésta puede llegar a ser el motor de historias o el centro de diversas situaciones propias del ser humano, que se muestran en pantalla grande como ficción, pero que en la realidad funge como un eje de la convivencia humana.

Así, por medio de sabores, exaltando los sentidos o sacando lo peor de cada persona la cocina se sigue colando en los medios de comunicación como un factor importante creador de cultura e identidad.

3.3 Radio y gastronomía: De la cocina a tus oídos

En México, la radio ha sido un medio de comunicación fundamental. Desde 1921 cuando se realizó la primera emisión en Córdoba, Veracruz, este medio de comunicación fue desarrollándose hasta consolidarse en lo que es el día de hoy. Actualmente, la radio es uno de los medios de comunicación más importantes en México, pues es capaz de llegar a una gran cantidad de personas; tan sólo en el Distrito Federal, el 90.8% de los hogares cuenta con un aparato receptor y en la República Mexicana el 81.0%.³⁶

El llevar la cocina mexicana, a los oídos de los radioescuchas, no es una tarea fácil, pues se tiene que transmitir un arte de sabores y colores como la gastronomía, a través de sonidos. Por eso mismo, es necesario tener gran dominio del tema aunado con la capacidad de comunicar de forma creativa.

Dentro de este medio, la gastronomía no es un tema que posee una expansión importante, como en la televisión, sin embargo, existen programas que se han aventurado a hacerlo.

3.3.1 Un bocado: secciones

En México, una manera de incluir la gastronomía en la radio tanto pública como privada, es en forma de pequeñas secciones, dentro de los programas; en éstas, se aborda, en cuestión de minutos, alguna receta o un aspecto gastronómico de interés para el público.

³⁶ INEGI, "Hogares con radio por entidad federativa", 2014
<http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=тинf236&c=26495&s=est>. Obtenido el 13 de enero de 2013.

Como un ejemplo, dentro de la radio nacional, podemos escuchar “*De panes, comidas y otros afanes*”, transmitida dentro del programa “*Corazón Urbano*”, en 1220 AM, los miércoles de 18:45 a 18:50 horas., es una pequeña sección, dedicada a brindar a los radioescuchas, una receta nueva cada semana, la cual puede ser enviada por alguien del público.

Esta sección, es conducida por Jesús Flores y Escalante y Pablo Dueñas, quienes han dedicado su quehacer periodístico, a la música y a la cultura popular, llevando al programa a ser una ventana de cultura e historia.

Dentro de “*Corazón Urbano*”, se trata de reforzar la identidad cultural de los habitantes de la Ciudad de México, adentrándolos a la historia y mostrándoles tradiciones mediante un viaje musical, anecdótico y culinario.

Este viaje culinario se transmite mediante recetas de la gastronomía nacional; los conductores, mencionan los ingredientes de la receta en cuestión, en forma de lista, explicando, paso a paso, la forma de preparación, brindando algunos consejos y datos sobre los elementos que conforman el platillo. El público puede participar, enviando sus recetas, para que sean compartidas al aire, haciendo una mesa de diálogo, donde se intercambian consejos y algunas anécdotas alrededor del platillo.

En caso de no tener la posibilidad de escuchar el programa, es posible entrar a su sitio de internet, donde se encuentran las recetas de los platillos y las recomendaciones de los radioescuchas de programas anteriores, lo que facilita a llevar a cabo la receta, pues muchas veces, al escuchar radio, no se encuentra en el momento adecuado para tomar nota.

Este programa, está dedicado a gente que se interese por la cultura de la ciudad, por conocer un poco más de sus tradiciones y la sección de gastronomía, está

enfocada para mujeres que gustan de la cocina y que desean llevar a cabo recetas locales.

A pesar de ser una pequeña sección dentro del programa, el abordar el tema gastronómico apoya a la difusión de la misma, enriqueciendo el resto de la emisión, pues cada día abordan una temática en específico.

No se utilizan muchos efectos de sonido, simplemente se pone una canción popular mexicana y en primer plano, la voz del conductor que está leyendo la receta.

Así es, como en unos cuantos minutos “*De panes, comidas y otros afanes*” brinda un acercamiento, a los que gustan conocer un poco más sobre la gastronomía de México, con un lenguaje sencillo, que facilita su difusión, para que esta temática sea cada vez más importante en la radio.

3.3.2 Sabores en la radio: Cápsulas

Se pueden encontrar en la radio mexicana, principalmente en radio pública, como ejemplo IMER, diversas cápsulas que abordan el tema de la gastronomía; esto, para lograr una difusión de un tema tan importante, tanto para la vida diaria, como para el crecimiento del país.

Dentro de esta categoría, se encuentra “*La Sazón a fuego lento*”, una serie de cápsulas, conducidas por Victoria Schussheim, quien brinda un recorrido a través de la cocina mexicana, mediante sus sabores y recetas. En cada cápsula, se da una receta diferente y algunos consejos sobre cocina; así mismo, mientras la conductora dicta los ingredientes, platica de la historia o algunos datos sobre el ingrediente mencionado.

Esta emisión, es una producción del Instituto Mexicano de la Radio, IMER, con una duración aproximada de tres minutos, y salió del aire en 2010, que representa un proyecto importante dentro de la radiodifusora, muy interesante para fines de esta investigación.

Al inicio, Victoria Schussheim da una pequeña introducción de la receta a tratar, a continuación, menciona todos los ingredientes necesarios para la elaboración del platillo y terminado esto, da la explicación detallada para su preparación.

Mientras el público escucha el cómo se lleva a cabo un platillo, la conductora da consejos culinarios o cuenta la historia de los ingredientes; con esto, hace más interesantes las cápsulas, pues la audiencia, además de las recetas, puede aprender un poco más sobre cocina, para aplicar esto en su vida diaria.

En cuestiones de audio, en toda la cápsula se escucha la voz de la locutora, con una música de fondo; al momento de hablar, sobre los elementos necesarios para la receta, se encuentra en segundo plano, el sonido del ingrediente en cuestión, así mismo en la preparación, se pueden oír en el fondo, los utensilios o el sonido que hacen los alimentos al cocinarse, por ejemplo, el hervor de las verduras o la carne friéndose.

El público al que va dirigido, es principalmente amas de casa, que se interesen por conocer un poco más de cocina y por acercarse a la gastronomía nacional; esta emisión, sube todas las recetas y los programas a su página de Internet, por si no es posible tomar nota de las mismas.

Es una serie de cápsulas que cumple su objetivo de ampliar el conocimiento gastronómico de su público; se trata de una difusión importante para la gastronomía nacional, pues en unos minutos, aporta conocimiento culinario, con una producción que se preocupa por quitar la monotonía, al incluir efectos de cocina.

Otra serie de cápsulas, producidas por el Instituto Mexicano de la Radio, son las llamadas “*Mexicoso*”, aquí el público obtiene un recorrido sonoro por la República Mexicana, a través de sus sabores, costumbres, recetas, su historia y su gente.

Conducido por Teresa Jiménez, “*Mexicoso*” proporciona datos como la biodiversidad e información cultural de lugar visitado, de éste, se abordará la receta y forma de preparación de un platillo típico, como cochinita pibil, barbacoa, ate de guayaba, entre muchos otros.

Durante todo el recorrido, se escucha música de fondo, típica de la región a tratar, así como efectos de cocina, durante la explicación de la receta, logrando una conjunción de gastronomía y cultura nacional.

Las emisiones mencionadas, son ejemplos de cómo, en unos minutos y con cápsulas independientes a un programa, se puede difundir la cultura gastronómica, alentando su preparación en los hogares mexicanos.

3.3.3 Platillo radiofónico: Programas

Un vez abordados los anteriores formatos radiofónicos, es importante tocar el tema de programas completos dedicados al tema gastronómico, los cuales no son muy abundantes en la radio mexicana.

Un ejemplo, que forma parte de la programación de la radio comercial mexicana, es “*Sabores para tus oídos*”, una emisión de MVS 102.5. Sus conductores son Guillermo Cordero y Paulina Veles, que proporcionan un recorrido por el mundo de la gastronomía, abordando un tema distinto cada programa, con un lenguaje amable para el público.

Dentro “*Sabores para tus oídos*”, se puede encontrar cualquier tema relacionado con la comida, desde la degustación, maridaje, bebidas, platillos, lugares para degustar, entre otras cosas.

El programa se divide por segmentos, los cuales son nombrados como los tiempos de una comida, como entremés, primer tiempo, plato fuerte, etcétera. En cada uno de ellos, se habla sobre el tema del programa, con entrevistas, recomendaciones y anécdotas es una emisión que introduce al radioescucha al mundo culinario.

Los conductores dialogan sobre el tema del día, con consejos e información importante del mismo, utilizando un lenguaje claro, para que el público que guste del mundo la gastronomía, pueda acceder a cualquier tema relacionado con éste.

Esta emisión se aventura a descubrir, un mundo poco explorado, en este medio de comunicación, dedicando aproximadamente una hora para hablar sobre asuntos relacionados con gastronomía.

Respecto al audio es muy sencillo, pues no se utilizan efectos o música, simplemente se escucha la voz de los conductores y/o de los invitados, logrando enfocar la atención de la audiencia, completamente en la información que se está brindando.

Los bloques están divididos por los cortes comerciales y cada uno representa un tiempo de la comida, dedicando uno de ellos, a alguna entrevista con un invitado experto en el tema a tratar.

Aborda, más allá de una receta o una forma de preparación, temas tan amplios como todo el contexto que rodea a la gastronomía: desde un ingrediente, una bebida, un lugar con atractivo culinario o cualquier acción relacionada con el momento de comer y degustar.

La oferta de “*Sabores para tus oídos*” es interesante y amplia, adentra al receptor en un mundo lleno de temáticas, relacionadas con un momento tan cotidiano e importante, en la vida del ser humano como es el comer, ya que esta última no se trata únicamente de una necesidad fisiológica, sino que conlleva una serie de rituales, que le otorgan una importancia sociológica trascendental.

Los principales receptores de este programa, son hombres y mujeres interesados por todo lo que concierne a la gastronomía y las artes culinarias, va más allá de recetas, cubriendo un rango más amplio de la población, pues su enfoque no se centra sólo en recetas para amas de casa, sino en aspectos diversos de la comida.

Así es como esta emisión, lleva al radioescucha a un viaje por el mundo gastronómico, aportando datos e información importante para un ritual, como es el comer, adentrando al receptor por una hora en un mundo de sabores.

Este programa da pie para hablar de otra emisión, que si bien, no es al cien por ciento gastronómica, se encarga de difundir las tradiciones, costumbres y comida nacional: “*México Tradicional, su costumbre, su cultura, su gente*”. Es producido por el *Instituto Mexicano de la Radio, IMER*, y engloba todo lo referente a tradiciones mexicanas, sus rituales, costumbres y música, sin dejar de lado su gastronomía.

En cada programa se aborda un tópico diferente, el cual tiene como objetivo, el informar sobre la cultura mexicana, enfocándose en el público que guste de aprender un poco más de todo lo que rodea a este país. Toca el tema gastronómico en ocasiones, pero resulta importante mencionarlo, por hacer difusión a todo lo relacionado con México, logrando que las personas se interesen más por la cultura nacional.

Pero al hablar de programas gastronómicos, no se puede dejar a un lado a “*La cocinera atrevida*”, una emisión de *Radio Educación*, que en el año 1994, fue una innovación en temas de cocina en la radio nacional.

Su conductora, Lourdes Hernández Fuentes, comenzó escribiendo en el *Periódico Reforma*, para después, llevar su idea de gastronomía con un toque sensual, a los oídos de la gente mediante la radio.

En su transmisión, se dedicaba a hablar de libros y música, entre otras cosas; con un toque muy peculiar para abordar el tema de cocina, pues lo remitía a la sensualidad, mediante recetas y preparaciones de platillos, innovando en la forma de hacer programas de éste género, atrapando al público con su personalidad.

No se puede concluir este apartado, sin mencionar la participación radiofónica de Chepina Peralta, en “*Mejora tu vida*”, transmitido por la 1260 AM, en el 2008. En esta emisión, Chepina se encargaba, domingo a domingo, de proporcionar al radioescucha recetas saludables y sencillas, con el toque que la caracterizó durante tantos años en televisión.

Así, Chepina Peralta y otros conductores de programas de cocina, sumergen a los radioescuchas en un mundo de sabores y olores, los cuales, ayudan a difundir un elemento de gran importancia para la cultura nacional, como lo es la gastronomía.

Si bien, existieron y aún se producen programas, cápsulas y segmentos, dedicados al tema gastronómico, no se tiene una oferta amplia, comparada con medios como la televisión, que se enfocan en retratar el proceso de la preparación de un platillo y todo lo que lo rodea.

Por lo tanto, observando la falta de antecedentes históricos, dentro de los programas de cocina en radio, y tomando en cuenta la falta de ofertas sobre el tema, en el siguiente capítulo, se realizará una propuesta de cápsulas radiofónicas

centradas en el tema gastronómico, que contarán con un trasfondo histórico y cultural, y que podrían ampliar la oferta de este tipo de programas, en la radio mexicana.

3.4 Conclusiones

Desde el programa de la Señora Zárate y el de Chepina Peralta, pasando por series como “*La Ruta del Sabor*”, hasta los elaborados programas estadounidenses como “*Hell’s Kitchen*” y el cine alrededor del mundo, la fascinación por la comida y su preparación, y su relación con la historia y la cultura, han estado presentes en los medios de comunicación desde hace muchos años.

Si bien, en un inicio sólo se trataban de programas para las amas de casa, donde les mostraban recetas sencillas y distintas, para complacer el paladar de su familia a la hora de la comida; con el correr del tiempo, ya no fue suficiente sólo dar recetas de cocina, sino incluir elementos culturales e históricos alrededor de las recetas.

Las modalidades y formatos de los programas exigían elementos novedosos y temáticas, ligeramente distintas, que ya no se centrarán solamente en las amas de casa, sino que extendieran sus alcances a públicos más extensos, demostrándoles que la comida no sólo es una serie de ingredientes mezclados, sino que constituye una parte integral de la tradición y la cultura.

A lo largo de este capítulo, se han abordado diversos medios en que la comida ha sido tema central, desde la televisión, hasta el cine, que se ha valido de esta temática para generar historias de todo tipo.

Sin embargo, todo culmina con la radio, un medio que debe utilizar todas las herramientas y elementos disponibles, para transmitir las formas, colores y aromas propios de la cocina, valiéndose del espacio sonoro, para generar en el público

una imagen completa de la gastronomía de un pueblo, expresada en un platillo y su modo de preparación.

En el siguiente capítulo, que constituye el proyecto radiofónico, “La Sazón de México”, precisamente se hace utilización de este medio sonoro, que es sin duda, uno de los más creativos y originales, pues tiene que hacer uso solamente del mero sonido, para crear la imagen nítida, sabrosa y aromática, de un platillo culinario, que como se ha afirmado a lo largo de esta investigación, es un placer para el paladar y un delicioso símbolo de la identidad cultural.

CAPÍTULO IV

La Sazón de México: Proyecto Radiofónico

4.1 Nombre del proyecto: *La Sazón de México*

Slogan: Nuestro sabor es nuestra historia.

4.2 Justificación

Junto con Francia, India y China, México cuenta con una de las gastronomías más variadas del mundo, destacándose por la combinación de sabores, olores y presentaciones, provenientes de diversos puntos, alrededor del mundo, que la hicieron acreedora en 2010, al título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, UNESCO.

A pesar de este nombramiento, la identidad de la gastronomía mexicana, se ha visto afectada por diversos factores, como el ritmo acelerado de vida, los cambios de hábito, la modificación en las relaciones personales y el consumo de alimentos conocidos como *fast food*.

La gastronomía de un país, es capaz de otorgar estos rasgos, que crean una identificación como miembro del mismo; por ejemplo, la hora de comer, ha constituido, a lo largo del tiempo, un momento transcendental que desemboca en el fomento de la unión y creación de una identidad, no sólo como mexicanos, sino como parte de un núcleo.

Desde la época prehispánica, a la convivencia que se desprende del momento de degustar los alimentos, se le ha otorgado una connotación social, utilizándolo como símbolo de las fiestas y rituales especiales, reuniendo a los miembros de una comunidad, en torno a los manjares preparados; por ejemplo, los alimentos

que utilizaban jitomate o nopal, se ofrecían a la diosa mesoamericana de los alimentos, Chicomecóalt.

Es necesario fomentar un ambiente de respeto y unión entre los miembros de la familia, porque ésta representa un espacio de convivencia diaria que tiende a inculcar, generar y establecer, modos de comportamiento capaces de contribuir a solucionar o generar problemáticas sociales, que aquejan actualmente el entorno donde, como seres humanos, existe un desenvolvimiento diario.

Además, la identidad gastronómica mexicana, ha sido amedrentada por la modificación de los hábitos alimenticios, que tienden a inclinarse hacia un alto consumo de comida rápida y otro tipo de alimentos ajenos a la cultura culinaria, propia del país.

La comida rápida, entendiendo por ésta *la comida preparada que se puede llevar caliente de los establecimientos inmediatamente*, ha llegado a sustituir a los platillos típicos, debido a la accesibilidad, reducción en costos y tiempo, e inclusive, a causa del mito, alrededor de los platillos mexicanos, de poseer una elaboración complicada.

En las últimas dos décadas, la obesidad tuvo un incremento de más del 30% en México, ligeramente mayor que en los Estados Unidos de Norteamérica; la explicación que aportan a este hecho, es que los habitantes de la ciudad, consumen menos frutas y vegetales, aumentando su consumo de comida rápida, a consecuencia de un estilo de vida acelerado.

En México, la obesidad causada por el alto consumo de comida rápida y poca actividad física, contribuye a generar aproximadamente 200,000 muertes por año.

Por lo tanto, la comida puede llegar a convertirse en un elemento de cohesión social, porque contribuye a la creación de un espacio durante el día, en el que las

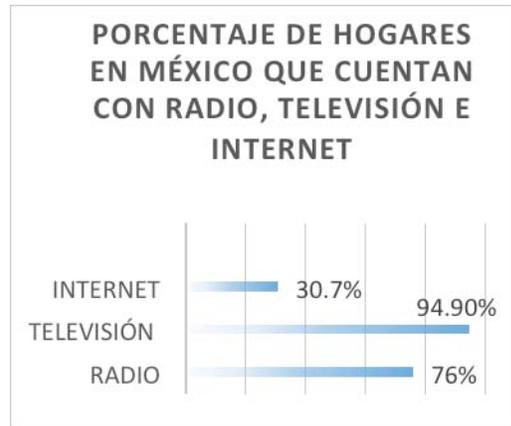
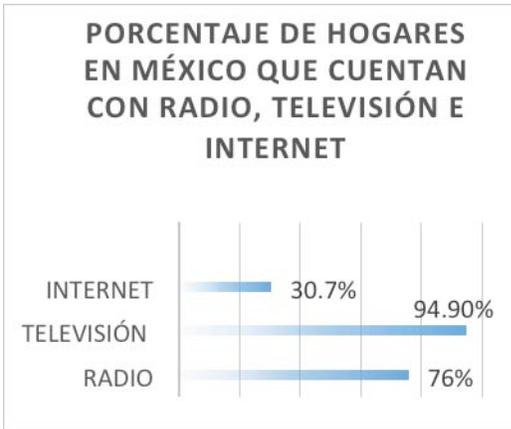
personas se pueden sentar a convivir y platicar, reforzando su identidad, tanto como individuos y como sociedad.

El fortalecimiento de esta identidad gastronómica, se puede trasladar a un grupo social más grande, como los miembros de una colonia, delegación o ciudad, pues en este país se realizan diversas actividades alrededor de la cultura culinaria, como fiestas y ferias gastronómicas, por lo que se puede tomar a la gastronomía mexicana, como un elemento significativo de unión, dentro de la sociedad.

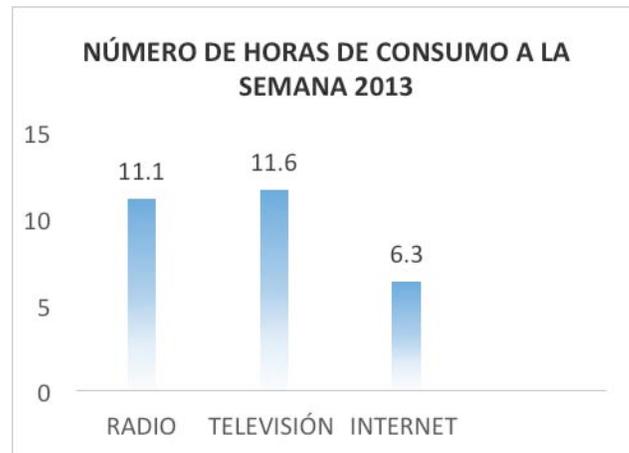
Debido a los factores anteriormente mencionados, que llevan a la pérdida de una identidad gastronómica, se busca implementar una estrategia comunicativa que mejore las relaciones de un grupo, como la familia y la sociedad, favoreciendo a reforzar la identidad gastronómica, tratando de eliminar la apatía por cocinar, que actualmente se observa en el país, principalmente en las familias mexicanas.

El medio seleccionado para la implementación de esta estrategia, es la radio, considerada uno de los medios de comunicación con mayor alcance, debido a la accesibilidad que posee; además, de que permite que el receptor pueda realizar distintas actividades al mismo tiempo, siendo capaz de procesar y retener la información que se le transmite.

De acuerdo a las siguientes gráficas se puede observar que la radio se ubica como uno de los medios de comunicación más utilizados. Así mismo, una gran parte de la población posee un aparato radiofónico, permitiendo así una gran penetración en los hogares.



FUENTE: INEGI 2013



FUENTE: INEGI 2013

Según datos de la *Asociación de Radio del Valle de México*, la radio llega a más de 20 millones de mexicanos diariamente, cada persona sintoniza 39.6 horas semanales de Radio³⁷.

Hablando de beneficios económicos, la radio se trata del medio que contiene un mayor número de inserciones publicitarias, creando un nicho de oportunidad para la venta del proyecto.

³⁷ Asociación de Radio del Valle de México, <http://arvm.mx/description/use-la-radio/>. Obtenido el 3 de junio de 2015 a las 13:34 hrs.



Fuente: IBOPE AGB

Ante estas cifras, la radio se convierte en el medio idóneo para la realización del presente proyecto, gracias a su penetración en los hogares mexicanos y a la facilidad con la que la población puede acceder al mismo, así como la cantidad de inserciones publicitarias que posee el medio atrayendo patrocinadores que apoyen a la producción del programa.

Se busca así responder a la pregunta eje de esta investigación:

¿El fortalecimiento de la identidad gastronómica, contribuye a divulgar una cultura culinaria que impacta en la cohesión social?

4.3 Objetivo General

Desarrollar un proyecto radiofónico que ayude a reforzar la identidad cultural, contribuyendo a mejorar las relaciones sociales familiares.

4.4 Objetivos particulares

- Crear conciencia de la identidad cultural mexicana expresada a través de la gastronomía.
- Dar a conocer la historia y tradición de distintos platillos de la gastronomía mexicana.

- Crear intereses comunes con todos los miembros de la familia, para que tengan una afinidad expresada por medio de la conversación, que se ejecute gracias a la gastronomía.

4.5 Público

La audiencia del programa son mujeres de 35 a 40 años, nivel económico medio C y C+ (basado en la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, AMAI). La audiencia real es de 4, 617,297³⁸ mujeres y la audiencia potencial equivale a un 26% de la audiencia real, es decir 1,200, 497mujeres.

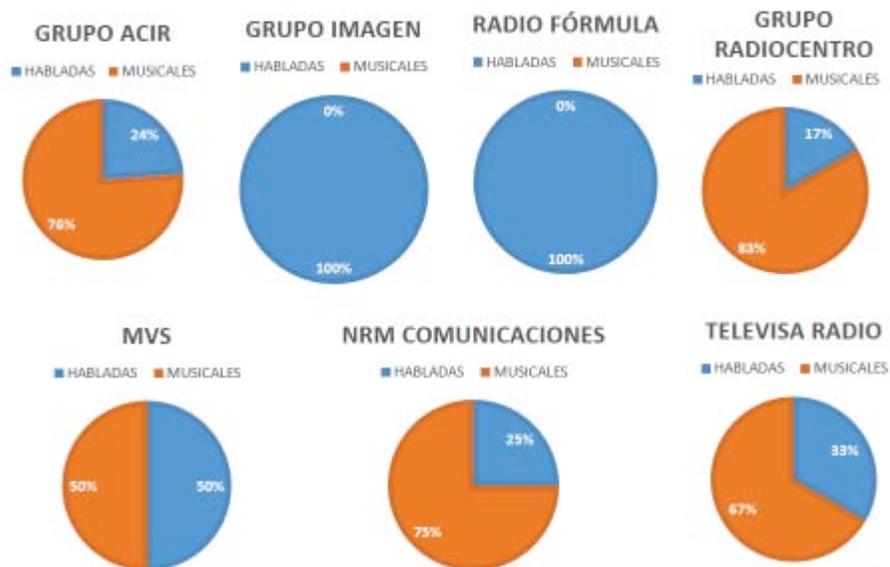
4.6 Estrategia básica

La Sazón de México se trata de cápsulas que utilizarán la dramatización para transmitir la historia y la receta de un platillo, para que la audiencia, de una manera interactiva, conozca y realice la gastronomía mexicana.

El programa comenzará transmitiéndose una vez por semana, en la estación 970 AM de Grupo formula, debido a que la edad de la audiencia promedio de la Amplitud Modulada es de 35 a 55 años, además de ser una estación que permite la emisión de este tipo de programas al ser hablada.

³⁸ INEGI. "México en cifras".2010. <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>.
Obtenido el 2 de mayo de 2011 a las 19:30 hrs.

PORCENTAJE DE ESTACIONES EN FM HABLADAS Y MUSICALES



Fuente Asociación de Radio del Valle de México

Se iniciará en el Distrito Federal, pero se busca que mediante el aumento de la audiencia y la reacción del público, se pueda transmitir a nivel nacional, abarcando un mayor número de estaciones dentro de *Grupo Radio Fórmula*.

Se eligió *Grupo Radio Fórmula* para la transmisión de *La Sazón de México* pues se trata de un grupo radiofónico que se ha posicionado como líder dentro de la radio hablada, cuenta con conductores de prestigio y es la segunda cadena nacional.

Su Audiencia primaria son personas mayores de 35 años nivel socioeconómico AB-C y en algunos horarios C D, dependiendo el formato del programa, además ofrece una barra femenina, lo cual permite llegar a la audiencia meta del proyecto.

Es muy probable que de acuerdo con los objetivos de Radio Fórmula, como lo es que la radio hablada llegue a un gran número de personas y que mediante éste se

transmita información de interés y calidad para la audiencia, por medio de la transmisión de *La sazón de México*, el público reciba contenido de calidad y se genere un mayor acercamiento por parte del público femenino a la estación.

Al mismo tiempo se obtendrá un mayor número de patrocinadores, creando para el medio una imagen de transmisor de cultura y creación de identidad mexicana.

4.7 Patrocinadores

Es probable que mediante su apoyo al proyecto, *Tía Rosa* reafirme la imagen que tiene de ser un producto totalmente familiar y mexicano.

Pues dentro de su historia se encuentra el apoyo a las tradiciones mexicanas, con esto se formará una imagen positiva como creador de identidad e impulsor de la cultura y tradición, además de aumentar sus ventas al atraer más público, el cual puede acudir a sus productos al llevar a cabo alguna receta que escuchó en el programa.

También, es probable que *Maggi*, al ser parte del proyecto obtenga una imagen de apoyar a la familia mexicana y reafirme el ser un compañero en la cocina y un producto que no puede faltar al momento de cocinar.

Así mismo, aumentarán sus ventas y correspondería a su campaña de otorgar ideas para realizar un platillo diferente cada día, y podría ser utilizado al momento de cocinar algo que se escuchó en el programa.

Probablemente *Philadelphia* continúe con la imagen de apoyo a las mujeres en, así como seguir siendo el ingrediente primordial de muchos platillos en México. Puede atraer nuevo público y mejorar la imagen de la marca, logrando ser utilizado en platillos típicos mexicanos, aumentando sus ventas.

La ventaja para *Chocolate abuelita*, es un apoyo a su imagen de protección familiar y ternura, es una marca que busca crear una remembranza a la familia y ser utilizado en platillos típicos mexicanos, este programa puede ayudar a reforzar esta imagen y aumentar sus ventas, ya que puede ser un ingrediente de las recetas que se otorgan en *La sazón de México*.

Maseca, perteneciente al grupo *Gruma*, también posee una imagen de apoyo a la familia mexicana, siendo un producto totalmente nacional, los beneficios que obtendría sería reforzar esa imagen de apoyo a la familia y que su producto sea utilizado por más personas al escuchar las recetas en el programa, pues también se hace llamar una empresa cien por ciento mexicana.

4.8 Financiamiento

Los recursos se obtendrán principalmente de los patrocinadores, los cuales por obtener los beneficios antes mencionados, deberán pagar una cantidad acordada.

Además se contará con dinero que proporcione *Grupo Radio fórmula*, así como el préstamo de cabinas y equipo, para la realización de las diferentes cápsulas.

El presupuesto aproximado sería de la siguiente manera:

CAPSULAS DE 3 a 6 minutos	
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	HONORARIOS
PRODUCTOR	\$ 1,250.00
ASISTENCIA	\$ 700.00
INVESTIGACIÓN	\$ 550.00
GUION	\$ 650.00
EFFECTOS O AMBIENTACION	\$ 700.00
LOCUTOR O COMENTARISTA	\$ 750.00
MUSICALIZACION	\$ 750.00
OPERADOR TÉCNICO	\$ 600.00
SUBTOTAL	\$ 5,950.00
I.V.A.	\$ 892.50
TOTAL C/I.V.A.	\$ 6,842.50
MASTER Y RESPALDO	\$ 500.00
TOTAL C/MONTO.	\$ 7,342.50

4.9 Formato y contenido

La Sazón de México es un programa que posee características que lo mantendrían vigente en un amplio periodo de tiempo, de tal forma que su permanencia en un medio de comunicación estaría por un lado determinada por los contenidos y también por la aceptabilidad de la audiencia a éste.

Permitiendo así que el formato funcione y se adapte a los distintos estados de la República Mexicana, brindando información de utilidad que pretendan reflejar a través de capsulas, la unidad como cultura plasmada como país y como familias.

La Sazón de México es una serie de cápsulas radiofónicas, que utilizarán la dramatización para transmitir la historia y la receta de un platillo, con la finalidad de que la audiencia, de una manera interactiva, realice y conozca la gastronomía mexicana.

Resulta ser el ensamble de la historia, la actuación y las tradiciones que conforman un país que requiere ser visto desde varias perspectivas, siendo la principal la gastronomía.

a) Temática de las primeras 10 cápsulas (3 a 6 minutos)

- El mole poblano.
- Los chiles en nogada.
- Los huevos motuleños.
- El pozole.
- Las enchiladas potosinas.
- El caldo tlalpeño.
- La capirotada.
- El picadillo.
- Las tortas ahogadas.
- Las migas.
- El tepache.

Horario de Transmisión: Las 12:00 hrs.

Frecuencia: Una vez por semana los días lunes.

Duración: 3 a 6 minutos.

Público al que va dirigido: La audiencia del programa son mujeres de 35 a 40 años, que vivan en pareja, ya sea en unión libre o casadas, con un nivel económico medio C y C+, basado en la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, AMAI.

Emisora: Grupo Radio Fórmula

Posibles patrocinadores: Tía Rosa, Maseca, Chocolate Abuelita, Philadelphia, Sazonadores Maggi, La costeña, Nescafé.

4.10 Desarrollo del programa

La “Sazón de México” está integrada por cápsulas radiofónicas dramatizadas, que oscilan entre los 3 y 5 minutos. En cada una de ellas, se contará la historia de cómo se creó un platillo típico de México, situando al radioescucha en la época y lugar donde sucedió.

Las cápsulas de “La Sazón de México” tendrá una rúbrica de entrada y salida fija seguida por el promocional del patrocinador en turno (este estará designado respecto al platillo a preparar).

Al comienzo de cada cápsula, la intervención de un narrador permitirá ubicar en tiempo y espacio la historia del platillo a contar, para posteriormente, dar inicio a la dramatización que relatará el proceso de invención y preparación de dicho alimento.

La dramatización se llevará a cabo, de acuerdo a la época en la que se está relatando la historia, es decir, se harán uso de ambientes, voces y acentos que permitan hacer más real lo que se está escuchando.

Al terminar de contar la historia de la creación y preparación del platillo, el narrador intervendrá nuevamente, para recordarle al radioescucha información básica respecto a la cápsula, por ejemplo, repetirá el nombre del alimento y el lugar donde surgió.

Es importante tener en cuenta, que para este proyecto, los patrocinadores se seleccionaran con base en la relación existe entre cada platillo, por ejemplo, si se tratase de la preparación del mole, el patrocinador idóneo para esta cápsula, sería *Mole Doña María*.

Respecto a las voces, el número de intervenciones variará en cada cápsula, porque esto dependerá de los personajes que requiera la historia y así mismo, éstas tendrán que contextualizarse respecto a la época y región.

El único caso que podría mantenerse fijo, es la voz del narrador. Se trataría de una voz femenina o masculina, cálida, delgada, y con un tinte hogareño, esto con la finalidad de generar empatía con el público objetivo.

El proceso de creación de cada cápsula, requiere previa investigación enfocada a la parte histórica, cultural y culinaria del platillo a trabajar, esto con la finalidad de armar el guión lo más apegado a los hechos.

Las cápsulas serán grabadas con anticipación, para poder realizar un montaje sonoro adecuado, porque se requiere la recreación de espacios, ambientes y utensilios.

El proceso de producción de cada cápsula se tiene contemplado para un periodo de 3 a 4 semanas, quedando de la siguiente manera:

- 1 semana : Preproducción (Investigación y guión)
- 2 semana: Grabación.
- 3 semana: Post producción del material.
- 4 semana: Transmisión.

4.11 Escaleta

1	OP.	ENTRA RUBRICA "LA SAZÓN DE MÉXICO" Y	.15 s
2		SE LIGA CON FONDO CD 01 TRACK 1, SE	.15 s
3		MANTIENE POR 15" BAJA A FONDO 2P.	
4	LOC.	Intervención del narrador.	.40 s
5	OP.	SUBE FONDO 1P CD 01 TRACK SE MANTIENE	.10 s
6		10" CROSSFADE CON FONDO CD 01 TRACK 2	
7		SE MANTIENE POR 10" Y BAJA A 3P	
8	LOC.	Desarrollo del guión para la cápsula.	4 min
9	OP.	SUBE FONDO 1P CD 01 TRACK 3 SE MANTIENE	.15 s
10		10" RUBRICA DE SALIDA.	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18		TIEMPO TOTAL	5:30

V. CONCLUSIONES

La cultura, como decía Geertz, es una *“telaraña de significados manifiestos en formas simbólicas que, al tiempo se transmiten, inciden en la experiencia de los individuos y, mediante la comunicación, esta experiencia – y lo que ella encierra en términos de concepciones y creencias- es compartida”*. Antropológicamente, se refiere a toda creación humana, todo lo que proviene del hombre y que constituye un significativo dentro de la vida cotidiana.

El ser humano no puede existir de manera abstracta pues necesita hallarse en un mundo cultural concreto que descifre la realidad, en un espacio geográfico y temporal específico. En este aspecto, la alimentación como una actividad meramente fisiológica, se vio rebasada desde que el ser humano tuvo capacidad de modificar la manera en que comía y le atribuyó significados que iban más allá de la mera alimentación, convirtiéndose en culinaria y gastronomía.

La alimentación ahora como un hecho gastronómico se transformó en un factor que se configura a partir de la interrelación dinámica de sus constituyentes. Se integra en un circuito de sistemas gastronómicos, por medio de elementos que vienen a definir su producción, distribución y consumo.

Recordemos que los sistemas culinarios son el conjunto de ingredientes, condimentos y procedimientos compartidos en un contexto histórico territorial, por lo que constituyen un objeto sumamente importante de la identidad cultural.

Debemos retomar a la cultura, como el cimiento necesario para la construcción de una identidad, porque es la encargada de proporcionar los símbolos, significados y objetos, que el individuo y la sociedad a la que pertenece, necesitan para poder funcionar tanto de forma colectiva como individual.

Por ello, la gastronomía como un elemento cultural, tiene la capacidad de poseer en sí misma una capacidad simbólica que trasciende el paladar y llega a identificar al individuo con un significado determinado.

En los distintos medios de comunicación, como la radio y la televisión, se le ha brindado a la gastronomía una importancia que ha trascendido lo meramente alimentario, para convertirse en un referente identitario.

Desde el programa de Chepina Peralta, y series como "*La Ruta del Sabor*", hasta producciones televisivas como "*Hell's Kitchen*", se ven reflejadas las artes culinarias, no como programas de comida, sino integradores de una serie de factores que plasman una realidad más profunda, en el que se hallan inmersos valores, tradiciones, historia, y todo lo que el espíritu humano posee.

Ciertamente, al comienzo, sólo se trataba de programas para las amas de casa donde se mostraba la forma de preparar alimentos sencillos y sabrosos para sus familias, pero esto no fue suficiente, ya que los elementos culturales e históricos alrededor de los platillos que se servían, son una parte fundamental. Los programas dedicados a la gastronomía, tuvieron entonces que dar cuenta no sólo del significante, la comida, sino de los significados diversos detrás de ella.

La radio es un medio que debe utilizar todas las herramientas y elementos a su disposición dentro del espacio sonoro, para transmitir las formas, colores y aromas propios de la cocina. Generando así, una imagen completa de la gastronomía de un pueblo determinado en un momento específico de su historia, expresada en un platillo y su modo de preparación.

En el proyecto radiofónico, "*La Sazón de México*", precisamente se utiliza este medio sonoro, que se explota de una forma tal, que es capaz de crear la imagen colorida, y sabrosa un platillo, que como se ha afirmado a lo largo de esta

investigación, es un placer para el paladar y un delicioso símbolo de la identidad cultural.

México cuenta con una de las gastronomías más variadas del mundo, que le ha valido a su cocina tradicional el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, UNESCO; siendo enlistadas principalmente las tradiciones gastronómicas de Michoacán y las que se incluyen en las celebraciones del Día de Muertos en todo el país.

No sólo por la combinación de sabores, olores y presentaciones, sino por el rico y vasto contenido cultural que posee, por lo que es importante resaltar la importancia de un programa como La Sazón de México, que rescata no sólo el valor de una receta, sino todo lo que viene detrás de ella.

La identidad gastronómica, es identidad cultural, lo que define los símbolos y valores de un pueblo. En México se llevan a cabo diversas actividades alrededor de la cultura culinaria, como fiestas y ferias gastronómicas, por lo que se puede tomar a la gastronomía mexicana, como un elemento significativo de unión, dentro de la sociedad, mismo que el proyecto radiofónico La Sazón de México, pretende reforzar.

El programa busca implementar una estrategia comunicativa que mejore las relaciones sociales, reforzando la identidad gastronómica. No sólo al aportar un medio dedicado a la comida, ya que abordará todo el trasfondo histórico y cultural; siendo así, algo rico, no sólo para el paladar sino también, para nuestra identidad cultural.

Bibliografía

- ABRIC Jean- Claude. *Prácticas Sociales y representaciones*, Ediciones Coyoacán, México, 2001. 227 pp.
- AMPARÁN Chihu Aquiles (comp.) *Sociología de la identidad*, UAM-Porrúa, México, 2002, p.253.
- BARROS Cristina, *Los libros de la cocina mexicana*, Ed. CONACULTA, México 2009, 259 pp.
- BEEZLEY H. William, *La identidad nacional mexicana: la memoria, la insinuación y la cultura popular en el siglo XIX*, Ed. El Colef,
- BLAXTER Loraine, *Cómo se hace una investigación*, México, D.F, Gedisa,2000.
- BRILLAT Savarin, *Filosofía del gusto*, MAXTOR, Madrid, 2010, 258 pp.
- CEPAL. *Cohesión social: Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Agencia Española de cooperación social, Santiago de Chile, 2007, 160 pp.
- CERVANTES Gemma, *Desarrollo Sostenible*, Ediciones UPC, España, 2005, 209 pp.
- CONTRERAS, Jesús (comp.) *Alimentación y cultura, necesidades, gustos y costumbres*, Ediciones Universitat, Barcelona, p.380.
- DE LA MORA Medina José . *Te comunica, explicación y análisis*, Taller de Comunicación I. México, edición interna del CCH Plantel Sur/UNAM, 2010. 406 pp.
- DIETERICH Heinz, *Nueva guía para la investigación científica*, Planeta Mexicana, 1996, 229 pp.
- DUCASSE Alian, *Diccionario del amante de la cocina*, Cartoné, España, 2009, p.1080.
- Dubar Claude. Tr. José Miguel Marcén. *La crisis de las identidades, la interpretación de una mutación*. Edicions bellaterra. Barcelona, 2002. 279 pp.
- FLORES Y ESCALANTE Jesús, *Breve historia de la cocina mexicana*, Ed. Grijalbo, México 2003.

- FUENTES Aguilar Raúl. *Cultura y gastronomía*, Impresora múltiple, México, 1995, 179 pp.
- FRIEDMAN Jonathan. *La identidad cultural y proceso global*, Amorrortu, 2001, p.396.
- GARRIDO Antonio, *Comer Cultura, Estudios de cultura alimentaría*, España, 2001, p.292.
- GIMÉNEZ Gilberto, *Teoría y análisis de la cultura*, México, CONACULTA, 2005, p.429.
- GIMENEZ Gilberto, *Materiales para una teoría de las identidades sociales*, UNAM, p.25
- GIMENEZ Gilberto, *Cultura e Identidades*, Revista Sociológica Vol.66 UNAM, México, p.806.
- HOPENHAYN Martín, *Cohesión social: una perspectiva en proceso de elaboración*, CEPAL, p.47
- LUJAN Nestor, *Viaje por las cocinas del mundo*, Salvat Editores, España, 1971, 200 pp.
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Una teoría científica de la cultura*, Edhasa, Primera Edición, España, 1981.
- MONTANARI Massimo, *La comida como cultura*, Trea, España, 2004, 126 pp.
- MONROY de Sada Paulina, Martínez de flores Graciela, *Introducción a la historia de la gastronomía*. 2ed, Limusa, DF, 2008, 181 pp.
- PARDINAS Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, México, D.F., Siglo XXI Editores, 2005.
- ROSALES Héctor, *La identidad nacional mexicana*, Ed. Siglo XXI Editores, México 2009.
- SÁNCHEZ Mayans Fernando, *Cultura Gastronómica de México*, Colegio de España, Salamanca, 1983, 22pp.
- SEN Amartya. *Identidad y violencia, la ilusión del destino*. Trad. Verónica Inés Weinstabl y Servand María de Hagen, Kats Editores, Buenos Aires, 2007, 266 pp.

- THOMPSON John B. *Ideología y cultura moderna*, UAM. México, 2ed, 1998, 482 pp.
- WINNOCOTT Donald, *La familia y el desarrollo del individuo*, Ed. Lumen-Horme, 2007.
- RAMOS ABASCAL, María I. La construcción teórica de la gastronomía como producto turístico cultural en México, Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, 2011.
- RODRÍGUEZ GARCÍA Linda Antonia. *Seminario de titulación y trabajo final*. Universidad del Claustro de Sor Juana, 2006, 103pp,

Fuentes Hemerográficas

- *Algarabía*, publicación mensual (México, D.F.), Septiembre 2012, 118 pp.

Fuentes electrónicas

- ADRIA, Ferrán citado en Paladar Madrid Revista [en línea], Tipos de cocina por Ferrán Adria. Dirección URL: <http://www.paladarmadrid.com/2009/03/tipos-de-cocina-por-ferran-adria.html> Visitado el 08-08-15, 14:46 horas.
- Pablo Yankelevich. “Alimentación e identidad nacional”, 2010. <http://www.ciesas.edu.mx/desacatos/34%20Indexado/resenas2.pdf>. Obtenido el 29 de Agosto de 2011 a las 14:22 hrs.
- INEGI. “Demografía y población”, 2007, <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=17484>. Obtenido el 5 de mayo de 2011 a las 21:29.
- INEGI. “México en cifras”.2010. <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>. Obtenido el 2 de mayo de 2011 a las 19:30 hrs.

- INEGI, “Hogares con radio por entidad federativa”, 2011, <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tinf236&c=26495&s=est>.
Obtenido el 13 de enero de 2013.
- Instituto Nacional de Estadísticas “Estadísticas”, 13 de septiembre de 2012. <http://www.ine.es/prensa/np735.pdf>, consultado el diciembre 2012 a las 15:30 hrs.
- Instituto Politécnico Nacional, “Yo sólo sé que no he cenado,” <http://oncetv-ipn.net/yosolose/>, consultado el 31 de julio del 2012 a las 14:25 horas.
- Montecinos, Antonio. Revista EGourmet México [en línea], Aprendiendo de Gastronomía ¿Culinaria o Gastronomía?, México. Dirección URL: http://egourmet.com.mx/sociales_detail.php?id_social=493 Visitado el 10-08-15, 16:23 horas.
- Tafetan, Miriam. Comer pensamientos [en línea], Quince definiciones de cultura. Dirección URL: <https://madametafetan.wordpress.com/2010/09/18/quince-definiciones-de-cultura/> Visitado el 10-08-2015, 11:38 hrs.
- Yáñez Israel. “las muertes de mujeres en México por violencia intrafamiliar son más que las causadas por delincuencia organizada”. 2006. http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=269636. Obtenido el 10 de noviembre de 2010 a las 20:09 hrs.
- S.A. “Historia y origen de la comida mexicana”, S.F. <http://projects.ups.edu/jlago/spring2003/250A/jlkeller/home.htm>. Obtenido el 21 de agosto de 2011 a las 19:00 hrs.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, “Obras y Acciones para fomentar el bienestar de los pueblos y comunidades indígenas”. http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/42987/cdi_informe_2013-2014.pdf . Obtenido el 12 de febrero de 2016 a las 12:30 hrs.

ANEXOS

La Sazón de México / Guión: Mole Poblano

1 O.P ENTRA RÚBRICA DE ENTRADA POR 15" CROSSFADE CON PISTA MUSICAL 1

2 POR 3" Y BAJA A 2P.

3 **NARRADOR** Haremos un viaje a la Puebla prehispánica, en donde
4 daremos a conocer la vieja leyenda del descubrimiento
5 del delicioso mole poblano.

6 O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL POR 3" Y BAJA A 3P.

7 **NARRADOR** Don Juan de Palafox Virrey y Obispo de la Nueva
8 España fue invitado por su diócesis en Puebla a
9 probar los deliciosos platillos preparados por los
10 cocineros y ayudantes indígenas del convento dirigido
11 por la madre Pascuala.

12 O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL SE MANTIENEN POR 4" CROSSFADE CON PISTA

13 MUSICAL 2 SE MANTIENE POR 4" Y BAJA A 3P.

14 **M. PASCUALA** Vamos hermanas, Doña Josefa y Doña Juanita
15 apuraos, apuraos con los platillos, que no tarda en
16 llegar el Virrey, su alteza querrá probar ese caldo de
17 guajolote con chiles que les queda muy sabroso.

18 O.P ENTRA EN 2P SFX COCINA Y SE MANTIENE

19 **MADRE** Si, madre Pascuala, la receta de Doña Josefa ya se
20 está preparando.

21 O.P ENTRA EN 4P SFX CORTAR POR 4" Y DESAPARECE

22 **DOÑA JOSEFA** Su majestá quedará retecontenta, va a ver que no hay
23 nada más sabroso que los guajolotes en caldo.

24

CONTINÚA M. PASCUALA

1 **M.PASCUALA** Por cierto, ¿Ya ha llegado Pancha del molino? Ya hace rato
2 que la mandé por ingredientes para terminar de condimentar
3 el platillo y las demás especias que faltan en la alacena.

4 **O.P ENTRA EN 4P SFX PASOS POR 3” Y DESAPARECE**

5 **PANCHA** Aquí estoy madre Pascuala, ya traje las especias que me pidió

6 **O.P ENTRA A PP SFX SEMILLAS 2” BAJA A 2P Y SE MANTIENE**

7 **PANCHA** Aquí están los bultitos de despensa con los 100 gramos
8 di clavo, 100 gramos del ajonjolí, 100 gramos di las
9 almendras, otros 100 di chocolati molido y el medio kilo
10 de los chilis ancho, como me pidió Doña Josefa pa’ las
11 salsas.

12 **O.P SUBE A PP SFX SEMILLAS SE MANTIENE POR 2” Y BAJA A 2P**

13 **M. PASCUALA** ¡No, pero que haces Pancha!, ¡no dejes todo este
14 tiradero en el piso!, apuraos ayudadme por favor, todo
15 esto, pasadme una charola, pero que esperan ayudadme
16 por favor... ¡Ay no!

17 **O.P SALE SFX SEMILLAS Y ATACA SFX PLATO ROTO POR 3” Y DESAPARECE**

18 **MADRE** Ay madre Pascuala, parece que se ha echado a
19 perder el guisado, el guajolote ha quedado lleno de
20 chiles molidos, chocolate, ajonjolí y almendras.

21 **M. PASCUALA** El banquete se ha arruinado, (triste) no hay duda.

22 **DOÑA JOSEFA** No se preocupen, miren, voy a sazonar el caldo di
23 guajolote para que no sepan feo los chiles.

24

1 **O.P SALE SFX COCINA Y SUBE A PP PISTA MUSICAL 2 SE MANTIENE POR 4”**

2 **CROSSFADE CON PISTA MUSICAL 3 SE MANTIENE POR 4” Y BAJA A 2P**

3 **NARRADOR** Horas más tarde, en el monasterio se le sirvió a Don
4 Juan de Palafox el platillo de caldo de guajolote con el medio kilo
5 de chiles molidos y los 100 gramos de cada especia, y éste al
6 probarlo dijo...

7 **DON JUAN** ¿De quién es esta receta?

8 **M.PASCUALA** Es una receta de Doña Josefa, ella es la culpable del sabor de
9 este platillo su majestad.

10 **DON JUAN** A ver Josefa dime ¿Cómo habéis cocinado este caldo?

11 **DOÑA JOSEFA** Su majesta dispense, son chiles y chocolate con algo di
12 Ajonjolí, almendras, clavo y pimienta, todo está molido.

13 **DON JUAN** Doña Josefa pues dejadme decirle... ¡Qué buen mole!

14 **M. PASCUALA** ¡No su majestad!, lo ha dicho equivocadamente, se dice
15 ¡Qué bien muele!

16 **O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL 3 SE MANTIENE POR 3” Y BAJA A 2P**

17 **NARRADOR** Desde ese día se le llama mole al platillo que surgió de este
18 accidente de cocina.

19 El mole es sin duda más que un producto de la casualidad, es
20 uno de los platillos más reconocidos de la cocina mexicana.

21 **O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL 3 SE MANTIENE POR 4” Y DESAPARECE ATACA**

22 **RÚBRICA DE SALIDA.**

23

24

La Sazón de México / Guión: Chiles En Nogada

1 O.P ENTRA RÚBRICA ENTRADA Y SE LIGA CON PISTA MUSICAL 1 SE MANTIENE

2 POR 4" Y BAJA A 2P

3 **NARRADOR** Puebla, el escenario perfecto para combinar la historia, el sabor
4 y la creatividad.

5 O.P SALE PISTA MUSICAL 1 Y ENTRA A PP SFX AMBIENTE CALLE COLONIAL Y

6 BAJA A 2P

7 **ITURBIDE** Por fin, en Puebla, ya falta poco para llegar a la Ciudad de México

8 **SOLDADO** Sí General Iturbide, en unos días estaremos en la Ciudad para
9 celebrar nuestra independencia.

10 **ITURBIDE** Así es, las monjas Agustinas nos ofrecieron hospedaje estos días,
11 por eso no hay que preocuparnos. Por cierto, mañana nos
12 invitaron a cenar, así que es mejor irnos a descansar.

13 O.P SALE SFX CALLE Y ATACA SFX TROTE DE CABALLOS DESAPARECE Y

14 ENTRA PISTA MUSICAL 2, SE MANTIENE POR 3" Y BAJA A 2P

15 **NARRADOR** Mientras tanto en el convento...

16 O.P ENTRA A 3P SFX CAMPANA POR 4" Y DESAPARECE

17 **M. SUPERIORA** Debéis tener todo preparado para la cena de mañana
18 recuerden hermanas que el general Iturbide cumple años
19 y hay que celebrarlo.

20 **SOR MARÍA** ¿Y qué prepararemos madre superiora?

21 **M. SUPERIORA** Vosotras haréis un platillo nuevo, para el cual necesito de toda
22 vuestra creatividad.

23

CONTINÚA SOR CARMELA

24

- 1 **SOR CARMELA** Podéis utilizar los colores verde, blanco y rojo en honor al ejército
2 Insurgente
- 3 **SOR MARÍA** ¿Pero cómo pondréis esos colores?
- 4 **SOR CARMELA** ¡Ah! Pues podemos hacer una salsa de nuez como la solía
5 preparar Sor Micaela, el color verde lo haremos con el tradicional
6 chile poblano y el rojo (pensativa) ¡Ya se! ¡Es temporada de
7 granadas, quedan perfectas!
- 8 **SOR MARÍA** Pero necesitamos un relleno ¿cómo pensáis hacerlo?
- 9 **SOR CARMELA** Empecemos por los chiles, hay que rellenarlos con carne
10 Picada que va debidamente sazonada con cebolla, sal
11 y pimienta.
- 12 **O.P ENTRA A 2P SFX COCINA Y SE MANTIENE**
- 13 **SOR MARIA** Pero hay que hacerlo interesante, si no serían unos clásicos
14 Chiles rellenos y esos el general Iturbide ya los conoce.
- 15 **SOR CARMELA** Le pondremos un toque dulce, ¿Les parece si le agregamos
16 un plátano, pasas sin semilla, una manzanita pelada y picada,
17 ehm, una pera, porque no tantitos piñones, unas cuantas
18 aceitunas verdes y almendras bien picaditas.
- 19 **SOR MARÍA** ¿Pero... si sabrá bien?
- 20 **SOR CARMELA** Claro, yo lo he revuelto todo y tiene buen sabor, todo esto va
21 con la carne por supuesto y cuando se esté sazonando le
22 agregamos lo dulce y quedará ¡ummm!
- 23 **CONTINÚA SOR MARÍA**
- 24

1 **SOR MARÍA** ¿Y después? Porque falta la salsa que habéis dicho y no
2 tenemos la receta.

3 **SOR CARMELA** No creo que sea difícil, picamos las nueces, le agregamos leche,
4 crema y queso fresco, no nos costará trabajo pues Don Pancho
5 todas las mañanas nos deja estos ingredientes en la puerta.
6 También ponemos unas cucharaditas de aceite, lo revolvemos
7 bien y queda la consistencia perfecta para cubrir los chiles.

8 **SOR MARÍA** Suena muy fácil

9 **SOR CARMELA** Pues suena, porque debemos calcular perfectamente la cantidad
10 exacta para que no quede ni espesa ni aguada.

11 **SOR MARÍA** ¿Y que haremos después?

12 **SOR CARMELA** Ya cuando están los chiles listos y nuestra salsa igual,
13 la vertemos sobre los chiles y decoramos con la granada
14 y tantito perejil picado... ¡Listo Sor María! ¡Prueba!

15 **SOR MARÍA** ¡Umm! Están exquisitos, ese sabor agridulce es inigualable,
16 tenéis razón sabe muy bien.

17 **O.P ENTRA SFX CAMPANA POR 5" Y DESAPARECE**

18 **M. SUPERIORA** ¡Madres! Ya es tardísimo, apuráis que el general Iturbide no
19 tarda en llegar.

20 **SOR MARÍA** SUSURRANDO Lo que más me gustó fue el sabor que le da
21 el plátano al chile.

22 **SOR CARMELA** Esperemos que también le guste al general Iturbide y a su
23 tropa. **CONTINÚA SOR MARÍA**

24

1 **SOR MARÍA** Seguramente sí.

2 **O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL Y DESAPARECE**

3 **NARRADOR** Cuando las madres terminaron el platillo, lo ofrecieron a
4 Iturbide y éste, a pesar de su temor de ser envenenado, no pudo
5 resistirse a probarlo y descubrió el extraordinario sabor de los
6 chiles en nogada.

7 **O.P SALE PISTA MUSICAL CROSSFADE CON RÚBRICA DE SALIDA**

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

La Sazón de México / Guión: Huevos Motuleños

1 O.P ENTRA RÚBRICA DE ENTRADA CROSSFADE CON PISTA MUSICAL 1 SE

2 MANTIENE POR 4" Y BAJA A 2P

3 **NARRADOR** Hay mira que bonito lo que te voy a contar, es una historia
4 situada en Yucatán.

5 O.P SUBE A PP PISTA MUSICAL 1 SE MANTIENE POR 4" CROSSFADE CON PISTA

6 MUSICAL 2 SE MANTIENE POR 4" BAJA A 2P Y ATACA SFX HUEVOS REVUELTOS

7 **YUCATECA 1** Felipe Carrillo Puerto solía pedir siempre huevitos preparados
8 por Don Jorge en su sartencito.

9 O.P ENTRA A 2P SFX CAMIÓN

10 **YUCATECA 1** Pero fue en una ocasión especial cuando Diego Rivera visitaba
11 Motul, que la receta mejoró.

12 El chef improvisó y los huevitos presumió, Don Jorge Siqueff hizo
13 los huevos igual que su apellido.

14 **YUCATECA 2** Si estuvo difícil

15 O.P ENTRA A 2P SFX MEZCLAR Y MACHACAR

16 **YUCATECA 1** Primero la salsita machacándola con fuerza

17 **YUCATECA 2** Para que no queden trocitos

18 **YUCATECA 1** Agregó la cebollita, sal y pimienta.

19 **YUCATECA 2** Pa' darle saborcito

20 O.P ENTRA A 2P SFX ACEITE HIRVIENDO

21 **YUCATECA 1** Todo se va al sartencito, calentando a fuego lento

22 **YUCATECA 2** Como todo lo bueno en la vida

23

CONTINÚA YUCATECA 1

24

1 **YUCATECA 1** Se fríen las tortillas con tantita manteca, cuidando de no tostarlas

2 **O.P ENTRA SFX CASCARON DE HUEVO**

3 **YUCATECA 1** Ahora si vienen los huevos

4 **YUCATECA 2** Agáchense no los vaya a lastimar

5 **O.P ENTRA A 2P SFX FREIR**

6 **YUCATECA 1** Van estrellados

7 **YUCATECA 2** Eso ha de doler

8 **YUCATECA 1** Pero sabe bien

9 **O.P ENTRA A 2P SFX PLATOS**

10 **YUCATECA 1** En el plato se ponen las tortillas, con dos es suficiente, cubiertas

11 con frijolitos.

12 **YUCATECA 2** Calientes

13 **YUCATECA 1** Los huevos se echan encima

14 **YUCATECA 2** ¿Cómo le hace?

15 **YUCATECA 1** Pues así...La salsita se vierte encima de los huevos

16 **YUCATECA 2** Viene

17 **YUCATECA 1** Cubriéndolos toditos, para adornarlos jamón ahumado, picado

18 en cuadritos pa' que se vea bonito, se esparce sobre la salsa

19 poquito a poquito y el queso no puede faltar.

20 **YUCATECA 2** ¿Va encima del jamón?

21 **YUCATECA 1** De la salsa...Unos cuantos chicharos y Don Jorge terminó,

22 Servidos en la mesa para el disfrute de Diego, los huevos

23 éxito tuvieron.

CONTINÚA YUCATECA 2

24

1 **YUCATECA 2** Siempre

2 **O.P ENTRA A PP PISTA MUSICAL 1 SE MANTIENE POR 4" Y BAJA A 2P**

3 **NARRADOR** La pregunta clave era ¿Qué nombre le darían? Y con orgullo
4 los bautizarían como huevos motuleños para quienes no lo
5 sabían.

6 **O.P DESAPARECE PISTA MUSICAL Y ENTRA RÚBRICA DE SALIDA**

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24