



Universidad Autónoma del Estado de México



Facultad de Turismo y Gastronomía

Centro de Investigación y Estudios Turísticos

“Apropiación de un producto gastronómico no local como distintivo de un destino turístico: caso las truchas de Malinalco”

Tesis

Que para obtener el grado de
Maestro en Estudios Turísticos

Presenta

Lic. en T. David Vaca Paulín

Dirigida por

Dr. en A.F. Héctor Javier Favila Cisneros

Dr. en C.A. Andrés López Ojeda

Dra. en C.S. y P. Maribel Osorio García

Toluca, Estado de México; Agosto 2023

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar los factores que han permitido a la trucha incorporarse como un atractivo gastronómico de Malinalco, Estado de México; con la finalidad de generar un mayor entendimiento sobre la forma en que un producto gastronómico no local llega a constituir un pilar fundamental y distintivo de un destino.

Para lograr lo anterior se retoma lo establecido en la Teoría del Control Cultural en el Estudio de Procesos Étnicos que habla del conjunto de niveles, mecanismos, formas e instancias de decisión sobre los elementos culturales en una sociedad dada (Bonfil 1988, p. 6).

El proceso metodológico correspondió a un modelo de tipo cualitativo. Para el logro del objetivo se hizo uso de la etnografía. Bonfil considera a la investigación etnográfica como un elemento inherente a la transformación social de la realidad que permite entender el comportamiento de un grupo de estudio (sus particularidades, el porqué de su identidad, entre otros). Por su parte, los análisis etnográficos conducen a la construcción de nuevas relaciones y en este caso permitió realizar análisis sobre el proceso de apropiación.

Como parte de los resultados se pudo establecer cómo se ha desarrollado el proceso de apropiación de la trucha como alimento no local y sus particularidades, y desde esta perspectiva se puede constatar el valor turístico de este pez para los oferentes y turistas.

Palabras clave: Apropiación, producto gastronómico, truchas, Malinalco

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the factors that have allowed trout to become a gastronomic attraction in Malinalco, State of Mexico, in order to generate better understanding of the way in which a non-local gastronomic product becomes a fundamental and distinctive pillar of a destination.

In order to achieve the above, the Theory of Cultural Control in the Study of Ethnic Processes, which refers to the set of levels, mechanisms, forms and instances of decision making on cultural elements in a given society (Bonfil 1988, p. 6), is taken up again.

The methodological process corresponded to a qualitative model. Ethnography was used to achieve the objective. Bonfil considers ethnographic research as an element inherent to the social transformation of reality that allows us to understand the behavior of a study group (its particularities, the reason for its identity, among others). For their part, ethnographic analyses lead to the construction of new relationships and in this case allowed for the analysis of the appropriation process.

As part of the results, it was possible to establish how the process of appropriation of trout as a non-local food and its particularities has developed, and from this perspective, the tourist value of this fish for suppliers and tourists can be confirmed.

Key words: Appropriation, gastronomic product, trout, Malinalco.

ÍNDICE

Introducción	4
Planteamiento del Problema	6
Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Supuesto de Investigación	9
Metodología	9
Capítulo 1	11
Fundamentos teóricos.....	11
1.1. Generalidades del Turismo	11
1.2. Turismo Gastronómico.....	12
1.2. 1 Turismo Gastronómico como Producto Diferenciador del Destino	15
1.2.2 Turismo Gastronómico en México	22
1.2.3 Turismo Gastronómico y Patrimonio.....	26
1.2.4 Turismo Gastronómico y Apropiación	33
1.3 Teoría de Control Cultural en el estudio de procesos étnicos de apropiación	37
Capítulo 2.....	40
Metodología de la investigación.....	40
Capítulo 3.....	53
Contextualización del objeto de estudio	53
3.1 Generalidades de Malinalco.	53
3.2 Gastronomía de Malinalco	56
3.3 La trucha en Malinalco	57
3.4 Corredor gastronómico las Truchas.....	58
Capítulo 4.....	61
Hallazgos de la investigación	61
Análisis	66
Conclusiones	69
Referencias.....	73

INTRODUCCIÓN

Desde las últimas décadas del siglo pasado, el turismo ha desarrollado un papel de gran relevancia a nivel mundial, ya que ha contribuido en la reactivación económica de muchos países, principalmente en los que se encuentran en vías de desarrollo; con ello, ha permitido combatir la vulnerabilidad de las comunidades, el desempleo y la pobreza.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) considera a esta actividad como un fenómeno social, cultural y económico, en el que las personas se mueven del lugar donde residen por varios motivos como lo son el esparcimiento, la recreación, el ocio, y en ocasiones, por razones de trabajo. Los periodos de estancia de estos viajeros generalmente son menores a un año.

Derivado de los motivos de viaje, se han determinado diferentes tipos de turismo: cultural, deportivo, alternativo, de aventura, de salud, entre otros. El Turismo cultural, que es el que para esta investigación interesa, se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que constituyen el patrimonio de un grupo social en un destino específico (SECTUR, 2015).

Por su parte, el patrimonio cultural lo constituyen aquellos elementos de identidad de los sitios y comunidades, considerados atributos diferenciadores, los cuales, constituyen la base para el desarrollo de actividades para los turistas, aumentan la competitividad, la estadía, el gasto y la satisfacción de los turistas y anfitriones, dando mayor valor a la oferta de los destinos (SECTUR, 2015). De acuerdo con lo anterior, la literatura científica analizada ha permitido ubicar al turismo gastronómico dentro del turismo cultural.

Hoy en día la gastronomía se configura como un elemento clave en el sector turístico, generando una creciente demanda por parte de los turistas de alimentos propios del destino por lo que, el turismo gastronómico generalmente se refiere al pasatiempo de visitar diferentes ciudades, regiones geográficas, o países enteros para probar y comprar sus

alimentos exclusivos, para explorar prácticas culinarias o para participar en festivales de comida (Wexelbaum, R. (2017).

Como mencionan Hernández-Mogollón, Di-Clemente y López-Guzmán (2015): “Los productos alimentarios típicos, así como los platos y las recetas tradicionales de un destino, son la expresión de la historia, la religión, el recorrido social y político de un territorio. Conocerlos y degustarlos significa acercarse a un determinado contexto social y cultural, posiblemente muy diferente al de la cotidianidad” (p. 410).

La oferta gastronómica en México es muy variada en cuanto a sus platillos, íntimamente ligados a una amplia diversidad de estilos, propuestas y sabores, desde la comida prehispánica hasta la cocina contemporánea que brindan al turista experiencias gastronómicas únicas en zonas que van de lo rural hasta los restaurantes de alta especialidad reflejo de su polifacética herencia histórica, cultural y social.

Es así que el turismo gastronómico en México se vislumbra como un factor de reconciliación social y de sustentabilidad, pues las comunidades locales al ver fortalecida y promovida su identidad por medio de la gastronomía pueden no sólo generar ingresos económicos, sino además valorar y valorarse como miembros de una comunidad con una historia y significados distintivos; no se debe perder de vista que son las personas quienes ponen rostro y hacen atractiva una experiencia y son éstas las que innovan, en la forma de contar las cosas para construir una historia de la gastronomía del destino, buscando nuevos enfoques que marquen la diferencia, considerando que en esta era de la información se favorecen las conversaciones y se crea nuevos públicos y productos por medios muy diversos.

No obstante que incluso si la comida no es el foco principal del itinerario de un turista, todos los seres humanos deben comer; y que, después de pagar sus pasajes aéreos y costos de transporte, el segundo mayor gasto en el que incurren los turistas es en alimentos y bebidas (Wexelbaum, 2017), el viajar con la finalidad de conocer, probar, aprender, ver y “palpar” los recursos que en gastronomía tiene un lugar determinado, es hasta cierto punto reciente, pues poco a poco ha ido cobrando relevancia en múltiples estudios.

Según Valcáner y Venegas (2015) “La gastronomía es un componente cultural importante, puesto que esconde en sus platillos tradición, recuerdos, momentos, personajes, técnicas y ambientes que hacen que cada lugar sea singular y especial” (Citado en Cuevas, 2018, p. 3); siendo en los últimos años que la gastronomía ha jugado un papel de gran importancia en la diferenciación de los destinos con respecto a sus competidores.

Conscientes de la importancia del turismo gastronómico en el desarrollo económico e identitario de una comunidad, región o país, en el presente estudio se plantea la necesidad de considerar la importancia de un alimento que identifica a un destino turístico, cuyo origen se encuentra fuera de los límites de la región, sin embargo, genera corrientes importantes de visitantes que acuden a degustarlo en sus diferentes modalidades. El caso de estudio hace referencia a la trucha que se ha hecho famosa en el Malinalco, municipio del Estado de México.

Es así que, para el presente estudio se realizó una investigación de corte cualitativo, para comprender el fenómeno estudiado desde un contexto natural y cotidiano, para ello se hizo uso del método etnográfico, el cual, después de varias visitas al destino, permitió identificar con los diferentes grupos de interés aquellos aspectos que permitieron a la trucha posicionarse como un elemento gastronómico identitario de Malinalco, además de conocer los significados y valoraciones que se le atribuyen.

Planteamiento del Problema

El turismo gastronómico es una práctica exploratoria que lleva a los individuos a conocer lugares y hábitos distintos a los propios y que se concretiza en la degustación de platos y productos diversos a los de la cotidianidad (Molz, 2007). La gastronomía es el resultado de la cultura histórica y social de un destino (Kivela y Crotts, 2006); esta puede ser latente y estar modificada ante la determinada afirmación de costumbres alimentarias internacionales y globalizadas (Fox, 2007; Ritzer, 1995).

Tomando elementos de lo antes citado en relación con la gastronomía; como el que es una práctica exploratoria, o que a la gastronomía la modifican diversos factores de diversa índole, se reviste de importancia el contar con estudios científicos sobre la influencia del turismo

gastronómico y la apropiación de productos no locales como distintivos de un destino turístico.

El presente estudio se realizó en el Municipio de Malinalco, Estado de México, el cual representa un importante destino turístico en la región, tanto por su riqueza natural como por su gran diversidad histórico-cultural, unas de las tantas razones por las cuales ha sido considerado desde el año 2010 como “Pueblo Mágico” por la Secretaría de Turismo, lo que da cimiento a su actual actividad turística. De forma específica el interés fue realizar un análisis del caso de las truchas, principal atractivo gastronómico del municipio.

El inicio de las truchas como oferta gastronómica en Malinalco se remonta al año 1976 con los primeros comerciantes, así como con la granja de Truchas la cual aumenta la actividad comercial en dicha zona y da origen a un corredor para atención de turistas y visitantes. “El Corredor Turístico las truchas está ubicada en el paraje conocido como el Molino, en el barrio de la Soledad cerca de la cabecera municipal. (González, et al., 2018, p.217). En el corredor la principal actividad que se lleva a cabo es la crianza de la trucha, ya sea para llevar, o para la oferta de servicios de alimentos del lugar, también se lleva a cabo la pesca deportiva de trucha, y otras actividades de diversa índole que se han sido implementadas por los pobladores (González, et al., 2018)

En este corredor existen 74 establecimientos que se dedican a la venta de alimentos (truchas) y bebidas, comercio de ropa, frutas, y otros servicios como los estacionamientos, sanitarios, balnearios, viveros de plantas y áreas verdes, además de un campamento tortuguero “Xanat” que es un santuario para la salvaguarda de la tortuga casquito, especie endémica y en peligro de extinción.(Las Truchas – Malinalco 2019-2021. (2019). párr. 1 y 2), (González, et al., 2018, p. 218).

Con esta breve descripción, se puede apreciar la estrecha relación entre gastronomía y turismo, la cual ofrece una plataforma para revitalizar las corrientes turísticas hacia los destinos y empoderar a las comunidades por medio de la oferta de un producto que pasa a ser un atractivo de gran influencia, cuya derrama económica constituye la base de sustento para

los pobladores. En el caso específico de Malinalco, la apropiación de un producto gastronómico no local (la trucha) ha transcurrido a través del tiempo de ser una actividad netamente económica para la población, a ser un pilar distintivo de valor turístico para el municipio.

Con la presente investigación se pretende generar un mayor entendimiento sobre la forma en que la apropiación de un producto gastronómico no local, como es el caso de la trucha, ha llegado a constituir un pilar fundamental y distintivo de Malinalco como destino turístico; para ello, se tomó en consideración que los habitantes del lugar se han apropiado de este producto, como parte de su oferta turístico-gastronómica, y en este sentido, en la investigación se hizo énfasis en los factores que han facilitado el dicho proceso.

De lo anterior se desprende la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores que han influido en la apropiación de la trucha, como producto alimenticio no local, para que dicho platillo se convierta en un distintivo turístico-gastronómico de Malinalco?

Objetivos

Objetivo General

Analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporada como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco.

Objetivos Específicos

- Distinguir la importancia de un alimento no local como elemento turístico distintivo de Malinalco.
- Describir el proceso de apropiación de la trucha como atractivo gastronómico distintivo de Malinalco.
- Identificar el papel que juegan los diferentes grupos de interés local en la construcción de la trucha como elemento identitario y de atracción turística.

Supuesto de Investigación

Un producto gastronómico no local puede ser apropiado por un destino como elemento diferenciador y distintivo de su oferta turística, cuando éste es ofertado de forma permanente través del tiempo, además de la especialización en su preparación, comercialización y difusión.

En lo que se refiere a Malinalco, nuestro caso de estudio, desde que la trucha, por medio de un proceso de apropiación, se ha ofertado de forma permanente como producto gastronómico en Malinalco, se ha convertido en un elemento turístico diferenciador, que identifica al destino y que aumenta el número de visitantes.

Metodología

Para poder lograr los objetivos arriba señalados, el proceso metodológico se circunscribió bajo un enfoque cualitativo, y, a través del uso de técnicas y herramientas del método etnográfico se pudo lograr la descripción de los significados que las personas utilizan para comprender su mundo (Geertz,1987).

Por medio de las técnicas de este método, se aplicó la guía de observación y se entrevistaron a restauranteros del centro de Malinalco, oferentes de trucha en el corredor turístico, turistas y otros comerciantes presentes en el corredor turístico de las truchas. Cabe mencionar que sólo algunas entrevistas se realizaron de forma presencial y las otras en línea, todo esto atendiendo a las restricciones relativas a la pandemia de Covid 19 que generaron el cierre de actividades durante periodos largos de tiempo, así como la reactivación parcial de las mismas.

El presente trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo 1. Fundamentos teóricos. En este apartado se hace una recopilación y análisis de los principales tópicos propios de la presente investigación. Así mismo se presenta la teoría del La Teoría del Control Cultural en el Estudio de Procesos Étnicos de: Bonfil, Guillermo la cual sirve de base para la comprensión y análisis del proceso de apropiación

Capítulo 2. Metodología de la investigación. Este capítulo inicia con una contextualización teórica sobre el enfoque cualitativo y el método etnográfico para de ahí partir a la explicación de cómo se procedió metodológicamente a la recopilación de información tanto documentales como por medio del uso de la entrevista y guía de observación.

Capítulo 3. Contextualización de la zona objeto de estudio. Para una mejor comprensión del tema se hace una descripción de las zonas objeto de estudio, a saber, el centro de Malinalco y el Corredor Gastronómico de las Truchas.

Capítulo 4. Hallazgos de la investigación. En este apartado se presentan los resultados obtenidos en campo, su análisis y conclusiones.

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Generalidades del Turismo

Desde sus inicios el hombre ha tenido la necesidad de desplazarse de un lugar a otro, una de las principales razones fue la búsqueda de alimento para sobrevivir. Más adelante con las cruzadas, cuyo fin era la conquista de nuevos territorios, y hasta la aparición del avión, el turismo ha tenido gran cantidad de avances que, siglo con siglo, lo han ubicado como uno de los sectores económicos de mayor importancia para la economía mundial.

El turismo, tal y como lo conocemos hoy en día, surgió en el siglo XIX, ya que los movimientos sociales que se dieron durante la Revolución Industrial, provocaron un sin número de desplazamientos entre territorios, dando como resultado un crecimiento exponencial de viajes por todo el mundo, y desde entonces el turismo no ha dejado de crecer, apoyándose además en el avance tecnológico y científico y el desarrollo de nuevas infraestructuras y medios de transporte (Acerenza, 2007).

Tribe (1997) al hablar de la disciplina del turismo indica que esta actividad está relacionada con varios fenómenos como, por ejemplo: viajar a un lugar sagrado, la comercialización de servicios turísticos, la forma de ejercer el ocio, la generación de un agente democratizador de desarrollo económico y social, la expresión cultural de un colectivo humano, la forma de posibilitar un intercambio inter-étnico, la forma estereotipada de vida, etc.

El turismo se ha definido desde diferentes vertientes: como una forma particular de tiempo libre, como forma de recreación, como forma de desarrollo económico y calidad de vida, etc. A manera de ejemplo al turismo se le puede definir como:

Un proceso cíclico cuya función es la dislocación identitaria y desplazamiento físico a un espacio ajeno al lugar de residencia o habitual con fines recreativos para una posterior reinserción cumpliendo temporalmente las necesidades

psíquicas de evasión, curiosidad y extraordinariedad propias de cualquier forma de ocio (Korstanje. 2012. p 27).

En el sentido moderno de la palabra, Acerenza (2007, p.26) menciona que de acuerdo con Jiménez:

Turismo es un fenómeno de los tiempos actuales, basado en la creciente necesidad de recuperación y cambio de ambiente, el conocimiento y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza y es, en particular, producto de la creciente fusión de las naciones y países de la sociedad humana, como resultado del desenvolvimiento del comercio, la industria y los mercados y el perfeccionamiento de los medios de transporte.

De las diferentes nociones de turismo se desprenden varias tipologías de este, que están relacionadas con las motivaciones que lo generan, así se puede encontrar un turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo de negocios, turismo de naturaleza, entre otros. Debido a que la gastronomía es el estudio entre cultura y los alimentos, el turismo gastronómico ha sido posicionado dentro del turismo cultural; el punto focal del viaje en este tipo de turismo es el consumo de productos gastronómicos locales distintivos que son capaces de generar corrientes de visitantes a los destinos.

1.2. Turismo Gastronómico

Todas las culturas y pueblos, siglo tras siglo, han ido desarrollando, diferentes sistemas de comer para asegurar su supervivencia. Así, han surgido una gran variedad de tradiciones culinarias y alimenticias que se transmiten de generación en generación.

El término de gastronomía hace referencia al estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su entorno físico y social. La gastronomía toma en consideración varios aspectos de la comida, como son los ambientales, económicos aspectos sociales (religiosos y culturales), dando origen así a lo que se conoce como arte culinario (Mejía et al., 2014).

La gastronomía es una expresión del ser humano, que implica una interacción social y es fundamental para el establecimiento de una identidad cultural, crea un sentido de identidad religiosa y simboliza el poder de una sociedad. Como tradición, la gastronomía implica diversos conocimientos que se van heredando de una generación a otra, de forma oral por medio del lenguaje o escrita a través de textos culinarios (Mejía et al., 2014).

En general, se puede decir que la gastronomía de un destino es el resultado de la cultura histórica y social del mismo (Kivela y Crotts, 2006). Esta puede ser latente y estar modificada ante la determinada afirmación de costumbres alimentarias internacionales y globalizadas (Fox, 2007; Ritzer, 1995). En este sentido y siguiendo las ideas expresadas anteriormente la gastronomía es parte de la identidad local y en ella se refleja la cultura de un pueblo y la vida de las personas

La gastronomía es un concepto con tantas definiciones como enfoques disciplinarios la abordan (como acto social, actividad productiva y campo del conocimiento), lo que genera caos y fragmentación a la hora de relacionarlo con una realidad compleja como lo es el turismo.

La relación entre gastronomía y turismo consiste en atraer clientes a un determinado lugar para degustar uno o varios platillos de origen local, y luego complementar esta oferta con otros servicios turísticos; o a la inversa, una experiencia turística a cualquier destino puede ser concluida exitosamente con una buena oferta gastronómica del lugar que se visita. En este sentido, gran cantidad de lugares se convierten en polos de desarrollo gastronómico, alrededor del cual, se suman diversas propuestas para recibir a los turistas los fines de semana, los días feriados o vacaciones.

Desde otra perspectiva, el turismo ofrece una plataforma para revitalizar culturas y empoderar a las comunidades por medio de un producto gastronómico, ya que los turistas se desplazan hacia los productores primarios o secundarios de alimentos para degustarlos, para participar en festivales gastronómicos y también buscan lugares exclusivos como restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar (Mitchell y Hall 2003).

Para que la gastronomía tenga peso dentro del proyecto turístico es importante aportar originalidad, elaborando una propuesta lo más diferenciada posible; manteniendo siempre las costumbres y tradiciones del lugar. Muchos establecimientos han optado por ofrecer comida casera, pero con un toque de ingenio y estilo para sobresalir del estilo clásico y cotidiano.

Según Schlüter (2009) el turismo gastronómico corresponde a aquella actividad turística de la cual participan personas cuya elección del destino a visitar se encuentra muy influenciada por una motivación culinaria. Millán, et. al. (2010) por otro lado, consideran el turismo gastronómico como el realizado por aquellas personas que visitan un lugar atraídas por su gastronomía, o por sus productos agro-alimentarios. Leal (2011, p. 16) considera que el turismo gastronómico:

...resulta en la actualidad como una de las mejores expresiones de la sociedad postindustrial en donde el hecho de ver, oler y degustar se convierte en una actividad completamente experiencial que es generada por esas industrias (productores, transformadores, restauradores) cuya principal finalidad o producto es poder otorgarle al turista una experiencia que pueda ser vivida a través de la comida o la bebida.

Molz (2007) afirma que el turismo gastronómico es una práctica exploratoria que lleva a conocer otros lugares y hábitos que se hace patente al degustar los diversos platillos y productos que son distintos a lo cotidiano.

En términos del estudio científico del turismo gastronómico, se puede decir que, a pesar de la relativa novedad que representa como objeto de estudio, éste no es nuevo, en el sentido de que los turistas siempre han comido en lugares que no son su hogar; no obstante, el viajar con la finalidad de aprender, degustar y valorar los elementos gastronómicos de un determinado lugar es un fenómeno relativamente reciente que ha cobrado relevancia en el estudio de sus particularidades.

En el caso de Malinalco se retoman estas conceptualizaciones para analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporada como un atractivo gastronómico propio y distintivo del destino.

1.2. 1 Turismo Gastronómico como Producto Diferenciador del Destino

Como ya se ha visto, la gastronomía de un destino es el resultado de la cultura histórica y social del mismo (Kivela y Crotts, 2006), por lo tanto, los alimentos "locales" son aquellos que se cultivan, transforman, envasan y distribuyen en tierras dentro de o cerca de nuestros condados y por tal razón se considera que contribuyen el desarrollo de un sentido de comunidad y en la identidad regional.

El origen del producto (alimentos que se cultivan o cerca o relativamente cerca de los lugares de venta y preparación), en realidad tiene una clara influencia en las preferencias del comprador. Esto se aplica tanto a las ventas en el mercado regional (el tema de este artículo) como a las ventas suprarregionales. Los consumidores aprecian un origen regional, especialmente para productos frescos, con ello logran identificarse con la región, y al mismo tiempo, el comercio local garantiza la sostenibilidad económica, ecológica y social de su comunidad, así como fortalecer las tradiciones regionales.

Un producto gastronómico para que sea diferenciados de un destino debería fortalecer su propia región, es decir, proporcionar una base para el desarrollo regional sostenible, y si es posible, que no suponga una carga excesiva para otras regiones. La definición de regional puede referirse tanto a la distancia geográfica desde el productor al consumidor «local», a la vez, describe el acuerdo de comercialización; por ejemplo, los agricultores que venden directamente a los consumidores. El concepto de «local» también ser mirado en términos del ámbito ecológico, donde la producción de alimentos se considera desde la perspectiva de una unidad ecológica básica definida por su clima, suelo, especies y sistemas agrícolas locales.

En muchas ocasiones los fabricantes de alimentos o vendedores minoristas utilizan el concepto alimento de regional como herramienta de comercialización, apoyados a su vez por las estrategias de marketing regional para establecer regiones como marcas. En un mundo globalizado, existen una variedad de programas públicos que tienen como objetivo mejorar la comercialización de productos regionales; éstos han logrado promover la interacción de la comunidad al fomentar las relaciones entre agricultores y consumidores.

En el ámbito turístico un producto gastronómico diferenciador de un destino o región incentiva experiencias de compra y de interacción en los mercados locales teniendo como beneficio el establecimiento de una ubicación central organizada que facilita la participación de la comunidad». De hecho, los mercados de locales dentro del turismo inspiran un comportamiento más sociable entre comunidad y turistas. La comida local fomenta la vitalidad de la comunidad y el turismo, además de que conserva las tradiciones locales al tiempo que establece una identidad local a través de un sentido único de comunidad.

La gastronomía local en los últimos años ha jugado un papel de gran importancia en la diferenciación de los destinos con respecto a sus competidores. Desde la perspectiva que se quiera analizar, resulta evidente que “la gastronomía es un componente cultural importante, puesto que esconde en sus platillos años de tradición, recuerdos, momentos, personajes, técnicas y ambientes que hacen que cada lugar sea singular y especial”. (Valcácer y Venegas, 2015, Citado en Cuevas, 2018, p. 3).

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2016, p. 7) “El turismo gastronómico se perfila como un recurso indispensable que añade valor y proporciona soluciones a la necesidad cada vez más acuciante de los destinos de diferenciarse y ofrecer productos únicos”. En el mismo documento menciona cinco razones fundamentales para explicar este fenómeno en constante crecimiento:

1. Si un destino quiere diferenciarse y ser único debe buscar lo auténtico, y qué mejor forma que el patrimonio inmaterial, donde la gastronomía es muy importante.
2. Recurrir a la gastronomía para atraer turistas que quieran estar inmersos en los destinos y culturas que visitan ya que son estos turistas los que gastan más, además, de que se distribuyen más equilibradamente por el territorio, lo que fortalece la cadena de valor del destino.
3. El turismo gastronómico puede redirigir el flujo turístico a destinos menos visitados, lo que fortalece desarrollo económico de estas regiones.

4. La gastronomía comunica apelando las emociones del turista y ofrece experiencias profundas y significativas, capaces de dejar una huella duradera.

5. Estas experiencias crean fidelidad del turista que a su vez los convierte (idealmente) en los principales promotores del destino.

El considerar a la parte gastronómica como un destino en sí mismo o bien como un medio para el turismo nos da como resultado un gran número de matices donde se entrelazan la comida, la cultura y el turismo en diferentes contextos y entornos, resultando que el comer se torne en una experiencia sensorial, una forma de comunicación que mezcla la experiencia personal con los elementos socioculturales del lugar (Long, 2003). Por su parte la OMT declara que:

Tal como se mencionaba en el primer Global Report on Gastronomy Tourism (Informe mundial sobre turismo gastronómico) publicado por la OMT, el 88,2% de los destinos consideran la gastronomía como un elemento estratégico para definir su imagen y su marca. La Asociación Mundial de Turismo Gastronómico estima que la gastronomía genera cada año 150.000 millones de dólares. Y según el informe sobre el turismo gastronómico en el mundo de Mintel, especializado en estudios de mercado y análisis del comportamiento de los consumidores, hay 27.3 millones de turistas estadounidenses cuyo principal motivo para viajar es disfrutar de actividades gastronómicas (OMT, 2016, p. 15).

Se puede tomar como referente en América Latina a Colombia, país que reconoce que para el caso del Turismo Gastronómico, Perú, Brasil y México son países con alta potencialidad gastronómica, aunque con diferentes niveles de evolución en el tema.

Colombia por medio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo diseñó un Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional 2014-2018 (Minturismo Industria y Comercio, 2016, pp. 6-9) donde se señala a la gastronomía colombiana como elemento fundamental para potenciar el turismo y hacer de ella un producto turístico de clase mundial ya que ha sido un elemento fundamental para reforzar tanto su identidad nacional como las identidades regionales y, por lo tanto, ha jugado un papel

importante como atractivo turístico, fortaleciendo el desarrollo de productos turísticos especializados.

Si se toma de ejemplo a las rutas gastronómicas como una innovación que ofertan un producto diferenciador el documento de la ponencia titulada “El Turismo Gastronómico Como Atractivo Innovador del Destino: un Estudio Empírico Sobre Rutas Gastronómicas Españolas”, que es parte del Proyecto de Investigación (art. 83 LOU) “La gastronomía de alta gama, de lujo o de calidad como eje potenciador del turismo cultural y de sensaciones en Extremadura” de la autoría de Folgado-Fernández, Mogollón, y, Campón-Cerro. (2011) en el marco del XIII Seminario Luso-Espanhol de Economía Empresarial en la Universidad de Évora destaca cómo los autores identifican que en la creación de nuevos productos turísticos tiene cada vez mayor importancia “la imagen y las marcas de destino locales o comarcales en relación con las raíces culturales, históricas y gastronómicas del lugar”. Donde la gastronomía es utilizada por los destinos como fuente de nuevos productos y actividades para atraer a los turistas.

En este documento se indica que el turismo gastronómico “nace de las motivaciones del visitante que desea desplazarse a un determinado lugar para deleitar el paladar y conocer sus platos típicos. Se trata de un producto turístico relativamente nuevo y potencialmente rentable, que ha generado un gran número de términos relacionados como las rutas gastronómicas o las marcas turísticas”(Folgado, et al. 2011, p 2), motivo por el cual los autores pretenden con su trabajo el dar claridad al entendimiento del turismo gastronómico por medio de examinar y comparar rutas gastronómicas españolas para determinar cómo la imagen de un destino puede potencializarse por medio una ruta gastronómica, que aporte valor diferenciador y beneficios económicos al lugar.

En el documento se establece que la semejanza entre los términos turismo gastronómico y turismo culinario (de un uso mayor en la literatura anglosajona) llega a generar confusión, pero, en la mayoría de los trabajos consultados por los autores, estos indican que el uso de ambos términos se hace indistintamente, aunque en ocasiones, el turismo culinario se asocia a "eventos gourmet", de mayor calidad que el turismo gastronómico general.

Los autores señalan que la investigación del turismo gastronómico surge como resultado de las variaciones tanto en el mercado como en las preferencias dando como conclusiones de su trabajo las siguientes ideas: se requiere reorientar las rutas gastronómicas, tomando en consideración a todos sus valores y potencialidades, de cara a su ordenación turística, el valor que aporta al turista la degustación de los productos del lugar son una oportunidad de aumentar las ventas de dichos productos a de más de generar recuerdos por medio de la experiencia sensorial que resulta de la comida, el turismo gastronómico permite ampliar la estancia mínima en el destino.

Por último, el documento concluye con la propuesta de algunas líneas de investigación tales como: la evaluación del grado de implicación del visitante como fórmula de reforzar la imagen de las rutas, profundizar en temas relacionados con el territorio, cocina de autor, calidad e imagen de marca turística que permitirán diferenciarse de otras ofertas en turismo gastronómico.

Otro estudio que habla de las rutas gastronómicas es el de Folgado-Fernández, et. al. (2017) El objetivo de este trabajo fué el análisis de la potencialidad turística del queso, a través del estudio de rutas gastronómicas en España. En él se expone la importancia del turismo gastronómico basado en productos locales, como parte de la identidad de un destino y como factor de vinculación para atraer turistas. En el sentido económico como otras investigaciones, destaca su relevancia como fuente de ingresos para el destino, a la vez que suponen una mayor difusión del patrimonio histórico y de la cultura local.

Entre sus principales conclusiones esta que el turismo gastronómico representa un sector en auge y con un gran margen de crecimiento, que debe contar con una planificación coordinada entre las entidades públicas y los empresarios del turismo en cada territorio. Un impacto positivo adicional puede ser el aumento de la estancia media en el destino, sumándole a los atractivos propios del lugar la participación del turista en la experiencia con los productos gastronómicos, el análisis de los resultados confirma el potencial turístico existente en torno al queso, al constatarse el valor diferencial que los turistas otorgan a los productos autóctonos de calidad. También se pone de manifiesto la complementariedad de las actividades turísticas

queseras con la difusión de las tradiciones locales, y la necesaria cooperación entre las diferentes administraciones, empresas productoras y el turismo local.

En palabras del secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili “la gastronomía es uno de los principales motores que impulsan a los turistas a elegir un destino y, pese a ello, todavía no se ha aprovechado el potencial del turismo gastronómico” (OMT, 2018, párr. 4).

La gastronomía como producto turístico es considerada un factor de desarrollo local, regional nacional y mundial de acuerdo con Castillo (2011, p. 2); durante estos años, el turismo internacional crece más rápidamente de lo que lo había hecho en toda la historia. De esta forma, en los países desarrollados, viajar ha dejado de ser un lujo para convertirse en una necesidad para miles de personas. El turismo gastronómico por su parte ha contribuido en este fenómeno mundial ya que los alimentos se afirman y definen como elementos tangibles de la cultura local y ofrecen nuevas posibilidades de diversificación para los destinos turísticos, hasta el punto de convertirlos en verdaderos atractivos turísticos.

Es así que el producto gastronómico como motor de desarrollo y factor distintivo, se convierte en el principal atractivo de un destino, alrededor del cual, se desarrollan toda una serie de estrategias, campañas y diseños convirtiéndose en una propuesta atractiva y tangible para el turista.

En torno a las particularidades gastronómicas locales, se han desarrollado rutas que descongestionan los destinos turísticos tradicionales de sol y playa, y diversifican la oferta local direccionando los flujos y los ingresos turísticos hacia las zonas rurales cercanas, como es el caso de algunas comunidades y regiones en España (Córdoba, Cáceres y Andalucía).

Existen paquetes turísticos, propuestas e iniciativas temáticas que ponen a la gastronomía en el centro de las estrategias de desarrollo y de promoción de un determinado territorio o destino; en México existen algunos productos como los antes mencionados. Resaltando propuestas en torno al diseño de rutas basadas en un producto, como es el caso de la ruta del vino en Querétaro; o bien, en la promoción de platillos típicos de cada ciudad, estado o región.

La alimentación define a un pueblo y, a través de esta, se expresa y se convierte en algo tangible, sensorial y placentero; la alimentación local pone el punto distintivo al atractivo haciéndolo único para el turista.

Por otra parte, en el artículo titulado la gastronomía como atractivo turístico de Mascarenhas y Gandara (2010) se analiza la producción y transformación territorial en relación con la gastronomía como atractivo turístico. Este documento se basa en que la gastronomía puede ser vista a través de sus particularidades como elemento de reconocimiento del grupo social y puede ser utilizada como elemento representativo de la cultura. Menciona que para producir la oferta turística es preciso definir claramente la identidad, la cual se determina en función de hábitos, costumbres y tradiciones, y se expresa por elementos tales como los dialectos, los estilos de vestir, las creencias y religiones, los métodos de trabajo, y los valores morales.

El estudio tomó como caso en el municipio de Castro (Brasil). Los resultados muestran que la valoración de la diversidad gastronómica en la región puede ser utilizada por la actividad turística como un diferencial y como un atractivo importante, considerando siempre los aspectos históricos y culturales de la región ya que la gastronomía en este caso es un atractivo turístico en sí misma, sirviendo como elemento diferenciador respecto de otros destinos.

Es así que en el turismo gastronómico se establece que la relación existente entre la comida y la cultura será parte esencial de la promoción y distinción del destino y en ocasiones el motivo principal del turista para visitar o repetir el destino turístico.

A pesar de todo lo ya mencionado, es necesario destacar que la gastronomía puede ser latente o puede ser modificada ante la determinada afirmación de costumbres alimentarias internacionales y globalizadas (Fox, 2007; Ritzer, 1995), sin embargo, se corre el riesgo de alteración de la cultura, así como de los ecosistemas endémicos debido a la reubicación de la gastronomía en otras regiones del mundo.

Hablar del desarraigo, cuando un alimento no es propio del lugar, se refiere a que no hay identificación y se modifican las formas de preparación; en este proceso también existen transformaciones psicológicas y éticas en la consolidación de mercados, así como en el

desarrollo y crecimiento de núcleos de productores del sector familiar que generan abastecimiento y trabajo local para la producción de alimentos sanos a precios justos.

Cuando se habla de un producto no local intervienen otro tipo de intereses que persiguen objetivos políticos, ecológicos y económicos regionales, de ahí que se presentan casos en los que la gastronomía “local” aunque constituya un pilar turístico, no siempre tiene su origen en la región sino que responde a necesidades netamente económicas, pero que finalmente pasan a ser un producto diferenciador de al que se le atañen procesos identificables de apropiación.

1.2.2 Turismo Gastronómico en México

El turismo es un sector base para la economía de México teniendo un destacado papel en los últimos años que debe incluir sin duda a la gastronomía como parte de la cultura local, citando a López-Guzmán (2012, p. 575): “La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos.”

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) el turismo en México representa directamente el 8.5% del PIB y genera un valor superior al promedio para la economía. También brinda empleo a millones de mexicanos. Si bien los datos oficiales indican que el sector apoya directamente 2.3 millones de empleos (5.8%), la cifra real es significativamente mayor cuando se toman en cuenta los empleos informales. El crecimiento del turismo en México ha superado al de muchas otras economías turísticas avanzadas y emergentes de los últimos años, y ha contribuido a un sólido equilibrio de los de viajes que se realizan, contribuyendo a compensar los ingresos petroleros que son más débiles. (OCDE, 2017, p. 3).

Es evidente que la gastronomía no es vista solo como patrimonio de la nación, sino como un factor de desarrollo. Ahora el atractivo culinario de una ciudad no se basa solamente en las zonas con los restaurantes más finos, pues muchas zonas del país crean guías gastronómicas

basadas solamente en insectos, bebidas alcohólicas, antojitos y demás. Lo tradicional y local ha tenido un crecimiento considerable como factor a la hora de hacer turismo, tanto para los mexicanos como para los extranjeros, hasta el punto que el gobierno creó un programa a nivel federal centrado en promoverla por medio de las denominadas rutas gastronómicas.

Siguiendo con las estrategias del Gobierno Federal, en el documento titulado “Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024” presentado en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo el 24 de febrero del 2019, se destaca a México como el sexto lugar mundial de llegada de turistas internacionales, quinceavo en captación de divisas, pero también resalta que en los estados donde la actividad turística es más dominante también son mayores las desigualdades, por lo que se plantea para dicho periodo el objetivo de:

Posicionar a México como una potencia turística competitiva y de vanguardia que haga del turismo un pilar para el desarrollo justo y equilibrado entre comunidades y regiones, así como una herramienta de reconciliación social, mediante el aprovechamiento sustentable del patrimonio turístico nacional (SECTUR, 2019, p. 24).

De lo anterior se infiere que el turismo gastronómico para el caso de México puede ser ese factor de reconciliación social y de sustentabilidad pues los destinos turísticos por medio de la gastronomía podrán no sólo generar ingresos económicos, sino más bien posicionar a sus habitantes como miembros de una comunidad con una historia y significados distintivos; ya que las personas ponen rostro y hacen atractiva una experiencia sin perder de vista que hay que innovar en la forma de contar las cosas para construir una historia de la gastronomía del destino, buscando nuevos enfoques que marquen la diferencia considerando que en esta era de la información se favorecen las conversaciones y se crea nuevos públicos por medios muy diversos.

La oferta gastronómica en México es muy variada en cuanto a sus platillos, pero lo más importante es la riqueza cultural (historia, significado, simbolismo, etc.) que la comida trae íntimamente ligada, con una amplia diversidad de estilos, propuestas y sabores, desde la comida prehispánica, hasta la cocina contemporánea que brindan al turista experiencias

gastronómicas únicas en zonas que van de lo rural hasta los restaurantes de alta especialidad, reflejo de su polifacética herencia histórica y cultural.

En este breve recorrido por la investigación y orientación de la gastronomía en México es interesante el aporte que hacen Pérez y Cisneros (s/f) en su trabajo denominado: “El lado Cultural del Patrimonio Gastronómico Mexicano” La cultura alimentaría evoluciona a la par de la cultura urbana afectando a todos y cada uno de los grupos sociales. Las preferencias y consumos fueron marcando la identidad cultural, pues tanto los productos como los consumidores se adaptan a los recursos naturales y animales de las áreas geográficas, así se explica la existencia de productos específicos de la zona. La gastronomía como parte del patrimonio cultural intangible que motiva el desplazamiento de los turistas sirve de tarjeta de presentación de cualquier lugar del mundo, en específico de la gastronomía de Guanajuato de la que el trabajo trata.

Iturriaga dice que “la gastronomía mexicana trasciende la mera subsistencia material, apuntalando que la cocina mexicana es una matriz cultural que constituye un poderoso factor de identidad nacional. Asimismo, añade que conforma un “eje cultural que gira de lo simbólico a lo paradigmático, de la cohesión social y familiar a la economía doméstica, de la natura a la cultura y a la agricultura, desde el surco hasta la mesa” (Iturriaga, 2004, citado en Conaculta, 2004: 31).

Favila, et al. (2014) en el artículo titulado La gastronomía tradicional del norte del Estado de México. El caso de Acambay. Trata el tema de la gastronomía en la etnia otomí del municipio de Acambay, en el Estado de México, como patrimonio gastronómico. Investigado por medio de un trabajo de tipo etnográfico para la obtención información sobre los usos y costumbres relativos a la cocina de este grupo étnico con la finalidad de obtener y aportar información no documental sobre el patrimonio cultural intangible, así como la gastronomía y cocina tradicional de esta etnia.

Los autores refieren en este artículo que en el Estado de México al revisar lo documentado anteriormente relacionado con la gastronomía tradicional se observan pocas investigaciones sobre su cocina regional y mencionan que desde 1976 al 2011 existen 13 documentos que

tratan de la gastronomía tradicional y que dedican secciones al territorio mexiquense desde la perspectiva del patrimonio, y, en términos de investigación académica mencionan seis trabajos fechados entre los años 1993 y 2011 destacando que en su mayoría las publicaciones están referidas al centro del territorio estatal.

El estudio señala cómo la cultura alimentaria está en un proceso de continuos cambios que son de gran relevancia cuando se estudia el patrimonio pues marcan el camino a la comprensión de las nuevas manifestaciones y expresiones de la comunidad ya que éstos inciden en los hábitos de hoy y en sus usos y costumbres lo que hace que el patrimonio sea resignificado.

Al hablar de la cocina de un pueblo, los autores expresan que ésta se encuentra intrínsecamente relacionada con el patrimonio cultural intangible que engloba su diversidad y su creatividad, recreada mediante las tradiciones orales y cada una de las manifestaciones culturales, proyectados en un acto social y biológico que les da identidad.

Es interesante la postura de Velasco (2006: 181) que los autores señalan donde posiciona al patrimonio gastronómico como algo tangible en contraposición a la idea tradicional de intangibilidad puesto que al alimento lo percibimos a través de la mayoría de los sentidos al escoger los ingredientes, cocinarlos y degustarlo que unido a lo intangible como las tradiciones, el conocimiento generacional, el simbolismo y el significado, dan identidad y pertenencia.

En palabras de los autores, “la cultura culinaria no sólo es la recolección de recetas, sino también la apropiación de estas como parte de un pueblo. Es la identidad expresada en simbolismos, en utensilios, en técnicas creadas y que guarda una profunda relación con la historia de un lugar” (Favila, et al. 2014, p 8).

La publicación concluye con la reflexión sobre la necesidad de implementar acciones para el rescate, conservación, cuidado, valorización y difusión del patrimonio gastronómico de los Otomíes de Acambay.

Citando el documento de Reestructuración de la Maestría en Agroindustria rural, desarrollo territorial y turismo agroalimentario 2018 (ICAR-UAEMéx, 2018, p 46) Existen “enfoques que relacionan turismo y gastronomía, consideran a los alimentos y a las especialidades culinarias, como marcadores de pueblos y territorios; como vehículos de un mayor entendimiento intercultural (Arnesto y Gómez, 2006); o como una vinculación al territorio para una valorización de los alimentos y del trabajo de los actores de la cadena gastronómica (Barrera y Bringas, 2008)”

En la revista PASOS se encuentra el artículo titulado “El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿patrimonio gastronómico turístico?” donde los autores Rivas, E. R., González, F. C. V., Bernat, E. E., & Salazar, B. Q. analizan la viabilidad del maguey, pulque y pulquerías del municipio de Toluca como patrimonio gastronómico turístico buscando el conocer la opinión que los productores, vendedores y turistas tienen sobre la bebida resultando que hay abandono de los cultivos de maguey, pocos establecimientos dedicados a la venta del pulque, pese a la buena percepción sobre ella. Finalmente, si consideran al pulque un patrimonio gastronómico que requiere de acciones de revaloración y difusión para su preservación.

Con lo tratado en este apartado se evidencia cómo en el caso de México se sigue la tendencia global a ligar al turismo gastronómico a la tradicional concepción y cánones del patrimonio, así como enfocarlo desde la perspectiva economicista y empresarial.

Por lo que resulta necesario potencializar al turismo gastronómico desde la academia que promueva diferentes formas de abordaje que resulten en el fortalecimiento de los productos turísticos gastronómicos y en especial de la gastronomía basada en lo no local como un distintivo de los destinos turísticos.

1.2.3 Turismo Gastronómico y Patrimonio

El patrimonio se entiende como un aspecto cultural al cual la sociedad le atribuye una serie de valores específicos, históricos, estéticos y de uso, en otras palabras, el patrimonio es una construcción sociocultural que adquiere sentido y valor para el grupo que la realiza, hereda y conserva con el paso del tiempo. Por ser una construcción sociocultural que se va

desarrollando, el patrimonio es cambiante y dinámico; se transforma y puede ser que desaparezca o adquiriera nuevos valores, o simplemente se le atribuyan nuevos significados y valores de uso en función de las necesidades de la sociedad (Mejía et al., 2014).

Para la UNESCO el patrimonio puede ser tangible o intangible, “el patrimonio intangible o inmaterial es el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura, por intangible también se entienden los conocimientos, las costumbres, los sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólica, las cuales corresponden a las diferentes culturas; siendo el patrimonio intangible pocas veces reconocido como parte del legado cultural que demanda atención y protección (Mejía et al., 2014).

La gastronomía se basa en una tradición cultural que llega a formar parte del patrimonio de una comunidad. Las tradiciones gastronómicas se transmiten oralmente, mediante acciones, gestos, pero también se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso colectivo de recreación que poco a poco las va incorporando al patrimonio de un lugar y que por su especialización hacen que visitantes de otros destinos se desplacen para disfrutar de ellas, dando origen de esta manera al turismo gastronómico.

Para Schlüter (2009) el turismo gastronómico es una actividad que motiva la elección del destino a visitar. Millán, et. al. (2010) por otro lado, consideran el turismo gastronómico como el realizado por aquellas personas que visitan un lugar atraídas por su gastronomía, o por sus productos agroalimentarios.

Oliveira (2008: 44) entiende por turismo gastronómico al desplazamiento de visitantes, ya sean turistas o excursionistas, motivados principalmente por algún elemento gastronómico, incluyendo prácticas que inician con el mero desplazamiento del lugar de residencia con rumbo a un restaurante hasta el viajar a un lugar predeterminado para conocer o aprender preparaciones diferentes a las de su cotidianeidad, o bien, recorrer la denominadas rutas gastronómicas con la finalidad de aprender algo más sobre cierta gastronomía; entre otros.

Al hablar de gastronomía en la actualidad resulta evidente que en los últimos años ésta se ha posicionado como un factor clave en el conocimiento de la cultura de un territorio al estar

íntimamente relacionada con el respeto a las manifestaciones de la idiosincrasia del lugar, sus tradiciones, autenticidad y experiencia, de esta manera inicia su artículo el Maestro en Dirección y Planificación del Turismo y doctorante en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de la Coruña, Juan Pablo Falcón al cual tituló “Tendencias Globales de Desarrollo del Turismo Gastronómico Aplicadas al Caso de Argentina”

Es importante mencionar cómo el artículo brinda un panorama general del turismo gastronómico al cual lo enmarca dentro del turismo cultural por considerar a la gastronomía dentro del patrimonio cultural inmaterial que como lo establece la UNESCO (*United Nations for Educational, Scientific and Cultural Organization*), se encuentra dentro de la categoría de usos sociales, rituales y actos festivos.

La gastronomía representa así una fortaleza que da mayor dinamismo y diversificación a la actividad turística, promueve el desarrollo económico, tiene relación con diferentes sectores profesionales (productores, cocineros, mercados, etc.), ampliando el abanico de usos del sector primario.

Por otra parte, en el artículo “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura”, Di Clemente, et. al. (2013), resaltan que la gastronomía típica se está afirmando cada vez más, como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico, ya que otorga identidad y la autenticidad al territorio. Consideran que los turistas gastronómicos representan en la actualidad un sector de nicho en rápida expansión y particularmente interesante desde una perspectiva económica, pues se trata de consumidores con un alto poder adquisitivo y que están dispuestos a emplear un buen porcentaje de su gasto diario en experiencias culinarias únicas y auténticas.

Para explicar estas aseveraciones presenta un cuadro del desarrollo del turismo gastronómico en la región, a la vez, propone un análisis DAFO acerca de la gastronomía extremeña de cual se resalta su riqueza gastronómica.

A pesar de las bondades de la gastronomía en la región, se menciona que son todavía muy escasas las acciones de cooperación entre los principales actores del sector, lo cual conlleva una dispersión de los esfuerzos y la creación de una oferta gastronómica atomizada. Los

efectos son: una gastronomía local muy diversa u homogeneizada y/o monótona y poco atractiva para el turista. Deja latentes las potenciales sinergias que subyacen entre la gastronomía y el turismo.

Concluyendo que para que la gastronomía funja como motor de desarrollo es necesaria la coordinación y homogeneización de la oferta, la participación trasversal de los agentes implicados y una promoción y comercialización adecuada, esto implicaría desarrollar un sistema de oferta gastronómica, a la altura de las nuevas expectativas de los consumidores, además de que es necesario se desarrolle una cultura gastronómica más amplia, basada en la pasión por los procesos tradicionales y en el profundo conocimiento de la historia de los hábitos alimentarios locales.

Por su parte en el artículo “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular” se abordan los temas de cultura alimentaria, patrimonio alimentario, tradicionalidad, modernidad alimentaria y turismo desde la perspectiva de la autora Elena Espeitx quien es Licenciada en Antropología y Psicología, profesora de Psicología de la Alimentación y del Deporte en el Grado de Psicología de la Universidad de Zaragoza quien señala que la gastronomía local y artesana puede relacionarse con rutas culturales, convirtiéndose en una de las formas integradoras al utilizar el patrimonio como recurso turístico y de desarrollo territorial (Espeitx, 2004).

Al tratar el tema del patrimonio cultural y la patrimonialización la autora apoyada en otros autores señala que: “el patrimonio es cambiante y que se construye a partir de la selección, por parte de unos agentes, de unos elementos determinados, y no otros, a los que se otorga determinados contenidos (Santana 2003: 5), de modo que patrimonio cultural puede entenderse como una construcción, o incluso como una invención (Prats 1997: 20)”. Lo anterior hace evidente que dependiendo del espacio y tiempo el concepto de patrimonio cambia, esto aunado a que dicho concepto en ese momento sirve a ciertos intereses (económicos, políticos, de desarrollo local, sostenible y territorial), adquiriendo unos usos determinados siendo movilizado por agentes también cambiantes.

En el artículo destaca la idea de que el proceso de patrimonialización, consiste en la construcción de éste tomando en cuenta elementos preexistentes que son seleccionados entre otros considerando criterios que respondan a la finalidad de dicha patrimonialización.

Patrimonializar entonces conlleva a que la transmisión de una particularidad que se considerada propia e identificadora trascienda al tiempo (aquí la controversia está en determinar cuál debe ser la profundidad histórica de ese vínculo, qué tan atrás en el tiempo debió presentarse, qué tanto los conocimientos y prácticas deben ser exclusivas) permitiendo que un grupo humano, y en el caso del turismo un destino, se vea a la vez idéntico a sí mismo, y por otro diferenciable de los demás, aun cuando en este grupo humano o destino se presenten cambios.

Siguiendo el hilo conductor de la autora ésta hace mención a la dificultad que emana de todo lo antes mencionado para establecer criterios únicos que ayuden a dilucidar qué puede ser y qué no puede ser catalogado como patrimonio alimentario.

En cuanto a la relación existente entre el turismo y la gastronomía establece la autora que es fácil hacer uso de esta última debido a su alta adaptabilidad a las preferencias del visitante en el marco del desarrollo del turismo de tal manera que gastronomía local que es más o menos auténtica se interpreta y reconfigura para satisfacer a los turistas.

A manera de conclusión se infiere que en la actualidad conviven un gran número de representaciones sobre la alimentación vinculadas a un territorio que le confieren valor como elemento diferenciador además de que aportan a la forma particular de ver e interpretar el mundo por parte de las comunidades y de los turistas.

Siguiendo con la patrimonialización antes mencionada, se puede sentar un punto de reflexión para entender el proceso de apropiación de un elemento no local dado que el término patrimonio es comúnmente asociado a la gastronomía (como fenómeno) en su forma de patrimonio inmaterial (desde la perspectiva de su significado e historicidad) o material (la presentación, ingredientes y entorno de degustación) este ha sido definido y tratado basándose en la época en que se ha usado y en los intereses a los que sirve sin abordarlo de una manera crítica ocasionando un paradigma conceptual en el tratamiento del tema

(patrimonio como forma sustentable de desarrollo, como recordatorio de identidad, patrimonio y riqueza histórica, patrimonio y autenticidad trascendente al tiempo, aporte económico al desarrollo, etc.).

Si se analiza a la gastronomía desde la perspectiva del sistema alimentario un alimento pasa por diferentes aspectos que tienen que ver con su obtención, la ecología de su producción (cultural y natural), el abasto familiar y/o su comercialización, la preparación y el consumo lo que lo convierte en un bien cultural no importando si es un alimento reciente o uno con mayor arraigo histórico (García y Reyes, 2019).

Considerando lo dicho por Espeitx, (2004) al tratar el tema del patrimonio cultural y la patrimonialización, que apoyada en otros autores señala que: “el patrimonio es cambiante y que se construye a partir de la selección, por parte de unos agentes, de unos elementos determinados, y no otros, a los que se otorga determinados contenidos (Santana 2003: 5), de modo que patrimonio cultural puede entenderse como una construcción, o incluso como una invención (Prats 1997: 20)”. Lo anterior hace evidente que dependiendo del espacio y tiempo el concepto de patrimonio cambia, esto aunado a que dicho concepto en ese momento sirve a ciertos intereses (económicos, políticos, de desarrollo local, sostenible y territorial), adquiriendo unos usos determinados siendo movilizado por agentes también cambiantes.

En el proceso de patrimonialización se construye éste a partir de considerar elementos preexistentes los cuales son seleccionados tomando en consideración aquellos elementos que den respuesta a la finalidad de dicho proceso.

Patrimonializar por lo tanto implica la pervivencia de un rasgo particular identitario permitiendo que un grupo humano y en el caso del turismo un destino se vea a la vez idéntico a sí mismo y por otro diferenciable de los demás, aun cuando en este grupo humano o destino se presenten cambios cabe aquí la controversia en la determinación sobre el grado de historicidad, la originalidad o endemidad de dicho rasgo, qué tanto los conocimientos y prácticas deben ser exclusivos y originales u originarios.

Es así que en la actualidad conviven un gran número de representaciones sobre la alimentación ya sean ancestrales o surgidas en un pasado más o menos remoto e incluso

aquellas ofertas gastronómicas modernas; vinculadas a un territorio que le confieren valor como elemento diferenciador parte del patrimonio de ese lugar; además de que aportan a la forma particular de ver e interpretar el mundo por parte de las comunidades y de los turistas.

Destaca el análisis en este tema el artículo de Torres et al. (2004) titulado: “Alimento, la Cocina Étnica, la Gastronomía Nacional. Elemento Patrimonial y un Referente de la Identidad Cultural”, donde analizan la cualidad de elemento patrimonial del alimento y el conjunto denominado cocina nacional. Para ello se define el concepto de Patrimonio, considerando sus vertientes tangible e intangible. El alimento, que se encuadraría en la esfera de lo intangible, se constituye en el eje del análisis y se establecen sus relaciones tanto con el Patrimonio en general, como con el proceso de construcción de la identidad de un grupo social determinado. Es de destacar de este artículo la consideración de parámetros de legitimación que determinan el patrimonio e identidad, así como la identificación de la relación identidad y alimentación.

Molz (2007), dice que el turismo gastronómico corresponde a una práctica rica que lleva a conocer otros lugares y hábitos y que se concretiza en la degustación de platos y productos diversos a los de la cotidianidad.

En palabras de Hernández-Mogollón et al. (2015). “La valorización de las relaciones que unen la gastronomía y la cultura ha dado vida a un proceso de patrimonialización de los alimentos que se afirman como elementos tangibles de la cultura local y ofrecen nuevas posibilidades de diversificación para los destinos turísticos. subrayando las conexiones entre la motivación gastronómica y la cultural” (p. 407).

Aunque Hernández-Mogollón habla de patrimonialización no deja fuera de este proceso a lo que da cauce a esta investigación que es la apropiación; pues la trucha en Malinalco constituye un elemento tangible de la valorización de un producto gastronómico que aporta a la diversidad del destino y, que unido a lo dicho por Iturriaga da identidad formando un eje de cohesión en torno a este alimento que trasciende a su no localidad.

Se puede decir que lo anterior no es más que una construcción a partir de las prácticas sociales que constituyen otra realidad también simbólica como es la cultura. De hecho, a pesar de que

la construcción de la identidad puede ser individual o grupal, dentro de una misma cultura se pueden dar diversas identidades (Endara, 1997); incluso si acudimos a una visión sociológica, podría haber tantas identidades en una cultura como personas, si nos limitamos a definirla como un conjunto de roles asociados a un individuo (Castells, 2001). Por lo que se puede inferir que tanto la cultura como la identidad están en constante evolución y reformulación.

La gastronomía es parte fundamental de los pueblos y si se enfoca al turismo implica el establecimiento de una red fiable de proveedores locales y la creación de vínculos con las guías turísticas locales; factores que favorecen el desarrollo regional, por medio de la creación de empleo y desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) dando paso a un crecimiento y desarrollo más incluyente donde los habitantes de las comunidades receptoras valoren, cuiden, protejan y difundan su herencia cultural por medio de la gastronomía de ahí la importancia de contar con políticas nacionales de planeación, desarrollo y promoción como lo indica la OCDE: “México busca aprovechar los vínculos entre la cadena de suministro y la agricultura, la alimentación y el turismo” (OCDE, 2017, p. 147).

1.2.4 Turismo Gastronómico y Apropiación

En la revisión de la literatura se pudo constatar que para el término apropiación existen diferentes enfoques apropiación cultural, por una parte, es definida como una práctica lucrativa en la que una mayoría étnica toma elementos de una minoría para su propio beneficio sin reconocimiento alguno; en otras palabras, la apropiación recupera elementos autóctonos de un pueblo o país y lucra con ellos sin darles su reconocimiento ni entender la importancia que tiene dentro de su historia.

Por otra parte, la apropiación también es direccionada como un proceso que implica el dominio de un pueblo sobre otro, una estrategia de conquista y expansión, la sustracción de algún saber para que otros lo aprovechen, la valorización de algo por aquellos que son receptores de ese algo “nuevo o diferente” siendo esta última orientación la que sirve para la presente investigación (De Jesús Contreras 2016, 2017, Blas-Yañez, 2018).

Long (2003) considera a la comida como un recurso cultural y un medio para el turismo y examina las muchas intersecciones de la comida, la cultura y el turismo en contextos públicos y comerciales, en entornos privados y domésticos, y en todo el mundo argumentando que la experiencia sensorial de comer proporciona a las personas un medio de comunicación único combinando experiencias personales con actitudes culturales y sociales hacia la comida y las circunstancias.

Como mencionan Hernández-Mogollón, Di-Clemente y López-Guzmán (2015): “Los productos alimentarios típicos, así como los platos y las recetas tradicionales de un destino, son la expresión de la historia, la religión, el recorrido social y político de un territorio” (p. 410). Es precisamente ese recorrido social el que atañe a la presente investigación.

La cultura determina y moldea la historia culinaria de un pueblo, la define y, a través de esta, se expresa y se convierte en algo tangible, sensorial y placentero; la cultura gastronómica local da fiel testimonio de la identidad del lugar comunicando rasgos culturales particulares de la comunidad.

La alimentación es un requisito básico de supervivencia debido a que cumple con una función biológica. Pero al ser un acto consciente y voluntario también es normalizado por las diferentes culturas en las que las personas nacen y sociabilizan a lo largo de toda su vida. Esto lleva a que, lo que son manjares para uno no lo son para quienes forman parte de otro contexto cultural. Aun así, el tema de la comida concierne a todas las edades, razas y culturas pues implica un proceso de apropiación y re-acentuación de lo considerado como auténtico el cual actualmente vive un fenómeno obstructivo de estereotipos. (Girardelli, D., 2015).

Por su parte De Jesús (2016) Hablando desde la perspectiva de la valorización indica que: “valorizar implica un mecanismo de apropiación de los atributos simbólicos y materiales de estos alimentos, que no necesariamente refleja el conjunto de conocimientos, creencias y prácticas, que engloba el contexto de su producción” (p. 343).

El Doctor Jesús Becerra Villegas (2004) evalúa el rol de lo simbólico como factor de producción de condiciones objetivas. Propone el modo de apropiación social como categoría de análisis tanto material como simbólico. Se menciona que y si bien, lo simbólico como

dimensión de lo representacional se mantiene como resultante del conjunto de procesos materiales, también es cierto que ellos pueden entenderse como concreciones de los modos específicos de apropiarse el mundo, habilitarlo y ejercerlo.

Marcelo Álvarez (2002) trata la alimentación como un lenguaje que habla materialmente de dimensiones sociales y simbólicas que la impregnan de significación. Confiere la gastronomía dentro de una determinada estructura social y cultural y su simbolización como el puente que permite trazar una línea de continuidad entre el pasado y el presente, entre lo conocido y lo desconocido, entre lo propio y lo apropiado.

Además, Álvarez menciona en el documento que, el proceso de apropiación alimentaria y de identificación concomitante se produce a partir del momento en que el consumidor hace la primera selección al adquirir unos alimentos y no otros. Destaca que las políticas culturales y turísticas deben construirse a partir de la idea de que los comportamientos y las tradiciones gastronómicas no son bloques estáticos e inmutables. Las desigualdades en la formación y apropiación del patrimonio, incluso el constituido por las comidas, demandan un análisis crítico de dichas políticas.

Siguiendo con este orden de ideas Favila, et al., indican que “la cultura culinaria no sólo es la recolección de recetas, sino también la apropiación de las mismas como parte de un pueblo. Es la identidad expresada en simbolismos, en utensilios, en técnicas creadas y que guarda una profunda relación con la historia de un lugar” (. 2014, p 8).

En palabras de Thomé (2015) quien es citado por De Jesús (2016, p 336) “Esto conduciría a su deconstrucción desde diferentes ángulos, y a su meta apropiación como recursos locales, para lucrar con ellos satisfaciendo necesidades y deseos urbanos”

Estos enfoques resultan de gran relevancia para la realización de esta investigación pues inciden directamente en la apropiación de un producto no local que es valorado a tal grado que se transforma en un distintivo del destino que conlleva nuevos contextos, nuevos significados, desde una visión donde lo único permanente en el hombre y por ende en su cultura es el cambio.

Se puede inferir que la gastronomía de un lugar resulta de la historia sociocultural de éste (Kivela y Crotts, 2006). La cual puede ser latente y estar modificada ante la determinada afirmación de costumbres alimentarias internacionales y globalizadas (Fox, 2007; Ritzer, 1995).

Considerando lo expresado por autores como Hernández-Mogollón et al., (2015), Endara, (1997) y Castells, (2001). Quienes destacan que la interrelación entre la comida y la cultura ha demostrado ser una parte fundamental para dar a conocer la cultura local y ha reactivado el sistema de tenencia y pertenencia de los alimentos, lo que ha abierto un nuevo camino hacia nuevos destinos. En definitiva, la comida es un elemento asociado a diversas actividades sociales, una realidad que pareciera ser una norma que, en realidad, puede ser practicada por individuos o por grupos, pero los orígenes pueden diferir en la misma cultura ya que en una sociedad, puede haber tantos orígenes culturales como personas, si la resumimos y definimos como una serie de actividades humanas. Por lo tanto, podemos concluir que la cultura y la identidad continúan evolucionando y remodelándose.

Thompson destaca en su análisis alrededor de los fenómenos culturales la comprensión de un mundo socio-histórico como campo significativo, es decir, el análisis de las formas en las que los individuos generan, perciben y reciben expresiones significativas (2002. p 183).

En el caso de México y del Estado de México, se observa en el tema gastronómico una incipiente pero creciente número de investigaciones pues se han y están realizando trabajos relacionadas con la gastronomía desde perspectivas descriptivas donde se generan inventarios y caracterizaciones de los productos gastronómicos tradicionales o bien investigaciones enfocadas a los temas de las tradiciones y del turismo gastronómico y el patrimonio pero no de lo relacionado con la apropiación de alimentos no locales.

Para poder analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporada como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco se considera como punto focal la perspectiva de la teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos de Guillermo Bonfil Batalla; considerando lo expresado en el III Seminario Turismo y Patrimonios Culturales. Turismo Gastronómico: Balances y Experiencias por El

Doctor Eduardo Nivón (2019) quien, citando a Guillermo Bonfil, dice que “los recursos culturales son todos los elementos de una cultura que se ponen en juego para definir un propósito social y alcanzarlo”. En el caso de las truchas de Malinalco éste propósito inicialmente fue la generación de ingresos que con el paso de los años se fue convirtiendo en lo que hoy en día es: un corredor turístico y elemento distintivo de este destino.

El Dr. Nivón también expresó que se habla de cultura apropiada cuando existen recursos culturales ajenos (la trucha) pero las decisiones sobre estos son propias de la comunidad (dueños del criadero, prestadores de servicios del corredor turístico, comité del corredor turístico).

1.3 Teoría de Control Cultural en el estudio de procesos étnicos de apropiación

La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos de Guillermo Bonfil Batalla (1988) se entiende como:

El sistema según el cual se ejerce la capacidad social de decisión sobre los elementos culturales. Los elementos culturales son todos los componentes de una cultura que resulta necesario poner en juego para realizar todas y cada una de las acciones sociales: mantener la vida cotidiana, satisfacer necesidades, definir y solventar problemas, formular y tratar de cumplir aspiraciones. Para cualquiera de estas acciones es indispensable la concurrencia de elementos culturales de diversas clases, adecuados a la naturaleza y al propósito de cada acción (Bonfil 1988 p. 27).

Esta teoría resulta una plataforma idónea para la explicación del proceso de apropiación puesto que entre otras cosas habla de los ámbitos de la cultura en función del control cultural propone una matriz donde convergen los elementos culturales y las decisiones ambas pudiendo ser propias o ajenas, dando como resultado los diferentes ámbitos los cuales define como: cultura autónoma, cultura enajenada, cultura apropiada y cultura impuesta.

LOS AMBITOS DE LA CULTURA EN FUNCION DEL CONTROL CULTURAL

Elementos culturales	Decisiones	
	Propias	Ajenas
Propias	Cultura autónoma	Cultura enajenada
Ajenos	Cultura apropiada	Cultura impuesta

Fuente: Bonfil, Guillermo (1991). La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos p. 173

Otro concepto clave en esta teoría es el de control cultura, el cual es definido por Bonfil como: “El conjunto de niveles, mecanismos, formas e instancias de decisión sobre los elementos culturales en una sociedad dada, constituye el sistema global de relaciones que denomino control cultural” (Bonfil 1988, p. 6).

Para el caso de las truchas de Malinalco, éstas entrarían en el ámbito de la Cultura apropiada, el cual se da cuando los pobladores del lugar tienen la capacidad de decidir sobre elementos culturales ajenos haciendo uso de ellos por su propia decisión (la trucha, su preparación y administración del corredor turístico que se da por medio del patronato).

¿Cómo se puede distinguir si la decisión es propia? Bonfil responde a esta pregunta al declarar que los criterios se definen en relación con los elementos culturales propios, considerando que en un tiempo alguna unidad social autónoma toma las decisiones que durante ese periodo se consolidan en una cultura que configura y define la identidad social correspondiente.

Cabe señalar que ninguna decisión es 100% libre pues siempre está influenciada por multitud de factores relacionados con el contexto socio-histórico del momento tanto a nivel micro o interno del grupo social, como macro (la región, país, mundo).

Las ideas plasmadas hasta el momento se refuerzan con lo expresado por Sánchez Bonilla “Para Eduardo Nivón, cada día la gestión de la diversidad es más relevante para definir el futuro de las sociedades democráticas” (2014 p. 88) y una forma de expresar esto es el estudio de la apropiación de un alimento no local que desde que se oferta ha seguido un proceso que lo ha convertido en un elemento distintivo del destino.

Es decir, al hablar que la trucha es un factor distintivo de Malinalco hay que considerar que esto no es más que una construcción a partir de las prácticas sociales que constituyen otra realidad también simbólica como es la cultura. De hecho, a pesar de que la construcción de la identidad puede ser individual o grupal, dentro de una misma cultura se pueden dar diversas identidades (Endara, 1997); incluso si acudimos a una visión sociológica, podría haber tantas identidades en una cultura como personas, si nos limitamos a definirla como un conjunto de roles asociados a un individuo (Castells, 2001). Por lo que se puede inferir que tanto la cultura como la identidad están en constante evolución y reformulación.

Es así que, con el aporte de la teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos se ha podido contar con una base analítica de los factores y elementos de gestión cultural en el marco de la apropiación aplicados al caso de la trucha como oferta gastronómica que transitó de una idea de negocio a un factor distintivo propio del destino turístico.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La planeación metodológica para el analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporada como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco, se abordó desde la perspectiva de la teoría de del control cultural en el estudio de procesos étnicos.

De igual forma y atendiendo a los objetivos de la investigación se parte de un modelo cualitativo utlizando la etnografía, ya que la investigación cualitativa desde su epistemología defiende el carácter constructivo-interpretativo de la producción del conocimiento, su carácter dialógico y la significación de lo singular, reconoce el carácter creador y emergente en el sujeto de investigación así como el carácter provocador del investigador y su implicancia subjetiva dentro del proceso, a demás, de que los instrumentos representan apenas una fuente de información que no responde a categorías pre establecidas, en ese sentido pueden usarse como instrumento inductor de situaciones y momentos, el escenario social de investigación y los instrumentos son medios para implicar a las personas emocionalmente, lo que facilita la producción de sentidos subjetivos. (Fernández 2020).

La aproximación metodológica desde la perspectiva cualitativa implica un escenario donde se realiza un estudio analítico-interpretativo de la realidad y del sentido que a ésta le confieren aquellos involucrados en el fenómeno en estudio es así que:

La investigación cualitativa consiste en un conjunto de prácticas interpretativas y materiales que hacen visible el mundo. Estas prácticas transforman el mundo, lo convierten en una serie de representaciones, que incluyen notas de campo, entrevistas, conversaciones, fotografías, grabaciones y notas para el investigador. En este nivel, la investigación cualitativa implica un enfoque interpretativo y naturalista. Esto significa que los investigadores cualitativos estudian las cosas en sus entornos naturales, intentando dar sentido o interpretar los fenómenos en

términos de los significados que las personas les dan.” (Denzin, N. K., Lincoln Y. S. (2011) p.3 traducción propia).

Desde diferentes perspectivas se puede caracterizar a la investigación cualitativa tal como se muestra en la siguiente tabla:

CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA		
TAYLOR Y BOGDAM	EISNER	ROSSMAN Y RALLIS
Es inductiva	Es un arte	Es creíble gracias a coherencia, intuición y utilidad instrumental
Perspectiva holística	Los estudios cualitativos tienden a estar enfocados	Se desarrolla en contextos naturales
Sensibilidad hacia posibles efectos debidos a la presencia del investigador	El yo (propio investigador) como instrumento	Utilización de múltiples estrategias interactivas y humanísticas
Comprensión de las personas dentro de su propio marco de referencia.	Carácter interpretativo	Focaliza en contextos de forma holística
Suspensión del propio juicio	Uso del lenguaje expresivo	El investigador desarrolla sensibilidad hacia su biografía (reflexividad)
Valoración de todas las perspectivas	Atención a lo concreto. Al caso particular	Naturaleza emergente
Métodos humanistas		Proceso basado en un razonamiento sofisticado que es multifacético e interactivo
Énfasis en la validez		Fundamentalmente interpretativa
Todos los escenarios y personas son dignas de estudio		

Fuente: Sandin Paz, M. Esteban, (2003), Investigación Cualitativa en Educación.

Analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporado como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco requirió de un enfoque metodológico de tipo cualitativo apoyado de la metodología etnográfica, pues éstas fueron las que permitieron emitir conclusiones basadas en las cualidades estudiadas dentro del amplio abanico que conforma el entendimiento y conocimiento de lo que se denomina realidad humana.

Esta metodología resultó ser la forma ideal de abordar el estudio puesto que se buscó el encontrar el significado de ese elemento gastronómico particular denominado trucha como atractivo turístico haciendo un análisis interpretativo de la realidad y del sentido y significado que los involucrados (turista, oferentes y población) le dan a ésta.

Al decir que la perspectiva cualitativa consiste en un conjunto de prácticas interpretativas; se hace referencia a que los investigadores cualitativos, intentan comprender e interpretar los fenómenos en función de los sentidos que las personas les dan. De esta manera Blumer (1982) comenta que la investigación cualitativa es la única forma real de entender cómo la gente percibe, entiende e interpreta el mundo.

Por lo tanto, implica la recolección de materiales empíricos, donde se destacan las observaciones, historias de vida, experiencias personales, descripciones de momentos, sentimientos y características cotidianas de la interacción de los sujetos de investigación, en función de los significados que cada uno de ellos le dan, en el entendido de que cada uno hace visible el mundo a su manera.

Con respecto a esto, Flick (2007) dice que la investigación cualitativa toma en consideración que los puntos de vista y las prácticas en el campo son diferentes para cada individuo, a causa de las distintas perspectivas subjetivas y los ambientes sociales relacionados con ellas. Así la investigación cualitativa demanda un gran trabajo por parte del investigador, quien tiene que hacer uso de la inducción para inferir lo que significa cada escenario (el corredor turístico las truchas) o acción registrada, teniendo cuidado en que la interferencia e interpretación del investigador no lleguen a desvirtuarlos.

Para Taylor y Bogdam (1987) la investigación cualitativa es un método humanista, es inductiva, estudia los acontecimientos desde una perspectiva holística (valoración de todas las perspectivas), pone énfasis en la validez y todos los escenarios y personas son dignas de estudio.

Debido a la presencia del investigador, existe una cierta sensibilidad hacia posibles efectos, sin embargo, permite la comprensión de las personas dentro de su propio marco de referencia, a lo que el investigador debe evitar emitir su propio juicio.

Desde otra perspectiva, la investigación cualitativa es un arte, en donde el propio investigador es un instrumento con carácter interpretativo de casos concretos o particulares (los estudios tienden a estar enfocados) haciendo uso del lenguaje expresivo. (Eisner, 1998).

Rossmann y Rallis (1998) establecen que la investigación cualitativa es creíble gracias a la coherencia entre intuición y utilidad instrumental, se desarrolla en contextos naturales, utilizando múltiples estrategias interactivas y humanísticas y se focaliza en contextos de forma holística donde el investigador desarrolla sensibilidad hacia su biografía personal (reflexividad), naturaleza emergente con un proceso basado en un razonamiento sofisticado que es multifacético e interactivo, fundamentalmente interpretativo.

Como primer momento fue necesario hacer un análisis de la información documental disponible para de esta forma poder tener un panorama más concreto del objeto de estudio y no caer en suposiciones, juicios de valor, malas interpretaciones, etc. ya que analizar implica un proceso de decodificación de los datos que contiene un documento específico, por medio del procesamiento de la información, que permita el acceso y recuperación de datos, para convertirlo a un lenguaje entendible, significativo y correlacionado con otros elementos. Quintana (2006, p. 5) dice que:

La investigación cualitativa se inicia con un acercamiento previo a la realidad que va a ser objeto de análisis, esta fase es exploratoria, cuyo objetivo es documentar la realidad que se va a analizar y planificar el encuadre más adecuado para realizar la investigación, se realiza a través de dos acciones básicas:

1. Revisar la documentación existente y disponible sobre dicha realidad.
2. Observar con antelación la realidad a investigar y, en ocasiones, entrevistar a "informantes clave".

En este primer momento continúa Quintana señalando que:

Por documentación, se entiende cualquier tipo de registro anecdótico archivado, o cualquier otra evidencia material, que permita reconstruir y contextualizar el

proceso, fenómeno o realidad objeto de análisis, previo al diálogo y la interacción directa con el grupo o persona participantes en el estudio.

La documentación inicial tiene por objetivo que el investigador se adentre y familiarice con la realidad que pretende analizar; a fin de que adquiera una preparación sociocultural, que le permita al investigador realizar una aproximación acertada, eficaz y convincente a su interacción con la realidad que pretende abordar, evitando así, por ejemplo, hacer preguntas ociosas o fuera de contexto o crear resistencias por desconocimiento de la realidad; lo que a la postre le permitirá mejorar las probabilidades de establecer una relación de empatía que haga viable el acceso a lo íntimo del tejido socio-cultural y a lo privado de las vidas personales, objeto de la investigación.(2006, p. 6).

La etnografía por su parte se considera una modalidad de investigación de las ciencias sociales que surge de la antropología cultural y de la sociología cualitativa, y se inscribe en la familia de la metodología cualitativa (Sandin, 2003). Etimológicamente, el término etnografía significa, “el estudio descriptivo (*graphos*) de la cultura (*ethnos*) de una comunidad” (Aguirre, 1995, p. 3). De esta manera el análisis de la cultura (*ethnos*), se convierte en el objetivo principal del investigador.

La etnografía se desarrolló desde su origen en el área de la antropología, como una manera de estudiar pequeñas sociedades analfabetas y reconstruir sus tradiciones culturales, hoy en día se práctica en toda clase de entornos sociales, de ahí que “la etnografía es el arte y la ciencia de describir a un grupo humano: sus instituciones, comportamientos interpersonales, producciones materiales y creencias.” (Angrosino, 2014, p. 35).

La etnografía no busca la "verdad" en términos clásicos (aquello que es para el investigador) ni la "moralidad" (aquello que debería ser) un determinado fenómeno humano. La etnografía más bien se centra en aportar una comprensión detallada de las distintas perspectivas de otras personas o grupos (Rodríguez, 1996).

De manera similar con Latorre, et.al. (1996), indica que las características de la investigación etnográfica se simplifican de la siguiente manera: es Holística (totalidad como elementos

básicos); naturalista (estudio en el hábitat natural, evita formas controladas) inductiva (se apoya en las evidencias para sus concepciones y teorías); fenomenológico (se crean significados a partir de puntos de vista de los agentes sociales); datos contextualizados; libre de juicios de valor del investigador; reflexivo. De acuerdo con Colás (1997) existen diferentes tipos de etnografías: antropológica, clásica, sistemática, interpretativa, crítica y de la comunicación.

La etnografía antropológica estudia a los individuos en sus ambientes, como actúan y cuáles son sus creencias y costumbres sobre el mundo.

La etnografía clásica estudia la cultura desde la posición de los individuos que la componen y elabora descripciones comprensivas de la misma.

Por su parte la etnografía sistemática estudia la cultura a partir de su estructura sobre la que la gente se organiza.

La etnografía interpretativa estudia las conductas humanas y a través de análisis e inferencias pretende sacar a la luz significados implícitos u ocultos de las conductas dentro de su contexto cultural.

Desde otro punto de vista, la etnografía crítica estudia la cultura, sin embargo, considera la inevitable influencia del investigador a través de sus análisis e interpretaciones.

Etnografía de la comunicación. Se interesa por los procesos de interacción para poder identificar procesos de organización social, así como patrones culturales.

El diseño etnográfico se va construyendo y reformulando a lo largo del mismo proceso de investigación por lo que es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- 1°. Dejar las preconcepciones o estereotipos y descubrir lo que sucede en el ámbito de estudio tal y como los participantes lo ven y lo construyen.
- 2°. Convertir en extraño lo que es familiar, darse cuenta de que tanto el investigador como los participantes dan muchas cosas por supuestas, de que eso que parece

común, es sin embargo extraordinario, y cuestionarse porque existe o se lleva a cabo de esa forma, o porque no de otra manera.

- 3°. Asumir que para comprender por qué las cosas ocurren así, se deben observar las relaciones existentes entre el ámbito y su contexto considerándolo como un todo.
- 4°. Utilizar el conocimiento que uno tenga de la teoría social para guiar e informar las propias observaciones (Wolcott, citado en Velasco, et. al 1999, p. 97).

Esto resultó de suma utilidad para la presente investigación puesto que se tuvo que reorientar el abordaje en campo de la misma derivada de la pandemia de Covid-19 la cual repercutió en la investigación al provocar la paralización de las actividades turísticas por un periodo de varios meses, así como la posterior reactivación parcial de la misma; motivo por el cual se hizo necesario el optimizar la estancia en campo para disminuir el riesgo a la salud así como el hacer uso de la tecnología para acceder a algunos informantes siendo necesario el ajustar el tipo de muestra y la forma de seleccionar a los informantes.

Según Aguirre (1995), el proceso etnográfico corresponde al trabajo de campo realizado mediante la observación a lo largo de un tiempo suficiente. Este proceso comprende de forma sustancial los siguientes pasos:

1. Delimitación de la zona objeto de estudio.

Elección de una comunidad delimitada y observable.

Redacción de un proyecto definido: objeto, lugar, tiempo, etc.

Redacción de un presupuesto y búsqueda de financiación.

Aprobación del proyecto.

2. Preparación y documentación.

Documentación bibliográfica y de archivo.

Fuentes orales.

Preparación física y mental.

3. Investigación

Llegada.

Informantes.

Registro de datos.

Observación participante.

4. Conclusión

Elaboración de la ruptura.

Abandono del campo.

Por su parte Rosana Guber (2001) Resalta que el investigador deberá tener como punto de inicio una temática predeterminada hasta que esta sea vinculada o cambiada por otra más significativa, lo que permite tener apertura a temas aparentemente inconexos.

Siguiendo con esta autora, analiza a la etnografía desde tres perspectivas, las cuales se muestran en la siguiente tabla:

Enfoque	Método	Texto
Concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros denominados como: "actores", "agentes" o "sujetos sociales". según Walter Runciman (1983), al elemento distintivo de las Ciencias Sociales es la descripción contando con tres niveles de comprensión: <ol style="list-style-type: none">1. nivel primario o "reporte" es lo que se informa que ha ocurrido (el "qué").2. La "explicación" o comprensión	Es un método abierto. Garantiza una universalidad más genuina de los conceptos sociológicos. "Es posible formular una idea de humanidad construida por las diferencias" (Peirano 1995:15) La flexibilidad del trabajo de campo etnográfico permite tener en cuenta lo imprevisible, lo que "no tiene sentido" La ambigüedad de sus propuestas metodológicas sirve para dar lugar al desconocimiento preliminar del investigador acerca de	"La necesidad de los etnógrafos de basar su discurso -oral, escrito, teórico y empírico- en una instancia empírica específica repleta de rupturas y tropiezos, <i>gaffes</i> y contratiempos, lo que los antropólogos han bautizado incidentes reveladores" (Guber 2001, p 7). Describir puntualmente el comportamiento de una cultura como resultado del trabajo de campo. O bien buscar el representar, interpretar o traducir una cultura o determinados aspectos de una cultura para

<p>secundaria alude a sus causas (el "por qué").</p> <p>3. La "descripción" o comprensión terciaria se ocupa de lo que ocurrió para sus agentes (el "cómo es" para ellos).</p> <p>Aquí el investigador debe, aprehender los paradigmas y estructuras con que la gente actúa y hace comprensible su conducta y la de otros.</p> <p>La etnografía no pretende reproducir paradigmas establecidos, sino establecer vínculos entre la teoría y la investigación favoreciendo nuevos descubrimientos que permitan la sustitución y adaptación progresiva de conceptos por otros más adecuados, abarcativos y universales.</p>	<p>cómo conocer a quienes, por principio (metodológico), no conoce.</p> <p>El instrumento es el mismo investigador con sus atributos socioculturales.</p> <p>Uso, técnicas no directivas fundamentalmente como la observación y las entrevistas no dirigidas.</p> <p>La distinción entre "técnicas" e "instrumentos" es más analítica que real.</p> <p>El método etnográfico de campo comprendido, como "instancia empírica", un ámbito de donde se obtiene información y los procedimientos para obtenerla.</p> <p>El trabajo de campo etnográfico se caracteriza por su falta de sistematicidad</p>	<p>lectores que no están familiarizados con ella.</p> <p>(Van Maanen 1995, p14), en cualquier caso, se debe establecer l relación entre teoría y campo.</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en Guber (2001)

Es así como la etnografía al priorizar a los sujetos de estudio, sus expresiones socioculturales y significados convierte al investigador en “un sujeto cognoscente que deberá recorrer el arduo camino del des-conocimiento al re-conocimiento” (Guber 2001, p 7).

Un estudio etnográfico refiere necesariamente al estudio de la cultura, la cual se entiende como la abstracción teórica, que se construye a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto, el conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los patrones específicos de comportamiento de sus miembros por lo que es

preciso llevar a cabo, una observación directa que permita la recogida de minuciosos registros y la realización de entrevistas, revisión de materiales y registros de audio y vídeo.

Un análisis etnográfico conduce a la construcción de nuevas relaciones (cómo se da el proceso de apropiación). Comprende el proceso de construcción del objeto de estudio y permite el uso de ese material para encontrar mejores construcciones dicho objeto de estudio.

De esta manera un estudio etnográfico brinda la oportunidad del manejo de datos obtenidos desde la comunidad misma de estudio para obtener no sólo una interpretación de hechos, sino que también nos permite adentrarnos en la posibilidad de determinar una nueva perspectiva sobre la cual mirarla.

Atendiendo al objetivo general de la investigación que es el de, analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sean incorporadas como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco, se ha de realizar un proceso de investigación en el que se pueda conocer, analizar e interpretar al objeto de estudio, dicho proceso se dividió en tres grandes fases:

La primera fase de carácter exploratorio correspondió al acopio de información relativa al objeto de estudio para lo cual se realizó de la siguiente manera:

Se procedió a una primera exploración en las bases de datos: ELSEVIER; Science Direct, Redalyc, Scielo, Research Gate, Google Académico, SAGE aplicándose un filtro temporal del año 2009 al 2019 aunque se consideraron algunas publicaciones de fechas anteriores por considerárseles relevantes para el tema.

Si se considera que únicamente en la base de datos Science Direct arroja un total de 905 publicaciones en el periodo de tiempo estipulado relacionadas con turismo gastronómico se hizo necesario clasificar el material conforme a criterios básicos y flexibles que se ajustaran a las necesidades del tema de investigación como por ejemplo que el documento hiciera referencia a más de dos palabras clave; siendo este un primer intento por distinguir los ejes temáticos con el propósito de esbozar un panorama general del tema. Posteriormente, se

procedió a la descripción y análisis de las publicaciones revisadas que ayudaron a dar claridad sobre el estado de la investigación en la materia.

De igual forma se realizó una revisión sobre lo investigado en el municipio de Malinalco y en particular la cabecera municipal como una forma de reconocer y conocer el espacio donde se circunscribe la investigación.

La sistematización de la información así recabada se hizo mediante el uso de fichas de trabajo y libreta de notas, así como las herramientas digitales de Microsoft Word para el análisis, clasificación e interpretación de la información.

Esta fase permite en primer lugar acercarse teóricamente al objeto de estudio y dar sustento al mismo, así como adentrarse en las particularidades de la investigación.

Un segundo momento correspondiente al trabajo de campo donde con la exploración directa del corredor turístico las truchas y del centro de Malinalco se pudieron registrar en la libreta de campo apoyado en la guía de observación los acontecimientos diarios que aportaron elementos descriptivos acerca del medio y contexto actual del lugar, así como tener una primera descripción de la oferta de la trucha en las zonas objeto de estudio.

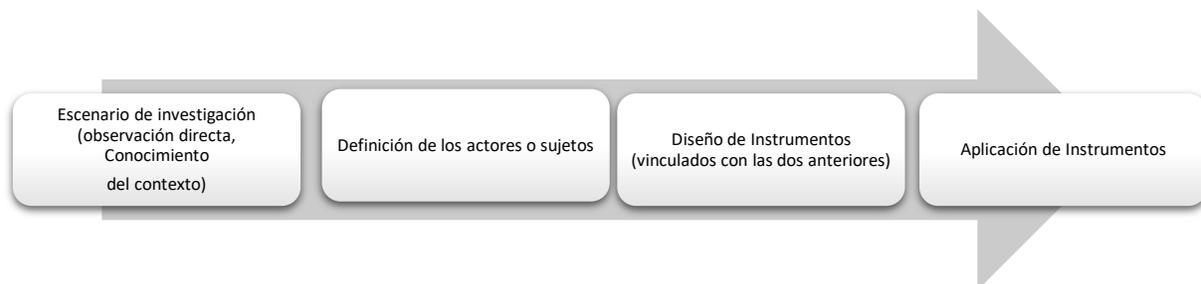
De igual forma en este punto de la investigación se definieron los informantes clave entre los oferentes de la trucha y la población aplicándoles entrevistas de tipo semiestructurada, con la finalidad de recabar información de primera mano sobre el desarrollo y apropiación de la trucha como oferta turística gastronómica.

En cuanto a la selección de los informantes y derivado de las condiciones que impuso la pandemia de Covid-19 se tuvo que realizar mediante muestreo casual o fácil de estudiar, el cual es un muestreo no probabilístico y consiste en investigar a cualquier grupo de personas de fácil acceso (Münch y Ángeles, 1990).

También se utilizó el muestreo por conveniencia: en este tipo de muestreo se aplican los instrumentos acordes a la disponibilidad y acceso a los actores del objeto de estudio

(Hernández Sampieri, 2014 p. 423); este tipo de muestreo permitió entrevistar de forma remota a algunos actores relacionados con la oferta de la trucha.

Para esta fase se siguió de forma general el proceso que se muestra a continuación.



Fuente: elaboración propia.

Los instrumentos antes mencionados fueron aplicados de acuerdo con el siguiente proceso:

1. Detección de las fuentes de información (sujetos) y de acceso (espacios, tiempos).
2. Preparar los instrumentos (guías y estrategias de aplicación).
3. Aplicación a los diferentes actores.

Es así que el método etnográfico permitió conocer, comprender e interpretar el objeto de estudio de la presente investigación resultando en el conocimiento de los significados de la apropiación de un alimento no local, motivo por el cual se requirió de todo un proceso de observación para “documentar lo no documentado” (Rockwell, 1987); es decir, lo familiar, lo cotidiano, lo oculto, lo inconsciente, haciendo uso de guion (es) de entrevista, video cámara, cámara fotográfica cámara web, grabadora de voz (en caso de no poderse video grabar) y cuaderno de notas.

En la tercera fase se llevaron a cabo una sistematización de la información recabada en campo, así como el análisis e interpretación de la misma.

Dado el planteamiento de la investigación no está demás resaltar que ésta fue una investigación flexible y abierta para atender a lo inesperado y recolectar la información necesaria sin perjuicio a la validez de esta.

La presente investigación resulto un reto metodológico pues se tenía un diseño el cual se tuvo que reajustar derivado de la pandemia Covid-19 que ocasionó retraso en la obtención de la información por tratarse de oferentes de la trucha que tuvieron que cerrar sus locales, se realizaron una serie de entrevistas en línea con maestros del CECYTEM y oferentes de la trucha. De forma presencial se entrevistó a meseros o responsables de restaurantes del centro de Malinalco y del Corredor Gastronómico de la Trucha, a guías de turistas y población en general.

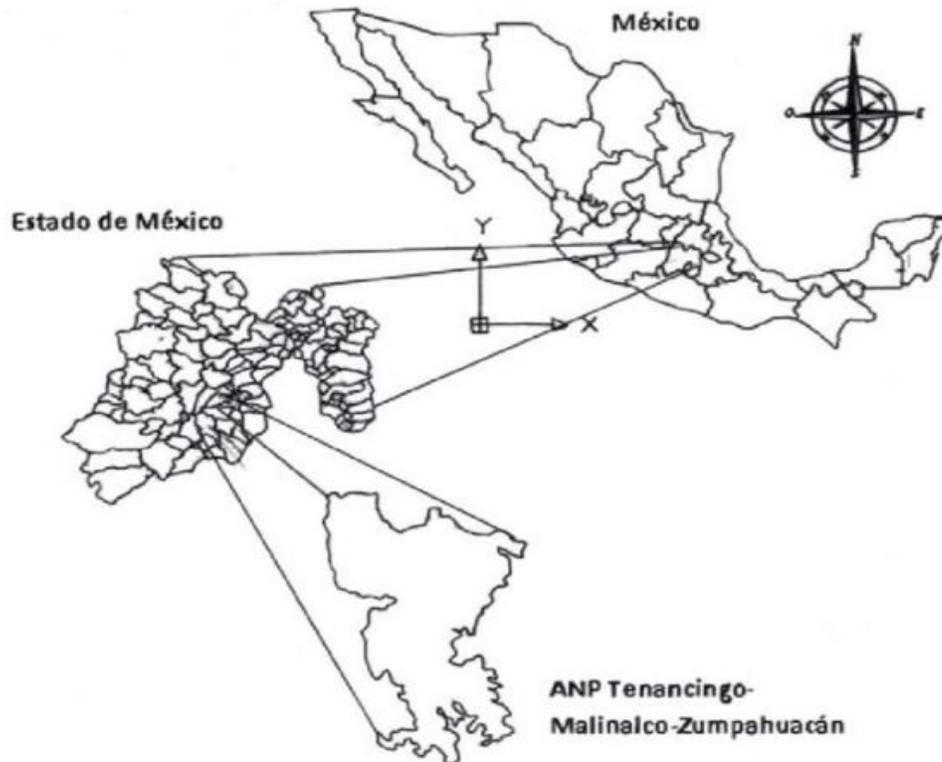
Lo anterior permitió obtener información de primera mano sobre la idea que tienen los diferentes grupos de interés acerca de la trucha como oferta gastronómica, su historia y nivel de aceptación.

CAPÍTULO 3

CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

3.1 Generalidades de Malinalco.

El presente estudio se enfoca en el análisis del caso de las truchas en la cabecera municipal de Malinalco, Estado de México. El nombre de este municipio proviene de: Malinalli: planta gramínea llamada "zacate del carbonero", xóchitl: "flor" en co: "en" Es decir: Donde se adora a Malinalxóchitl, la flor del malinalli.



Fuente: López Patiño et al., 2012

El municipio de Malinalco se localiza al sur de la porción occidental del Estado de México a 70 Km. de la ciudad de Toluca, entre los paralelos de $18^{\circ}45'16.13''$ y máxima de $19^{\circ}01'57.42''$; y longitud mínima de $99^{\circ}33'14.44''$ y máxima de $99^{\circ}25'44.37''$; su altitud

promedio es de 1,770 msnm y una extensión de 204.95 kilómetros cuadrados. Colindando al norte, con los municipios de Tenancingo, Joquicingo y Ocuilan, al sur, con los municipios de Zumpahuacán y el Estado de Morelos, al oriente, con el municipio de Ocuilan, Méx. y el Estado de Morelos y al poniente, con el municipio de Tenancingo y Zumpahuacán (Cabañas, 2019, p. 72, 74, 246).

El clima predominante en el municipio es semicálido subhúmedo con lluvias en verano, con una temperatura media anual de 20°C, la máxima es de 34.8° C y la mínima en las partes más altas del municipio, la precipitación pluvial es de 1,177 mm. Debido a estas características climáticas el municipio cuenta con una gran cantidad de especies vivas (plantas y animales).

En lo que respecta a la hidrografía, esta está representada por el río de Chalma, llamado también río Ocuilan, y por el Tlaxipehualco hasta Amacuzac. Otro río, es el Colapa, que recorre de oeste a suroeste y que es afluente del río Chalma, con el cual se une en el punto llamado Las Juntas; el del Molino, que corre de norte a sur.

Los manantiales: San Miguel, el cual provee de agua potable a la cabecera, Ateopa, Cuatzonco, el Arco, el Guayabo, el Manguito y otros más. Los ríos de cauce temporal que se originan en la temporada de lluvias, estos ríos se localizan en las siguientes barrancas: la del Tlacomolac, la de Tepolica, los Cuatecotomates, por donde fluye el río Puerco; la de la Guancha y el río del Puente Quebrado. Las presas son inexistentes y sólo puede mencionarse la laguna de Acomolgo.

Como se puede intuir, estas condiciones físicas y geográficas, en específico la disponibilidad de acuíferos suficientes, fueron de gran importancia y relevancia para el establecimiento del primer criadero de truchas que dio origen a la actividad turístico-gastronómica entorno a este pez; sin embargo, también ha causado un acelerado fenómeno de desabasto del recurso hídrico, que ya ha comenzado a manifestarse entre la población originaria y en áreas circundantes.

En nuestros días la crianza de truchas se ha convertido en una actividad económica relevante para Malinalco. De acuerdo con el IGECEM (2013), de las 9 044 personas que realizan una

actividad económica en el 2010, a la agricultura, ganadería, caza y pesca se dedicaban 2 833, a la Industrial 1 844, a los Servicios 4 317 y no especificados 50; estos datos nos muestran que las actividades primarias aún son significativas en el desarrollo del municipio, estas apoyadas de forma primordial en la actividad piscícola.

Otro dato de destacada relevancia es el correspondiente al sector terciario, el cual cuenta con la mayor participación de la población económicamente activa. En este sector se encuentra ubicado el turismo. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal de Malinalco 2019 – 2021 el Municipio, cuenta con gran diversidad tanto histórico-cultural como natural, lo que le ha valido la denominación desde el año 2010 de Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo consolidando así su actual actividad turística.

Destacando como sus principales atractivos turísticos se encuentran: la Zona Arqueológica llamada localmente “el cerro de los ídolos”, el exconvento e iglesia del Divino Salvador; las Capillas de Barrio, la hacienda de Jalmolonga, y la iglesia de San Miguel en Chalma (a 11km del centro de Malinalco)., Pinturas Rupestres “Los Diablitos”, Museo Universitario Luis Mario Schneider, Casa de Cultura Malinalxochitl, el Corredor Gastronómico “Las Truchas” y un importante Club de Golf de talla internacional.

La actividad turística en Malinalco ha tenido un gran desarrollo a lo largo de tiempo, siendo así que Escobedo, Osorio y Cortes (2014), delimitan tres momentos clave:

- 1°. En los años ochenta con el mejoramiento de los accesos a la zona arqueológica y creación de una granja piscícola de trucha, siendo estos los principales atractivos del destino.
- 2°. Tiene que ver con el auge del denominado turismo residencial y la creación del Club de Golf Malinalco, así como la ampliación de la infraestructura carretera entre Toluca y el Distrito Federal todo esto en la década de los noventas.
- 3°. En el 2010 es nombrado Malinalco como Pueblo Mágico lo que trae como consecuencia el fortalecimiento de la infraestructura, el equipamiento, la imagen urbana y el producto turístico.

3.2 Gastronomía de Malinalco

Como ya se mencionó en el apartado anterior, Malinalco tiene una gran riqueza tanto cultural como natural razón por la cual los primeros pobladores eligieron este lugar para su establecimiento. Más adelante, la matrícula de tributos al imperio mexica hacía buena cuenta de las aportaciones malinalcas a Tenochtitlán (y, más adelante, la exención tributaria de la localidad a la capital azteca fue de gran relevancia). Era de tanto aprecio este lugar por ser la sede de la hoy zona arqueológica del Cuauhtinchán y, además, el punto de origen de tantas y tan variadas mercancías, que su notoria importancia hacía que gozáramos de benevolencia y nuestro tributo fuera menor.

Gastronómicamente hablando, en nuestros días Malinalco de acuerdo con la página web del municipio (H. Ayuntamiento de Malinalco, s. f.) el municipio ofrece gran variedad de platillos de orden vegetal y animal. Dentro de los vegetales encontramos aguacates (aguacatl de la voz nahua), nopales, maíces de varias variedades, zapotes (zapotl), mameyes, guayabas, jitomate riñón (xitomatl), tomates de la milpa o miltomates, tomatillo silvestre cola de ratón, calabacines y chilacayotes, frijolitos locales (de no menos de 10 variedades), pepitas de calabaza consecuencia del cultivo de las diferentes variedades locales, cacahuates (cacahuatl) y sin faltar las muchas variedades de chiles.

Solo con lo anterior se puede hacer un muy buen menú prácticamente balanceado, al que podemos añadir los productos de origen animal como unos huevitos de codorniz, o de totol (huexolotl o gallos de papada como reseñarían los primeros españoles a esta ave desconocida por ellos.) También encontramos las garzas, gargetas, gallaretas y diversas aves migratorias, o una trucha de los criaderos actuales que han propiciado toda una zona de oferta gastronómica popular alrededor de esta crianza piscícola. Recordemos, no obstante, que no era tan común incluir las proteínas animales en la dieta prehispánica, como lo es hoy día. unas flores de zompantele guisadas con huevo en tortitas son una delicia de temporada.

Hoy día, los mismos productos y sobre todo frutos se muestran y ofertan en el mercado cada día en las mismas proporciones y estilo de venta que en el pasado prehispánico, que tanto

llamó la atención a Hernán Cortes, eventos que dejó reseñados en sus cartas de relación. Un recorrido por el mercado nos permite repetir los mismos ingredientes de entonces para una comida igual que ayer, un ayer que se traslada a un poco más de 515 años previos al momento del contacto entre ambas culturas.

Una visita al municipio nos ofrece una variedad de platillos como la iguana en caldillo, la rana y el ajolote en tamal, armadillo, conejo, jabalí y tlacuache; se preparan, también, barbacoas. Además, están los panes de rutina: aparejos, bisquets, bolillos, bombones, borrachos, cacomiztles, camarones, conchas y demás. No se puede dejar de lado el maíz milenario en la tortilla blanca de mano. Las nieves y las aguas frescas hechas de coco, guanabana, nanche, mamey, piña, tamarindo, tequila, zapote y café. En Malinalco se produce excelente mezcal en la zona sur, el pulque en el norte.”

A pesar de la gran variedad gastronómica que presenta el municipio, la presente investigación se enfoca en el análisis del caso de las truchas de Malinalco, como referente de un fenómeno de atracción turística que se desarrolla en el corredor que lleva el nombre de este pez.

3.3 La trucha en Malinalco

La trucha es una especie de pez que pertenece a la familia de los salmónidos; es originaria de las costas del Pacífico de América del Norte. Esta denominación de “trucha” se les da a tres géneros peces: *Salvelinus*, *Oncorhynchus* (especies del Pacífico) y *Salmo* (especies atlánticas).

La trucha es un producto acuático de orden alimentario que se reproduce de manera silvestre en aguas dulces, pero que también puede ser producida a través del cultivo. La trucha, debido a su fácil reproducción en cautiverio, es considerada como una especie tradicional en la acuicultura.

El cultivo de la trucha puede efectuarse a partir de tres tipos de sistemas de producción:

Extensivo. Consiste en la siembra o resiembra de un cuerpo de agua cuya alimentación se sustenta en la productividad natural del ambiente, pudiendo existir algún tipo de acondicionamiento.

Semintensivo. Cultivo en ambientes naturales o artificiales, se utiliza alimentación suplementaria además de alimentación natural, existe un mayor nivel de manejo y acondicionamiento del medio.

Intensivo. Es un sistema que utiliza tecnología avanzada y un mayor nivel de manejo y control que permite obtener elevados rendimientos por unidad de área, empleando además como alimentación principal dietas balanceadas.

En nuestro país la comercialización de la trucha para consumo humano destaca en el litoral del Pacífico, específicamente en el estado de Michoacán; en el litoral del Golfo y en el Caribe, los principales productores son Veracruz y Tamaulipas, y en entidades sin litoral los productores son Puebla, Hidalgo, Durango y principalmente el Estado de México con 2,177 toneladas, en este estado, la producción está enfocada a los mercados regionales, su mayor consumo se ha registrado en centros turísticos como Jilotzingo, la Marquesa, Valle de Bravo, Amanalco de Becerra y Malinalco.

En el caso de Malinalco el tipo de producción de trucha es de tipo semintensivo en estanques de corriente rápida, forma rústica en tierra, estanquería de concreto, con abastecimiento de agua que procede de un río o manantial cercano; ya que la trucha solo se puede desarrollar en agua limpia, oxigenada y corriente, se constituye de esta forma un indicador de la excelente calidad que posee el agua del municipio.

3.4 Corredor gastronómico las Truchas

Este es un sitio recreativo ubicado en el paraje conocido como el “Molino”, en el barrio de la Soledad, aunque es de llamar la atención que las vías de acceso presentan deterioro a pesar de ser este corredor una de las partes más visitada del municipio. (Cabañas, 2019, p 242).

En 1976 los primeros comerciantes, así como la granja de Truchas dan vida a la actividad comercial en la zona (González, et al., 2018, p.217). Actualmente la crianza de trucha en el municipio ha logrado destacarse a nivel nacional, ya que se producen 130 toneladas anualmente, todo ello a través de un proceso complejo que requiere de un máximo cuidado, que va desde el cuidado de los huevos por lotes, hasta la atención para la alimentación por parte de piscicultores especialistas cuya labor es mantener la población de los peces sana.

Para la crianza de la trucha se requiere de abundante agua corriente de los manantiales localizados en la parte sur de la cabecera, que además de limpia debe permanecer a una temperatura estable. Cabe destacar que a pesar de que el municipio se ha dedicado a la crianza, se poya de otros criaderos (principalmente de Amanalco de Becerra), además de recibir una gran cantidad de crías de importación de Estados Unidos.

Hoy en día, en el corredor las truchas existen 74 establecimientos que se dedican a la venta de alimentos (truchas) y bebidas, comercio de ropa, frutas, estacionamientos, sanitarios, así como vendedores ambulantes autorizados por el comité regulador del corredor, balnearios, viveros de plantas y áreas verdes, además de un campamento tortuguero “Xanat” que es un santuario para la salvaguarda de la tortuga casquito, especie endémica y en peligro de extinción. (“Las Truchas – Malinalco 2019-2021,” 2019. párr. 1 y 2), (González, Quiñones et al., 2018, p. 218)

“El Corredor Turístico “Las Truchas”, está integrado por pequeños comercios de alimentos y bebidas, vendedores ambulantes, el criadero de truchas y algunos balnearios, todas ellas pequeñas y medianas empresas de “estilo de vida” ya que son administradas por propios habitantes del municipio (Sanchis, 2010), y son formadas a partir de redes informales, es decir, apoyo de amigos, familiares, e incluso contactos comerciales del mismo sitio (Birley, 1985).

Dentro del corredor las principales actividades que se llevan a cabo son: la crianza de la trucha para venta a los visitantes, la pesca deportiva de trucha, la oferta de servicios de alimentos y bebidas e incluso otras actividades que se han

implementado por parte de los mismos pobladores”(González, Quiñones, Palmas, Castrejón, Vargas, Martínez, & Serrano, Barquin, 2018, p. 207).

Cabe señalar que derivado de la pandemia de Covid -19 los restaurantes y locales que ofertan la trucha se mantuvieron cerrados y ya cuando empezaron a abrir algunos de ellos ya no pudieron hacerlo y los que sí abrieron presentaron un alto grado de desocupación de este aspecto abundare en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 4

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Lo expuesto a continuación en conjunto con el artículo enviado a la revista “Región y sociedad” que se encuentra en dictamen, forma parte de los hallazgos y la aportación del estudio a la investigación turística.

Hablar de apropiación desde la perspectiva de la teoría del Control Cultural en el Proceso de estudios étnicos implica realizar un análisis de la historia de la oferta de la trucha y cómo se fue posicionando hasta llegar a ser un distintivo de este lugar.

Como podrá constatarse en los siguientes párrafos el proceso de apropiación no es algo que se dio de forma organizada en sus inicios.

Considerando como recursos culturales a todos los elementos de una cultura que se ponen en juego para definir un propósito social y alcanzarlo, en el caso de las truchas de Malinalco éste propósito social inicialmente fue la generación de ingresos de un solo empresario quien construyó el primer criadero de truchas el cual detonó la instalación de lugares que ofertan este pez y que hoy en día es un corredor gastronómico que incluye locales con alberca y/o área de para acampar; dicho corredor hoy en día es un atractivo turístico distintivo de Malinalco.

Otro elemento corresponde a las decisiones que se toman sobre los recursos culturales, las cuales, en relación con la introducción de la trucha, se tomaban desarticuladamente pues cada quien se organizaba como podía, con el paso del tiempo y debido al auge de este producto en la economía, se organizaron en un patronato para dar orden al corredor gastronómico por lo que hoy las decisiones son tomadas por la comunidad (dueños del criadero, prestadores de servicios del corredor turístico y del patronato) así como las autoridades (Nivón, 2019).

Un tercer elemento son las concreciones de los modos específicos de apropiarse el mundo, habilitarlo y ejercerlo. Estas concreciones para los oferentes es que a partir del nombramiento de Pueblo Mágico han tenido que ponerse de acuerdo para brindar una imagen al turista más armónica, cuidar la higiene de los lugares (aún falta fortalecerla), así como tomar aquellas decisiones que les permita seguir ofertando la trucha al turista pues aparte de ser la fuente de

empleo de las familias que tienen su local en el corredor, o que están en los restaurantes del centro, en ambos casos reconocen que la trucha es un alimento que el turista busca como parte de su experiencia al visitar Malinalco.

En el caso de los pobladores les queda claro que la trucha ha sido un eje rector del desarrollo turístico de Malinalco, aunque es sabido por todos que no es un pez nativo; no obstante, ellos si son cuestionados sobre qué comer en este lugar invariablemente lo refieren a la trucha ya sea en un restaurant o en el corredor gastronómico.

A manera de comprobación de lo antes expuesto a los turistas y visitantes que se encontraban en Malinalco al cuestionarles referían o bien que iban a comer trucha o que en otras visitas lo han hecho y que cuando alguien les pregunta al respecto ellos recomienda como parte de la experiencia en Malinalco comer trucha y las nieves.

Así por último la apropiación se constituye en una forma de expresar identidad Favila, et al indican que “la cultura culinaria no sólo es la recolección de recetas, sino también la apropiación de las mismas como parte de un pueblo. Es la identidad expresada en simbolismos, en utensilios, en técnicas creadas y que guarda una profunda relación con la historia de un lugar” (. 2014, p 8)

Este proceso de una u otra forma se encuentra presente en los datos recabados durante el trabajo de campo tanto presencial realizado en los meses de noviembre 2020 (2 visitas) y enero 2021 (2 Visitas) como las entrevistas realizadas virtualmente.

Desde que uno se acerca por la carretera a Malinalco es posible irse adentrando a su gastronomía que es el resultado de la fusión de lo indígena, lo colonial y lo moderno.

Las preparaciones, entornos de degustación y significados refuerzan la identidad de un pueblo que se ve enriquecido con “nuevos platillos”, y uno de los más representativos que se puede degustar en restaurantes ya sean de alta cocina o en pequeñas fondas son las truchas, las cuales hace aproximadamente 30 años se producen en el Criadero de Truchas el Molino.

Durante los recorridos efectuados por el centro de Malinalco y por el Corredor Gastronómico de la Trucha es evidente la importancia de la oferta de este pez pues a simple vista resalta al

recorrer el primer cuadro del pueblo cómo los restaurantes ofrecen diversas preparaciones de trucha (empapelada, al mojo de ajo, frita, a la mexicana, etc.).



Algunos restaurantes del centro de Malinalco.

En cuanto al corredor se refiere se pudo constatar la preeminencia de la cual goza la oferta de este pez pues, no en vano este lleva el nombre de Corredor Gastronómico de la Trucha, no obstante, al igual que en el centro de Malinalco se observa derivado de la pandemia una falta de comensales en los locales y cierre de algunos, resaltando que el criadero de truchas se encuentra operando exclusivamente con venta de trucha al público.



gastronómica desde siempre, esta visión atañe precisamente a la edad de dichos entrevistados.

Para los entrevistados el mayor auge de la trucha coincide con la denominación de pueblo mágico, y, a pesar de ser de origen externo la trucha se consolidó como un motor y complemento de la actividad turística ya que la gente pide la trucha como parte de su visita a Malinalco e inclusive es lo único que consume en el lugar pues por la ubicación del Corredor Gastronómico comen en este y continúan su camino o bien en el caso del centro visitan otros atractivos y comen en alguno de los restaurantes privilegiando el consumo de la trucha.

Un punto por destacar es que los oferentes de la trucha desconocen una receta distintiva que sea coincidente con la receta o la preparación que se oferta en diversas páginas de turismo que implica el uso de hoja santa y de plátano. En las entrevistas solo un local del corredor gastronómico lo prepara bajo pedido y otro tiene su propia trucha Malinalco siendo la más aceptada como tradicional la trucha empapelada con chile manzano, cebolla y epazote.

Es importante señalar que, tanto para los pobladores como los oferentes, la trucha es un alimento para el turista, pues esta no está incluida en su dieta cotidiana por su elevado precio y si llegan a consumirla es en ocasiones especiales (visitas de familiares o alguna fiesta en particular).

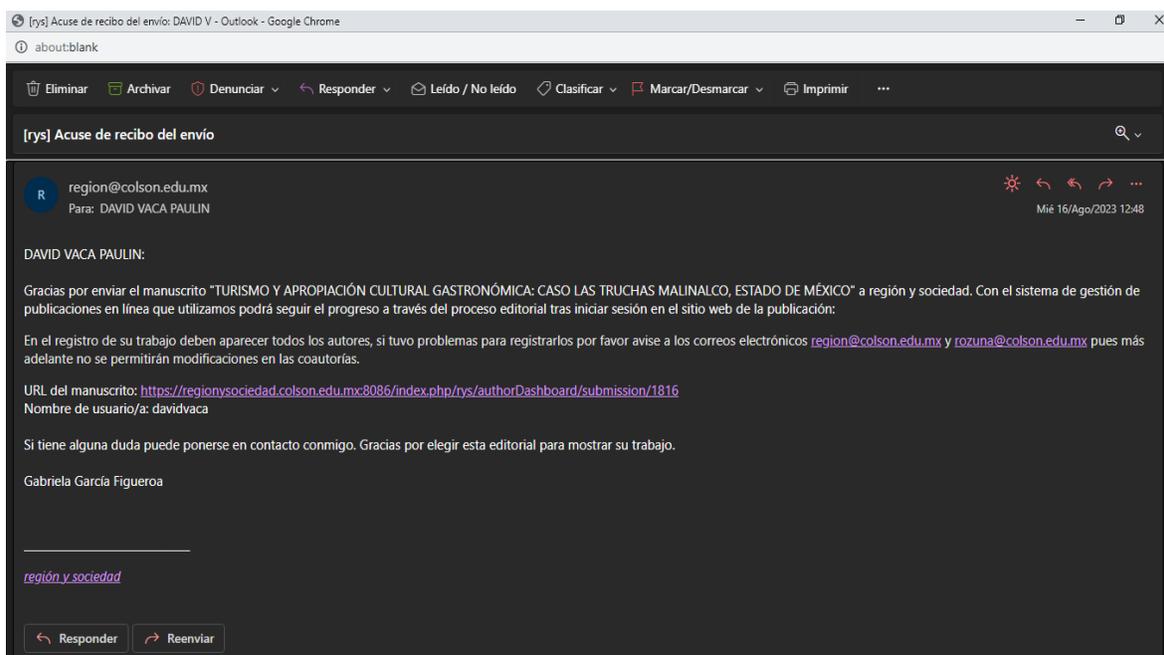
Con lo expuesto hasta el momento se puede constatar cómo la gastronomía y en específico la trucha para el caso de Malinalco se constituye en un elemento clave y de construcción social puesto que brinda elementos de identidad al destino al ser percibida como un elemento de reconocimiento de este destino turístico llegando a ser vista como un aspecto representativo de Malinalco que se oferta al visitante para su consumo y que a su vez el visitante solicita como parte de su experiencia al visitar Malinalco.

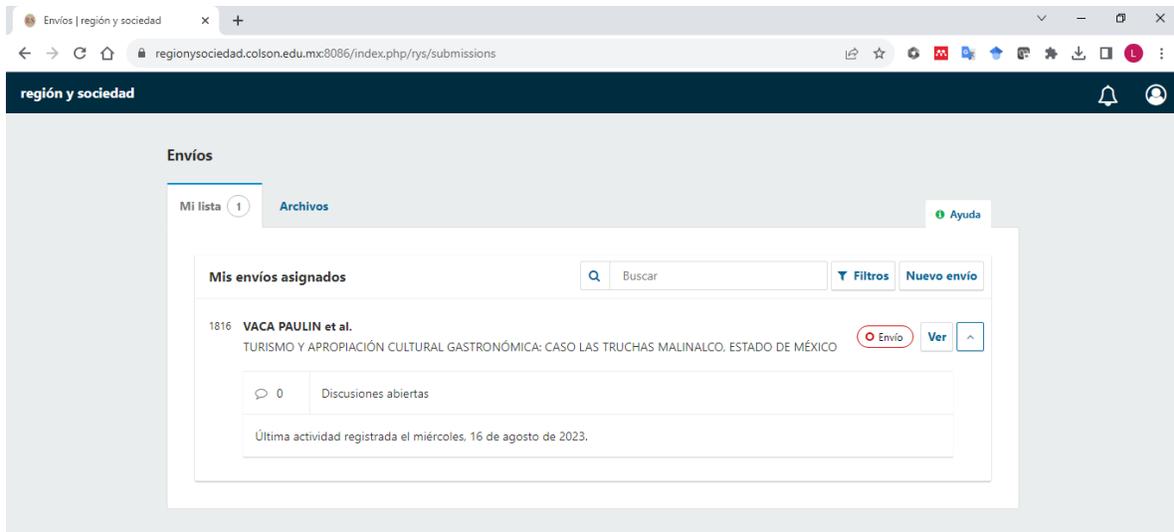
Cabe señalar que ante la coyuntura que generó la pandemia de Covid- 19 la cual ocasiono el cierre en un principio temporal (que para algunas de las alrededor de 60 familias fue definitivo) de los establecimientos de alimentos y bebidas los oferentes de trucha refieren que antes de ésta recibían en los locales pequeños (hoy solo encuentra 4 locales abiertos

entre semana) hasta 10 personas diarias incrementando el número los fines de semana y el día miércoles de mercado pero hoy en día no pasan de las 5 personas en fin de semana. Este panorama se ve recrudescido por la falta de apoyo gubernamental pues a decir de los locatarios solo les apoyaron cuando buscaban la inclusión en el programa de Pueblos Mágicos, pero ahora en la pandemia el gobierno municipal no ha tenido ningún acercamiento a pesar que en redes sociales y páginas de turismo tanto oficiales con no oficiales se oferta como una parte medular del destino a la trucha.

Análisis

El análisis de los resultados, forma parte del artículo “Turismo y Apropiación Cultural Gastronómica: Caso Las Truchas Malinalco, Estado De México” el cual se encuentra en dictamen por la revista Región y Sociedad.





TURISMO Y APROPIACIÓN CULTURAL GASTRONÓMICA: CASO LAS TRUCHAS MALINALCO, ESTADO DE MÉXICO

TOURISM AND GASTRONOMIC CULTURAL APPROPRIATION: THE CASE OF LAS TRUCHAS MALINALCO, STATE OF MEXICO

Resumen

Esta investigación se centra en relacionar y definir los parámetros históricos y sociales que han propiciado el proceso de apropiación de la trucha como producto gastronómico no local para hacerlo parte del patrimonio turístico identitario de Malinalco. El objetivo fue determinar de una forma concisa el proceso de apropiación cultural, para ello se siguieron procesos metodológicos de evaluación etnográfica en busca de la relación entre la comunidad, el gremio empresarial local y la demanda turística con el fin de conocer el beneficio mutuo de adoptar a la trucha como producto identitario de la oferta turística. Parte de la información, además de surgir de entrevistas directas, pudo recabarse gracias a las

nuevas plataformas digitales, como redes sociales y portales informativos. Los resultados demuestran que la trucha de Malinalco, a pesar de ser un producto gastronómico no local, ha logrado posicionarse como parte de la oferta turística identitaria del municipio, fruto de una cultura de consumo que ha determinado los procesos “apropiación cultural” y que al mismo tiempo ha permitido a los locatarios comerciales crear sus propias técnicas de producción y consumo de truchas, convirtiéndolas hoy en producto tradicional de consumo de los turistas y visitantes del lugar.

PALABRAS CLAVE: Apropiación, producto gastronómico, truchas, Malinalco

Abstract

This research focuses on relating and defining the historical and social parameters that have favoured the process of appropriation of trout as a non-local gastronomic product in order to make it part of Malinalco's tourist heritage. The objective was to determine in a concise way the process of cultural appropriation, for which methodological processes of ethnographic evaluation were followed in search of the relationship between the community, the local business association and the tourist demand in order to know the mutual benefit of adopting the trout as an identity product of the tourist offer. In addition to direct interviews, some of the information was gathered through new digital platforms, such as social networks and information portals. The results show that the trout of Malinalco, despite being a non-local gastronomic product, has managed to position itself as part of the identity tourism offer of the municipality, the result of a culture of consumption that has determined the processes of "cultural appropriation" and that at the same time has allowed commercial vendors to create

their own techniques of production and consumption of trout, making it today a traditional product for consumption by tourists and visitors to the place.

KEY WORDS: Appropriation, gastronomic product, trout, Malinalco

Conclusiones

El identificar los factores que han influido en la apropiación de la trucha, como producto alimenticio no local, para que dicho platillo se convierta en un distintivo turístico-gastronómico de Malinalco ha demostrado la importancia que conlleva la apropiación de un elemento gastronómico no local para un destino turístico donde dicho elemento se ha consolidado como un factor identitario reconociendo a la identidad como el conjunto de elementos culturales, psicológicos y simbólicos establecidos por los individuos de una sociedad que les otorgan un sentido de pertenencia a ella. En la cultura culinaria se consideran a las reglas y las maneras para elegir, preparar y consumir los alimentos como acciones simbólicas, que poco a poco se transforman en costumbres alimenticias de identidad.

Para el caso de las truchas de Malinalco el destino sustenta su oferta gastronómica en la trucha como un elemento apropiado que da identidad a este lugar a pesar de no ser un alimento endémico; aunque el contexto, es la clave para repensar las acusaciones de apropiación.

La apropiación cultural, es entendida como una práctica en la que una mayoría étnica toma elementos externos para su propio beneficio, sin reconocer la importancia que tiene dentro de su historia. En lo que refiere a este estudio, los factores implicados alrededor de la trucha están cargados de sentido, y a través del tiempo, han adquirido un valor significativo.

Los factores de apropiación a los que se hace referencia, y que son resultado de esta investigación, se han desarrollado de la siguiente manera: en un inicio, el propósito de la crianza y venta de truchas en Malinalco fue la generación de ingresos de un solo empresario, y después se extendió a otros pobladores que encontraron en esta actividad un modo de vida, hoy en día se pueden encontrar varios lugares que ofertan este pez, entre ellos algunos

restaurantes en el centro del municipio, así como un corredor turístico-gastronómico que genera grandes corrientes de visitantes durante todo el año.

En este proceso de apropiación de la trucha se han puesto en juego los elementos de la teoría de Control Cultural, los cuales implican que, una cultura ha tenido que centrar su mirada en un propósito social y las formas de alcanzarlo, así como la toma de decisiones sobre el recurso implicado, y las concreciones de los modos específicos de apropiarse del recurso, vivirlo y ejercerlo.

De algún modo con la apropiación de la trucha, la oferta turística en Malinalco ha crecido, ha logrado apoyar el desarrollo económico del municipio y ha convertido a este producto en parte de sus atracciones que dan un plus gastronómico a sus recorridos, y, por último, ha llegado a convertirse en un atractivo identitario que implica visitar este lugar.

De esta manera se reconocen las características de Malinalco por medio del gusto, los sabores de un elemento (la trucha) que gracias a su uso turístico y social cuenta con una historia digna de ser contada. Como indica Llano, F. A. “El vaciamiento del contenido cultural e histórico de los productos culturales que suelen conformar las cocinas regionales y populares como los ingredientes básicos de un plato, los aliños que se utilizan y los procesos de preparación sucumben frente a las leyes del mercado que a su vez están mediadas por la demanda realizada y por las modas fortificadas” (2013, P20).

A esto no escapa la trucha puesto que a pesar de que en una búsqueda rápida en internet existen recetas denominadas trucha Malinalco en la práctica se ha adaptado la preparación al gusto de los comensales y a ingredientes más accesibles sin que por esto deje de ser un motor turístico en este destino.

A pesar de lo anterior, la relación entre la actividad turística y las motivaciones asociadas al consumo de la trucha como alimento local, suele estar desvinculada de la cultura y la historia del municipio; sin embargo, "Si la gente no avanzara, no innovara o no creara y fusionara diferentes culturas, el paisaje culinario sería bastante aburrido"

De todo lo anterior se desprende que la identidad de un destino no es fija, se va construyendo mediante diversos elementos que inclusive pueden no ser parte de sus aspectos culturales tradicionales, puesto que existen distintas identidades explicables desde diversas perspectivas teóricas acordes a sus contextos y a la realidad empírica en la que se desarrollan.

Janet Long, dice que la cocina cultural que identifica un lugar se caracteriza por un conjunto de alimentos de uso frecuente, cuyas formas características de procesar los alimentos y la variedad de reglas que rigen qué comidas son aceptables con fines simbólicos, son sensoriales e influyen en la selección y las dimensiones simbólicas culturales

Tales conocimientos, a fin de establecer relaciones sociales, se impregnan en la mente de los individuos quienes transmitirán el saber culinario y lo enaltecerán asegurando su permanencia y prolongando su reconocimiento como factor de identidad; en otras palabras, la autenticidad, no es negra o blanca, sino un tono de gris en constante evolución.

Por otro lado, la identificación de la trucha con Malinalco, en la actualidad se encuentra basada en intereses económicos, culturales y políticos, apropiándose de un espacio y un elemento a través de los olores y sabores, empero, resaltan dos focos rojos, el primero la falta de apoyo gubernamental real, y el segundo, la introducción de alimentos tipo *fast food* que, a un menor costo y con sabor estandarizado, resultan más atractivos para algunos visitantes y más si van en familia.

Con todo lo anterior se cumple con el objetivo inicial de la investigación que fue analizar los factores que han permitido que la trucha siendo un producto no local sea incorporada como un atractivo gastronómico propio y distintivo de Malinalco y se comprueba el supuesto de Investigación que indica que un producto gastronómico no local puede ser apropiado por un destino como elemento diferenciador y distintivo de su oferta turística, cuando éste es ofertado de forma permanente través del tiempo, además de la especialización en su preparación, comercialización y difusión

En conclusión, en lo que se refiere a Malinalco, desde que la trucha, por medio de un proceso de apropiación, se ha ofertado de forma permanente como producto gastronómico en

Malinalco, se ha convertido en un elemento turístico diferenciador, que identifica al destino y que aumenta el número de visitantes.

En el ámbito de la identidad y el patrimonio, dejó abierta la pregunta a futuras investigaciones sobre si ¿es necesario un cambio de paradigma para integrar nuevos elementos gastronómicos al término patrimonio gastronómico y cocina tradicional propia de un lugar?.

Por último, es importante reconocer la importancia que tuvo la presente investigación pues representa un llamado a considerar dentro del patrimonio y de la identidad a elementos apropiados que aportan al desarrollo turístico del destino pues es bien sabido que en el actual devenir en la comprensión del turismo la apropiación aporta a las bases en la construcción de más y mejores estrategias que incidan en la constante transformación de la actividad turística que se vean reflejadas en el desarrollo del destino donde se presenta este fenómeno de apropiación.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. Á. (2007). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- Aguirre Baztán, Á. (1995). *Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural* Editores: Marcombo. España ISBN: 84-267-1031-X 360
- Álvarez, M. (2002). La cocina como patrimonio (in) tangible. *Temas de Patrimonio Cultural* 8, 11. Recuperado de: https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://www.academia.edu/download/45587401/cocina_la_como_patrimonio_tangible.pdf%23page%3D13&hl=es&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=6854994487706352508&ei=aK6-YIDFCtCH6rQPq_G8iAc&scisig=AAGBfm01YfK99HQyIC9PfEjC8Gw-cRIyKw
- Angrosino, M. (2012) *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Madrid. Editorial: Morata.
- Arias, A., Castillo, M., Panosso, A., y Mendoza, R. (2013). Las Visiones Antipositivistas de la Construcción del Conocimiento en Turismo. *Turismo e Sociedade*, 6(3). Doi:<http://dx.doi.org/10.5380/tes.v6i3.33146>
- Ateljevic, I., Pritchard, A. y Morgan, N. (Eds) (2007) *The Critical Turn In Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. *Tourism Management* 29 (In press 2008) 1038–1050. recuperado de: https://www.academia.edu/621427/The_Critical_Turn_In_Tourism_Studies_Innovative_Research_Methodologies?auto=download
- Bahls, A., Krause, R. y da Silva Añaña, E. (2019). Comprensión de los Conceptos de Culinaria y Gastronomía: una revisión y propuesta conceptual. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 312-330. recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6871851>

- Becerra Villegas, Jesús (2004). Apropiación, Cultura y Mediaciones. Quórum Académico, 1(1), recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1990/199030264010>
- Bernaldez Camiruaga, A. I. (2015). Gastronomía y Estudios Gastronómicos: una aproximación conceptual y epistemológica. (Tesis de maestría), Universidad Autónoma del Estado de México). recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/32680/1/Tesis%20Aldo%20Bernaldez.pdf>
- Blasco, T. y Otero, L. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista. En Nure Investigación, vol. 2 núm. 34, mayo-junio 2008. Recuperado de: <http://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/408/399>
- Blas-Yañez, S., Thomé-Ortiz, H., Espinoza Ortega, A., & Vizcarra Bordi, I. (2018). La construcción discursiva del patrimonio agroalimentario en las sociedades contemporáneas: aproximaciones conceptuales y debates teóricos. Revista mexicana de ciencias agrícolas, 9(2), 443-457. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v9n2/2007-0934-remexca-9-02-443.pdf>
- Blumer, H. (1982). El interaccionismo simbólico. Perspectiva y método. Barcelona: Hora (Edición original en inglés, 1969).
- Bonfil Batalla, G. (1988). La Teoría Del Control Cultural En El Estudio de Procesos Étnicos. Anuario Antropológico V. 86 p.13-53
- Bonfil, Guillermo (1991). La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, IV (12), 165-204. ISSN: 1405-2210. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316/31641209>
- Bonte, P. e Izard, M. (1997) Diccionario Akal de Etnología y Antropología. Madrid: Editorial Akal.

- Cabañas, R. (2019). Plan de Desarrollo Municipal de Malinalco 2019-2021. Recuperado de: <https://www.malinalco.gob.mx/wp-content/uploads/2019/04/0-PDM-Malinalco-version-1-original-.pdf>
- Cabrera, P. LF. (2011) Análisis Sobre los Fundamentos de la Epistemología del Turismo, en la Actual Sociedad del Conocimiento. Una Visión Desde la Teoría de los Paradigmas de Thomas Kuhn y la debilidad epistemológica del positivismo. RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir N°. 1, pp. 9-19. recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3658972>
- Castells, M. (2001). La era de la información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad., vol.2, Madrid: Editorial Alianza.
- Castillo R., C. (2011) La Conceptualización de los Segmentos Turísticos en Andalucía: Una Breve Aproximación. En Revista de investigación en turismo y desarrollo local TURyDES, Vol 4, N° 10, julio 2011. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/ccr.pdf>
- Cornejo Portugal, Inés, y Elizabeth Bellon Cárdenas. «Prácticas Culturales de Apropiación Simbólica en el Centro Comercial Santa Fe.» Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, (Universidad Autónoma del Estado de México) 8, n° 24 (enero-abril 2001): 67-86 Recuperado de: <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1784>
- Cuevas, M. C., Pérez M. y Pecero, E. (2018). Preservación de la Herencia Cultural a través del Turismo Gastronómico. En: Hitos de Ciencias Económico Administrativas, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Año 25, No. 71, enero-abril 2019. Recuperado de: <http://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/2520/1927>
- De Jesús Contreras, D., Ortiz, H. T. (2016). Entre el desarrollo económico y la apropiación cultural. Apuntes para el debate sobre la valorización de alimentos emblemáticos Between economic development and cultural appropriation. Notes for discussion on the valorization of emblematic food. Estudios Sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional, 25(47), 325-347. Recuperado

de:<http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/32565/ART-CIAD-REPOS-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De Jesús Contreras, Daniel & Thomé-Ortiz, Humberto & Espinoza-Ortega, Angélica & Bordi, Ivonne. (2017). TURISMO AGROALIMENTARIO Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. Estudios y Perspectivas en Turismo. 26. 549-567. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116003.pdf>

DENZIN, N. K. y Lincoln Y. S. (eds.) (2011) INTRODUCTION The Discipline and Practice of Qualitative Research. In The Sage Handbook of Qualitative Research, California, Sage Publications. Recuperado de: https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/40425_Chapter1.pdf

Endara, L. (1997). La identidad. En De la protesta a la propuesta. Memorias de los talleres de Antropología Aplicada 1996-1997. Quito, Universidad Politécnica Salesiana, pp. 168-170. .Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6204>

Espeitx, E. (2004). Patrimonio Alimentario y Turismo: una relación singular. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 2(2), 193-213 recuperado de: <http://mail.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>

Falcón, J. (1). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina.Redmarka. Revista De Marketing Aplicado,01(012), 35-67. <https://doi.org/10.17979/redma.2014.01.012.4816>

fÁlvarez, M. (2002). La Cocina como Patrimonio (in) tangible. Temas de Patrimonio Cultural 8, 11. recuperado de: http://www.ba.gov.ar/areas/cultura/cpphc/archivos/libros/temas_6.pdf%23page%3D13&hl=es&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=6854994487706352508&ei=JunqXbDQHoyQygSGo7qYCW&scisig=AAGBfm0oFD6__9ge0vv1u5_XIT2Ta93zeg

- Favila Cisneros, Héctor, López Barrera, Marcos, y Quintero-Salazar, Baciliza (2014). La Gastronomía Tradicional del Norte del Estado de México. El caso de Acambay. Cuadernos Interculturales, 1, (22). recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55232244002>
- Fernández, G. S., & Quispe, C. M. (2020, junio). Lo Constructivo Interpretativo desde la Teoría de la Subjetividad. Seminario Internacional: Repensando la investigación cualitativa, LIMA, PERÚ. <https://www.facebook.com/CualitativaPeru/videos/546748002666440/>
- Fernández, J. A. F., Sánchez, P. R. P., Cerro, A. M. C., & Mogollón, J. M. H. (2017). Productos Gastronómicos con Identidad y Desarrollo del Destino Turístico. Un estudio sobre rutas del queso en España. International journal of scientific management and tourism,3(1), 93-109. recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5975069.pdf&hl=es&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=5946209638213773367&ei=WefqXbv1Ftn2ygS_kLNgCw&scsig=AAGBfm3qh0-6kHq6_wTNGF0cKFs2Mm5hlQ
- Flick, U. (2007). Introducción a la Investigación cualitativa. Madrid, España: Morata.
- Flores, G. R. C. (2020, mayo). Epistemológica e investigación cualitativa. Seminario Internacional: Repensando la investigación cualitativa, Lima, Perú. <https://www.facebook.com/CualitativaPeru/videos/931913783932814/?v=931913783932814>
- Flores, J. G., Gómez, G. R., & Jiménez, E. G. (1999). Metodología de la investigación cualitativa. Málaga: aljibe. Recuperado de: http://catedranaranja.com.ar/taller5/notas_T5/metodologia_investig_cap.3.pdf
- Folgado-Fernández, J., Mogollón, J., y Campón-Cerro, A. (2011). EL Turismo Gastronómico como Atractivo Innovador del Destino: un Estudio Empírico Sobre Rutas Gastronómicas Españolas. recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/272997226_EL_TURISMO_GASTRON

OMICO COMO ATRACTIVO INNOVADOR DEL DESTINO UN ESTUDIO
EMPIRICO SOBRE RUTAS GASTRONOMICAS ESPANOLAS

- Fox, R. (2007): Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. En: International Journal of Hospitality Management, vol. 26. núm. 3, septiembre 2007. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/223635705_Reinventing_the_Gastronomic_Identity_of_Croatian_Tourist_Destinations.
- García, B. A., y Reyes, M. L. (2019). Aproximación Metodológica Para El Análisis Del Patrimonio Biocultural. En III Seminario Turismo y Patrimonios Culturales. Turismo Gastronómico: Balances y Experiencias. Toluca, Estado de México.
- Girardelli, D. (2015). Commodified Identities: The Myth of Italian Food in the United States [Streaming video]. recuperado de: <http://sk.sagepub.com/video/commodified-identities-the-myth-of-italian-food-in-the-united-states?fromsearch=true>.
- González, Q., Y., Palmas, C., Y., D., Vargas, M., E., E., y Serrano, B., R. del C. (2018). Una Red de Cooperación Empresarial para el Desarrollo Local: Corredor turístico “Las Truchas” - Malinalco, México. Estudios y Perspectivas En Turismo, 28(1), 207–225. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/98611>
- González, T. y Cano A. (2010). Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: concepto y características. En Nure Investigación, vol.1 núm. 44, enero-febrero 2010. Recuperado de: <http://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/476/465>.
- Gutiérrez, J. y Delgado, J.M. (1995). Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales. Madrid: Editorial Síntesis.
- H. Ayuntamiento de Malinalco. (s. f.). Malinalco: Destino de todos. Recuperado 12 de enero de 2021, de <https://malinalco.gob.mx/tu-municipio/atractivos-turisticos>

- H. Ayuntamiento de Malinalco. Las Truchas–Malinalco 2019-2021. (2019). Recuperado de: <https://www.malinalco.gob.mx/2019/02/24/las-truchas/>
- Hannam, K., y Knox, D. (2005). Discourse Analysis in Tourism Research a Critical Perspective. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 23-30. recuperado de: <http://eprints.uwe.ac.uk/34208/1/Discourseanalysisin%20tourismresearchpaperfinal.pdf>
- Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (2003) Metodología de la investigación. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández-Mogollón, J.M., Di-Clemente E. y López-Guzmán (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). En *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. No. 68. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>
- ICAR-UAEMéx. (2018). Plan de Estudios. Toluca: UAEMex. recuperado de: <https://icar.uaemex.mx/posgrados/programa-de-maestria-en-agroindustria-rural-desarrollo-territorial-y-turismo-agroalimentario-mardtya/plan-de-estudios.html>
- IGECEM. (2013). Estadística Básica Municipal. Toluca: GEM. Recuperado de: <http://iiigecem.edomex.gob.mx/recursos/Estadistica/PRODUCTOS/AGENDAESTADISTICA/BASICAMUNICIPAL/ARCHIVOS/Malinalco.pdf>
- Iturriaga, José N. «Patrimonio cultural intangible y desarrollo en el México Megadiverso - Conferencia magistral.» En Cuaderno 11, Patrimonio cultural y turismo, de Conaculta, 28-33. Ciudad de México: Conaculta, 2004. Recuperado de: https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/publi/Cuadernos_19_num/cuaderno11.pdf
- Kivela, A, J. y crotts, J. (2006): Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. En: *Journal of Hospitality y Tourism Research*, vol. 30, núm. 3, agosto 2006. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1096348006286797>.

Korstanje, M. E. (2012). ¿ QUÉ ES EL TURISMO?: SOCIEDAD Y SISTEMA ONÍRICO. TURyDES, 5(12). Recuperado de: https://www.academia.edu/4655120/QU%C3%89_ES_EL_TURISMO_SOCIEDAD_Y_SISTEMA_ON%C3%8DRICO

Las Truchas – Malinalco 2019-2021. (2019). from 24 de febrero 2019 website: <https://www.malinalco.gob.mx/2019/02/24/las-truchas/>

Leal, M.P. (2011). La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona).En Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 9, núm.1. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/es/articulos/445-la-diversificacin-del-destino-turstico-a-travs-del-turismo-gastronmico-el-caso-de-vilanova-i-la-geltr-barcelona>.

LEAL, M.P. (2011): «La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona)». Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, n°1, 15-24. Recuperado de: <https://www.academia.edu/2905756/La-diversificaci%C3%B3n-del-destino-tur%C3%ADstico-a-trav%C3%A9s-del-turismo-gastron%C3%B3mico-El-caso-de-Vilanova-i-la-Geltr%C3%BA-Barcelona>

Leff, E., (2000), “Pensar la Complejidad Ambiental”, en Leff, E. (Coord.),”*La Complejidad Ambiental*” (pp. 16-44), Siglo XXI Editores, México.

Llano, F. A. (2013). Turistas comensales . Turistas Comensales: Patrimonio Gastronómico y Turismo Alimentario En Necomón y Ubaté. Recuperado de: https://www.academia.edu/10681086/Turistas_comensales?email_work_card=view-paper

Llosas, M. I. H. (2006). Inkas y españoles a la conquista simbólica del territorio Humahuaca: sitios, motivos rupestres y apropiación cultural del paisaje. Boletín del Museo Chileno

- de Arte Precolombino, 11(2), 9-34. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3599/359933354002.pdf>
- Long, L. 2003 Culinary Tourism. Lexington: University of Kentucky Press. Recuperado de:
https://www.kentuckypress.com/live/title_detail.php?titleid=1870#.XPRcfxZKjIU
- López, A. (2007). Políticas de comunicación e identidad cultural: estrategias gubernamentales sobre la comunicación social. España: Universidad de Santiago de Compostela.
- López, Á. L., Pardo, G. L., Romo, E. A., Dagostino, R. M. C., Sánchez, R. E., Pineda, H. A., y Fabeiro, C. P. (2012). Lo Glocal y el Turismo. Nuevos Paradigmas de Interpretación. Academia Mexicana de Investigación Turística; Universidad de Guadalajara. recuperado de:
<http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/2012%20-%20Lo%20glocal%20y%20el%20turismo%20-%20interiores.pdf>
- López Patiño, E. J., López-Sandoval, J. A., Beltrán Retis, A., & Aguilera Gómez, L. I. (2012). Composición de la flora arbórea en el área natural protegida Tenancingo-Malinalco-Zumpahuacán, Estado de México, México. *Polibotánica*, (34), 51-98.
- Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and Food Consumption in Tourism. *Annals of tourism research*, 39(1), 171-196. recuperado de
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738311000946>
- Martínez, A. P. (2012). Nueva Visión Integral para el Conocimiento Turístico. Anuario De Estudios En Turismo. 12 (VIII). recuperado de:
https://www.researchgate.net/profile/Armenio_Perez_Martinez2/publication/327189499_NUEVA_VISION_INTEGRAL_PARA_EL_CONOCIMIENTO_TURISTICO/links/5b7ef5d9299bf1d5a723b6ee/NUEVA-VISION-INTEGRAL-PARA-EL-CONOCIMIENTO-TURISTICO.pdf

Martínez, R. C.D. (2017) Epistemología y Cocina: hacia la construcción de un marco científico. Revista de Epistemología y Ciencias Humanas. recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/53902853/Epistemologia.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEpistemologia_y_cocina_hacia_la_construccion.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191129%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20191129T194658Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=d67b62090d0fcabfdea6c78d0d18fb32c718d9f14708a12f3968cec2a5d957ba

Mascarenhas Tramontin, Rúbia Gisele, y Gândara Gonçalves, José Manoel (2010). Producción y Transformación Territorial. La gastronomía como atractivo turístico. Estudios y Perspectivas en Turismo, 19(5), recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1807/180717609011>

Mejía, L.; Bravo, M. y Mejía, (2014). La gastronomía como símbolo de cultura. *CULINARIA Revista virtual especializada en Gastronomía*. 7, 50-64. Recuperado de: http://web.uaemex.mx/Culinaria/PDF%20finales%207/La_gastronomia_simbolo_cultura.pdf

Millán, M.G. y Agudo, E.M. (2010): El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. En: Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 8, núm. 1. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110_8.pdf.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2016) Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional 2014-2018., Bogotá, Colombia . Recuperado de:

https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_1.PDF

Ministerio de Turismo de La Nación. (2015). Problemas y obstáculos en la Investigación científica del Turismo. Recuperado de: <http://186.33.221.210/handle/123456789/4572?show=full>

Molz, J.G. (2007). Eating Difference: The Cosmopolitan Mobilities of Culinary Tourism. *Space and Culture*, vol. 10, núm. 1, febrero 2007. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/249669941_Eating_Difference_The_Cosmopolitan_Mobilities_of_Culinary_Tourism

Münch, L., & Ángeles, E. (1990). Métodos y técnicas de investigación. 2da edición. México: Trillas.

Nivón, E. (2019) La Gestión del Patrimonio Cultural y el Turismo. EN III Seminario Turismo y Patrimonios Culturales. Turismo Gastronómico: Balances y Experiencias. Toluca, Estado de México.

OCDE (2017), Tourism Policy Review of Mexico, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264266575-en>

OMT (2016) Red de Gastronomía de la OMT Plan de Acción 2016 / 2017, Madrid, España. recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_action_plan_print_2_es_web_0.pdf

OMT (2018) Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT: aprovechar el poder de la tecnología. Madrid, España. recuperado de: <https://media.unwto.org/es/press-release/2018-06-04/foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt-aprovechar-el-poder-de-la-te>

Orozco, M. (2007). Políticas culturales. Una visión desde la gestión cultural. Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual. Recuperado

de:<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/85/Mariscal%20Orozco%20-%20Pol%C3%ADticas%20culturales%20Una%20revisi%C3%B3n%20desde%20la%20gesti%C3%B3n%20cultural.pdf?sequence=1>

Paz, M. (2003). Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones. Editorial McGraw Hill. México DF. Recuperado de: <http://www.academia.edu/download/46703652/SandinInvestigacionCualitativaenEducacion.pdf>

Pujadas, J.J. (1993). Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos. Madrid, EUDEMA.

Quintana, A. y Montgomery, W. (Eds.) (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa En: Psicología: Tópicos de actualidad. Lima: UNMSM. Recuperado de: https://cienciassociales.webcindario.com/PDF/Cualitativa/Inv_quintana.pdf

Ritzer, G. (1995). Expressing America: A Critique of the Global Credit Card Service University of Maryland. Sage. Recuperado de <https://tinyurl.com/yapp5on8>

Rivas, E. R., González, F. C. V., Bernat, E. E., & Salazar, B. Q. (2016). El Maguey, el Pulque y las Pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿ patrimonio gastronómico turístico?. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(5), 1199-1215. recuperado de <http://www.pasosonline.org/en/articles/download/file?fid=57.965#page=133>

Rockwell, E. (1987). Reflexiones sobre el proceso etnográfico (1982-1985). Departamento de Investigaciones Educativas, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados 57 p.

Rockwell, E. (2011). Recovering history in the Anthropology of education. A companion to the anthropology of education. Oxford: Wiley-Blackwell, 65-80.

Roden, C. (2003): Local food and culture. En Local Food y Tourism International Conference: Larnaka, Cyprus 9-11 November 2000 (OMT, Coord.). vol.1, Madrid,

- Edit. World Tourism Organization. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284406272.1>
- Salvat, E. D. (1990). vol. 5.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Education.
- Sánchez Bonilla, D. (2014). Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón (coords.), Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización, Universidad Autónoma Metropolitana/Juan Pablos (Biblioteca de Alteridades, Grandes Temas de la Antropología, 14), México, 2010. Diario De Campo, (2), 88-93. Recuperado de: <https://www.revistas.inah.gob.mx/index.php/diariodecampo/article/view/5609>
- Sánchez, M. P. y Cisneros, M. W. D. (s/f) El lado Cultural del Patrimonio Gastronómico Mexicano. recuperado de: http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_06.pdf
- Sandín Esteban, M^a Paz (2003) Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones. Madrid. Mc Graw and Hill Interamericana
- Santamarina, C., & Herreras, J. M. M. (1995). Historias de vida e historia oral. In Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales (pp. 259-287). Síntesis. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/91233757/Historias-de-Vida-e-Historia-Oral-Santamarina-y-Marinas-CA>
- Schlüter, R.G. (2009). Turismo gastronómico y medioambiente: en busca de la sustentabilidad. En: “Principales tendencias de investigación en turismo”, Ferrari, G., Mondéjar, J., Mondéjar, J.A., Vargas, M., [coords.]. Oviedo: Edit. Septem Ediciones.
- SECTUR (2010). Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024. recuperado de: <http://amdetur.org.mx/wp-content/uploads/2019/02/Presentaci%C3%B3n-Estrategia-Nacional-de-Turismo-21.02.19-FINAL-comprimido.pdf>

SECTUR (2015). Turismo cultural.
<https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Taylor S.J. y Bogdan R. (1994) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Editorial Paidós.

Terziyska, Ilinka. (2012). Interpretations of Authenticity in Tourism. Science and Research. 4 p 85-94. recuperado de www.researchgate.net/profile/Ilinka_Terziyska/publication/280304792_INTERPRETATIONS_OF_AUTHENTICITY_IN_TOURISM/links/56ebd6b808aefd0fc1c7130c/INTERPRETATIONS-OF-AUTHENTICITY-IN-TOURISM.pdf&hl=es&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=17802806337628005204&ei=4hDrXfH5Bd30ygTxxauYCW&scisig=AAGBfm1joui2hKVQawLFkgD5C0zX7pj1Lg

Thompson John B. (2002). Ideología y cultura moderna. Teoría crítica en la era de la comunicación de masas. Editorial Universidad autónoma Metropolitana. Recuperado de: https://reflexionesdecoloniales.files.wordpress.com/2014/05/thompson_john_b_ideologia_y_cultura_moderna_teor%C3%ADa_cr%C3%ADtica_s.pdf

Torres, Graciela, & Madrid de Zito Fontán, Liliana, & Santoni, Mirta Elsa (2004). El Alimento, la Cocina Étnica, la Gastronomía Nacional. Elemento patrimonial y un referente de la identidad cultural. Scripta Ethnologica, (26). recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=148/14802603>

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. Annals of tourism research, 24(3), 638-657.
Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/42551984.pdf>

UNESCO México (s/f). Patrimonio Inmaterial. recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/intangible-heritage/>

- Vargas, I. (2012) La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. Revista CAES, vol.3, núm. 1, Mayo 2011. Recuperado de: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaEntrevistaEnLaInvestigacionCualitativa-3945773.pdf>
- Varguillas, C. y Ribot, F. (2007) Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. Laurus, vol. 13, núm. 23, 2007. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/761/76102313.pdf>
- Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. Annals of tourism research, 26(2), 349-370. recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.470.7142&rep=rep1&type=pdf>
- Wexelbaum, R. (2017). Culinary tourism. In L. Lowry (Ed.), *The sage international encyclopedia of travel and tourism* (pp. 322-325). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc doi: 10.4135/9781483368924.n126