



**UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Xochimilco**

DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DOCTORADO EN CIENCIAS AGROPECUARIAS

El sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla y su relación con el patrimonio  
gastronómico

TESIS  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
DOCTORA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS  
PRESENTA

NELLY ANGÉLICA FLORES PACHECO  
(2143805923)

Comité tutorial:

Directora  
Dra. Miriam Bertran Vilà  
UAM Xochimilco

Asesor  
Dr. José Antonio Vázquez Medina  
Universidad del Claustro de Sor Juana



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

# ACTA DE DISERTACIÓN PÚBLICA

No. 0001

Matricula: 2143805923

Construcción del patrimonio gastronómico y su relación con el sistema alimentario en San Pablo Villa de Mitla, Oaxaca.



En la Ciudad de México, se presentaron a las 16:00 horas del día 12 del mes de noviembre del año 2019 en la Unidad Xochimilco de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

- DR. FERNANDO DE LEON GONZALEZ
- DRA. MIRIAM BERTRAN VILA
- DR. FRANCISCO JAVIER MEDINA LUQUE
- DR. JOSE ANTONIO VAZQUEZ MEDINA
- DRA. MARIA GUADALUPE MICAELA PRADO FLORES

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretaria la última, se reunieron a la presentación de la Disertación Pública cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

DOCTORA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS

DE: NELLY ANGELICA FLORES PACHECO

y de acuerdo con el artículo 78 fracción IV del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

*Aprobar*

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.



NELLY ANGELICA FLORES PACHECO  
ALUMNA

REVISÓ

MTRA. ROSALIA SERRANO DE LA PAZ  
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE CBS

MTRA. MARIA ELENA CONTRERAS GARFIAS

PRESIDENTE

DR. FERNANDO DE LEON GONZALEZ

VOCAL

DRA. MIRIAM BERTRAN VILA

VOCAL

DR. FRANCISCO JAVIER MEDINA LUQUE

VOCAL

DR. JOSE ANTONIO VAZQUEZ MEDINA

SECRETARIA

DRA. MARIA GUADALUPE MICAELA PRADO FLORES

## **Resumen**

Esta tesis explora el proceso por el cual elementos del sistema alimentario se incorporan al patrimonio gastronómico y son utilizados como recursos turísticos en dos proyectos turísticos. A partir de una aproximación etnográfica en San Pablo Villa de Mitla, municipio en el Estado de Oaxaca esta investigación analiza cómo se deciden qué elementos formarán parte del patrimonio gastronómico y cuáles son los procesos políticos y socio culturales por los que tienen que pasar los habitantes para la elección de los mismos. De esta manera, en este trabajo se muestra que el discurso que se establece en los lineamientos de los proyectos turísticos se adapta y reconfigura de acuerdo con los intereses políticos y económicos de las personas interesadas y sobre todo de los objetivos locales que cada uno de ellos tenga. Además, esta investigación aporta información cualitativa sobre la construcción del patrimonio gastronómico a partir de los elementos del sistema alimentario lo que permite entender con mayor profundidad los procesos sociales que interfieren en su desarrollo. Los enfoques cualitativos en investigaciones alimentarias permiten observar la complejidad de la alimentación y de los actores y fenómenos sociales que la determinan. Asimismo, da cuenta de la importancia del vínculo entre políticas públicas turísticas, agropecuarias y de desarrollo social.

*En memoria de mis abuelos, Francisca y Francisco*

*Con especial dedicación a mis padres; Nelly y Ricardo*

*El mejor regalo que la vida pudo darme*

## **Agradecimientos**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, las autoridades municipales de San Pablo Villa de Mitla, la Casa Universitaria Franco Mexicana (CUFM), al el Instituto Superior de Turismo, Hotelería y Alimentación (ISTHIA) de la Universidad de Toulouse y al Observatorio Alimentación México de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco por el apoyo económico y administrativo para realizar esta investigación.

Al Doctorado en Ciencias Agropecuarias de la Universidad Autónoma Metropolitana y al Dr. Germán David Mendoza Martínez por las facilidades administrativas. Un especial agradecimiento al Dr. Luis Arturo García Hernández, quien nos acercó a la Dra. Miriam Bertran y a mí al Doctorado en Ciencias Agropecuarias. Sin duda, esta tesis doctoral no hubiera sido posible sin su valiosa ayuda.

A mi directora de tesis, Dra. Miriam Bertran, por darme la oportunidad de ser su asistente de investigación y adentrarme al mundo de la docencia y permitirme llevar a sus alumnos a conocer una pequeña parte de Mitla, por guiarme académicamente y por aconsejarme personalmente, por las risas en Oaxaca y los tamales del mercado, gracias por todo.

Al Dr. José Antonio Vázquez Medina, por el gran apoyo durante su estancia postdoctoral y ser mi compañero de oficina, por las risas, el seguimiento académico y la oportunidad de poder trabajar como docente pero sobre todo por contribuir a materializar este trabajo hasta el último de los días. Eternamente agradecida.

A mis padres. A mi madre, por ser ejemplo de fortaleza, por cuidarme en momentos difíciles, por respetar mis decisiones y enseñarme que aún en los momentos difíciles es posible agradecerle a Dios. A mi padre, por su sonrisa, por juntar todos mis pedacitos y ofrecerme apoyo y amor incondicional en cada paso que doy. Por nunca dejarme sola y por enseñarme el poder que tiene la familia para hacer que todo vuelva a estar bien. Me faltaría toda una vida para poder agradecerles todo el amor que me dan cada día. Para ustedes que se merecen todo.

A mi hermana Ilse, por ser mi compañera de vida, por las risas y por creer en mí. Gracias por ser esta parte de mi vida que me bendice con su compañía. Gracias por la historia que construimos juntas.

A mi hermano, que a pesar de las diferencias me enseña lo importante que es luchar por aquello que nos hace felices.

A mis sobrinas, Valentina y Daniela, por hacerme sonreír sin importar el cansancio. Por dejarme guiarlas en este camino.

A Adriana, por ser la mejor amiga que pude encontrar en este camino académico, por cuidarnos; a las niñas y a mí. Por siempre estar cerca, por abrirme las puertas de tu familia y por escucharme, aconsejarme y recordarme en los buenos y malos momentos que *esto también pasará*.

A Carlo, por el amor, las cajas de donas y las canciones improvisadas. Por darme ánimos y preguntarme todos los días que cuándo iba a terminar la tesis, por creer en mí, por cantarme y hacerme reír, por los mapas y el apoyo en uno de mis proyectos laborales más importantes, por sostenerme en los momentos difíciles y saber cómo actuar. No me cansaré

de agradecerte el gran apoyo que fuiste para poder terminar este proceso. Gracias por tu sonrisa al despertar y por compartir los buenos y malos momentos.

A mis compañeras y compañeros del Seminario de Alimentación de la UAM Xochimilco, por leerme y apoyarme, por la buena comida y los buenos momentos. Gracias a Irene, Katia, Sun, Liliana, Ileana, Dulce, Alejandra, Ayari, Jessica, Ixshel, Laura, Mayra y Sebastián, compartir momentos con ustedes enriqueció mi crecimiento personal y académico.

A Judith y a Cruz, por ofrecerme herramientas que me permitieron terminar este ciclo, por recordarme que cada una de mis acciones tiene un motivo y que a veces las cosas sí pueden salir bien.

A las y los habitantes de San Pablo Villa de Mitla quienes aportaron conocimientos, información etnográfica e ideas para la construcción del objeto de estudio. Sin ellas y ellos esta investigación no habría sido posible. Gracias a Jorge, Miguel, Doña Vicky, Wendy, Marco, Ximena y todas y todos los que dedicaron su tiempo para realizar esta investigación.

# Índice

|  |    |
|--|----|
| <b>Introducción</b> .....  | 8  |
| <b>Objetivos de investigación</b> .....  | 15 |
| i. <b>General</b> .....  | 15 |
| ii. <b>Particulares</b> .....  | 15 |
| <b>Justificación</b> .....   | 16 |
| <b>Estructura del documento</b> .....  | 18 |
| <b>Capítulo 1. Aparato teórico</b> .....   | 20 |
| <b>1.1 Antecedentes</b> .....  | 20 |
| <b>1.2 Marco conceptual</b> .....  | 22 |
| <b>1.2.1 La conceptualización de la cocina</b> .....   | 22 |
| <b>1.2.3 Imaginarios turísticos</b> .....  | 35 |
| <b>1.2.4 Los imaginarios turísticos dentro del proceso de globalización</b> .....                              | 39 |
| <b>1.2.5 La etnicidad y las dinámicas mercantiles del turismo gastronómico</b> .....                           | 44 |
| <b>1.2.6 El patrimonio gastronómico como parte del turismo cultural</b> .....                                  | 45 |
| <b>Capítulo 2. Metodología</b> .....   | 56 |
| <b>2.1 Objetivos de investigación</b> .....  | 56 |
| i. <b>General</b> .....  | 56 |
| ii. <b>Particulares</b> .....  | 56 |
| <b>2.2 Preguntas de investigación</b> .....  | 57 |
| i. <b>Rectora</b> .....  | 57 |
| ii. <b>Particulares</b> .....  | 57 |
| <b>2.3 Diseño de la investigación</b> .....  | 57 |
| <b>2.3.1 Alcances</b> .....  | 57 |
| <b>2.3.2 Estancias de campo</b> .....  | 58 |
| <b>2.3.3 Instrumento de investigación</b> .....  | 59 |
| <b>2.3.4 Criterios para la elección de los informantes</b> .....   | 60 |
| <b>2.3.5 Descripción de los informantes</b> .....  | 60 |
| <b>Capítulo 3. San Pablo Villa de Mitla, Oaxaca como estudio de caso para el patrimonio gastronómico</b> ..... | 67 |
| <b>3.1 Ubicación geográfica</b> .....  | 67 |



|  |            |
|--|------------|
| 3.2 Clima y biodiversidad .....  | 70         |
| 3.3 Organización política y social.....  | 72         |
| 3.3.1 Festividades.....  | 75         |
| 3.4 Infraestructura .....  | 76         |
| 3.5 Actividad económica .....  | 78         |
| <b>Capítulo 4. Sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla .....</b>                                     | <b>81</b>  |
| 4.1 Producción de alimentos.....   | 81         |
| 4.1.1 Agricultura.....   | 81         |
| 4.1.2 Ganadería.....   | 86         |
| 4.2 Procesamiento de alimentos .....   | 87         |
| 4.3 Distribución y abastecimiento de alimentos.....  | 90         |
| 4.4 Preparación y consumo de alimentos .....   | 95         |
| 4.4.1 Comida cotidiana en San Pablo Villa de Mitla .....   | 98         |
| 4.4.2 Comida festiva en San Pablo Villa de Mitla.....  | 100        |
| 4.3 Comida comercial en San Pablo Villa de Mitla .....   | 105        |
| <b>Capítulo 5. Turismo en San Pablo Villa de Mitla.....</b>  | <b>108</b> |
| 5.1 La zona arqueológica de Mitla: principal atractivo turístico local.....                                  | 108        |
| 5.2 Proyectos turísticos en San Pablo Villa de Mitla.....  | 113        |
| 5.3 Objetivos locales de pertenecer y permanecer a proyectos turísticos.....                                 | 131        |
| 5.4 La construcción del patrimonio gastronómico para el turismo: particularidades para el caso Mitleño ..... | 133        |
| 5.4.1 Producción de alimentos como elemento turístico .....  | 135        |
| 5.4.2 Distribución y abastecimiento de alimentos como recurso turístico.....                                 | 136        |
| .....  | 137        |
| 5.4.3 Preparación y consumo de alimentos como recurso turístico .....  | 137        |
| 5.5 El patrimonio alimentario de Mitla como espectáculo .....  | 150        |
| <b>Conclusiones .....</b>  | <b>157</b> |
| <b>Referencias bibliográficas.....</b>   | <b>163</b> |
| <b>Apéndice A.....</b>   | <b>176</b> |
| <b>Inventario gastronómico de San Pablo Villa de Mitla .....</b>   | <b>176</b> |

## Índice de tablas

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1 Definiciones relacionadas con el turismo gastronómico .....   | 33  |
| Tabla 2 Características sociodemográficas de San Pablo Villa de Mitla .....   | 70  |
| Tabla 3 Distribución de la población ocupada según sector de actividad en San Pablo Villa de Mitla, 2010.....   | 78  |
| Tabla 4 Unidades de producción con superficie agrícola y su distribución según disponibilidad de agua para riego y área de temporal por entidad y municipio ..... | 82  |
| Tabla 5 Producción agrícola de San Pablo Villa de Mitla para el año 2010 .....  | 84  |
| Tabla 6 Existencias de aves de corral en San Pablo Villa de Mitla.....  | 87  |
| Tabla 7 Estadísticas de visitantes a la zona arqueológica de San Pablo Villa de Mitla .....   | 111 |
| Tabla 8 Declaratorias, políticas y programas de patrimonio gastronómico .....   | 117 |

## Índice de ilustraciones

|   |     |
|---|-----|
| Figura 1 Ubicación geográfica del área de estudio.....  | 68  |
| Figura 2 Ubicación geográfica de la zona urbana y las localidades que conforman San Pablo Villa de Mitla..... | 69  |
| Figura 3 Ubicación de las zonas naturales que conforman San Pablo Villa de Mitla.....                         | 71  |
| Figura 4 Organización y estructura de la administración pública de San Pablo Villa de Mitla .....             | 72  |
| Figura 5 Uso de suelo de San Pablo Villa de Mitla.....  | 82  |
| Figura 6 Molino de nixtamal en San Pablo Villa de Mitla.....  | 88  |
| Figura 7 Mujer moliendo maíz en su hogar para el proceso de nixtamalización .....                             | 88  |
| Figura 8 Madre e hija elaboran tortillas de maíz para la venta al público.....                                | 89  |
| Figura 9 Panadera repartiendo pan a las visitas de su panadería.....  | 90  |
| Figura 10 Panadero elaborando pan de muerto en la panadería de su familia .....                               | 90  |
| Figura 11 Venta de carne en el tianguis durante la temporada de Todos los Santos.....                         | 92  |
| Figura 12 Señalética colocada en el interior del mercado de abastos .....                                     | 93  |
| Figura 13 Higaditos .....   | 96  |
| Figura 14 Pan de muerto de San Pablo Villa de Mitla .....   | 104 |
| Figura 15 Grupos de turistas escuchando la explicación de los platillos del buffet.....                       | 105 |
| Figura 16 Comedor en una de las calles principales de San Pablo Villa de Mitla .....                          | 106 |
| Figura 17 Ubicación geográfica de los municipios que conforman la Ruta Caminos del Mezcal .....               | 114 |
| Figura 18 Portada del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal .....                                   | 127 |
| Figura 19 Interior del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal .....                                  | 128 |
| Figura 20 Interior del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal .....                                  | 129 |
| Figura 21 Turista fotografiando el pan de muerto durante recorrido a altares .....                            | 137 |
| Figura 22 Turista participando en el concurso de pintado de pan de muerto .....                               | 140 |
| Figura 23 Comentarios de turistas en restaurante Doña Chica.....  | 146 |
| Figura 24 Buffet en restaurante que recibe visitas de turistas internacionales.....                           | 149 |
| Figura 25 Propaganda turística del evento .....   | 151 |
| Figura 26 Altar durante la festividad de Todos los santos .....   | 153 |

## **Introducción**

Cada año llegan a México más de 40 millones de turistas internacionales, exactamente 41.4 millones durante el año 2018 (Secretaría de Turismo, 2018). El turismo en México es uno de los sectores que más ingresos económicos dejan al país. Tan solo el ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales durante 2018 fue de 22 mil 510 millones de dólares lo que representó un incremento de 5.5% respecto al 2017. Estos ingresos registraron un superávit de 11 mil 209 millones de dólares, monto superior en 6.8% al observado durante 2017. Este saldo es superior a los de la balanza petrolera y minero metalúrgica (Secretaría de Turismo, 2018). Estos datos posicionan a México como el país número 15 por ingreso de divisas por turismo y el número 6 por llegada de turistas internacionales (Secretaría de Turismo, 2018a).

En las últimas décadas México ha sabido aprovechar el gran dinamismo del turismo internacional. Se han creado políticas dirigidas a promover el desarrollo a través del turismo, tal es el caso de los Centros Integralmente Planeados (CIP) en el litoral, impulsados por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Además el apoyo al turismo se ha visto reflejado en el hecho de que uno de los objetivos del Plan Nacional de Turismo durante el sexenio 2000-2006 era hacer del turismo una prioridad nacional (Áltes, 2008:7).

Con el paso de los años los recursos naturales y culturales que no se habían explotado turísticamente comenzaron a tomar relevancia como una manera de diversificar la oferta y mejorar la distribución de la actividad turística en el territorio nacional. De tal forma que para el periodo 2012-2018 el turismo formaba parte de los objetivos estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo, la meta era aumentar la derrama económica en el país a través de

líneas de acción que se centraban en posicionar a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados como el turismo cultural y de esta forma diversificar el turismo del país otorgando nuevas opciones además del turismo de sol y playa (Gobierno Federal, 2013).

De acuerdo con Bonet y Castañer, (2009 citados en Rivera y Lanz, 2015) el *boom* del turismo cultural se debe en gran medida a la saturación del turismo tradicional ocasionado por la sobreexplotación masiva de los centros de atracción turística tradicionales como los centros turísticos de sol y playa y las grandes ciudades.

Para Manuel de la Calle (1998) el turismo cultural se identifica por una variedad de factores como una creciente demanda de cultura a partir de la masificación de la información lo que se traduce en un marcado interés por conocer la diversidad cultural a nivel mundial así como revalorar a las identidades locales lo que lleva a los turistas a buscar manifestaciones auténticas.

En este contexto la Secretaría de Turismo define al turismo cultural como:

Un medio eficaz para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico del país. Sus efectos traen como consecuencia la satisfacción del viajero, la conservación del patrimonio cultural de carácter turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades, además de ofrecer al visitante una experiencia espiritual y estética de enriquecimiento histórico y cultural (Secretaría de Turismo, 2010).

En México, el impulso al turismo cultural se ha realizado a partir de tres vertientes principales: 1) vertiente histórico-arqueológica, cuyos destinos principales son los yacimientos precolombinos emplazados en el centro-oriente y centro-sur del país y en la

península de Yucatán y sureste del país; 2) vertiente artística-colonial donde la visita turística es atraída por la riqueza arquitectónica, artística y cultural de las ciudades fundadas por la conquista española; y, finalmente, 3) vertiente folklórica-cultural cuyos atractivos turísticos se centran en el conocimiento de la diferentes expresiones de la actual cultura mexicana como la gastronomía regional, las festividades religiosas, las artesanías y las danzas populares (Valdéz, 2012).

En este contexto, la Secretaría de Turismo creó proyectos, acordes con dichas vertientes, para ampliar la oferta turística cultural del país, entre los que se encuentran *Ciudades Coloniales*, *Mundo Maya*, *Pueblos Mágicos* y *Rutas de México* (Secretaría de Turismo, 2011; 2012 citado en Valdez, 2012). En 2012 se creó el programa *Rutas Gastronómicas* en el que se desarrollaron 18 rutas gastronómicas en todo el país en las que se incluyeron 22 destinos de playa y 123 destinos de interior. Este programa, a través de folletos turísticos, proporciona información al turista sobre qué lugares visitar, cuáles son los recursos gastronómicos regionales y qué actividades culturales relacionadas con la gastronomía se realizan en dicha localidad.

Este programa resulta relevante dado que la gastronomía es un atractivo importante de buena parte de los desplazamientos turísticos de acuerdo con un estudio realizado por investigadores de la Universidad Anáhuac (2016). Los resultados de este estudio demostraron que probar la comida local es la actividad predilecta para realizar en un destino tanto para el mercado nacional como para el internacional (Rivera y Peralta, 2006).

La comida local como atractivo turístico incluye platillos pero a su vez engloba elementos de la cultura local que al ser comercializados se insertan a los circuitos globales para

ofrecer a los turistas experiencias *tradicionales y auténticas*. De esta forma, el turista no solo prueba un platillo nuevo sino que es capaz de conocer aquellos elementos que le otorgan tradición y autenticidad. A partir de este enfoque las políticas de turismo gastronómico están enfocadas en aprovechar al patrimonio cultural como recurso turístico debido al interés de los turistas por buscar experiencias genuinas lo que conlleva a procesos de patrimonialización de aquello que se considera propio y susceptible de generar interés (Franch, 2006).

El proceso de patrimonialización considera los ingredientes y preparaciones locales además de valorizar los conocimientos tradicionales, formas de preparación, tiempos de consumo, utensilios y maneras de combinar los alimentos. Es así como las culturas alimentarias se convierten en recursos locales que se utilizan como vectores de proyectos que se sustentan en la premisa de que el patrimonio y el turismo enuncian iniciativas en el sector turístico desde programas hasta políticas nacionales (Álvarez, 2008).

Fue México, en 2005, el primer país que inició un proceso de inscripción de patrimonio alimentario ante la UNESCO (Pilcher, 2008). Al principio, la candidatura fue negada con el motivo de que podía servir a los intereses de los comerciantes de maíz, y no a las comunidades locales (Suremain, 2017). Para 2010, la “cocina tradicional mexicana, cultura colectiva, viva y ancestral” fue registrada en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Con dicha declaratoria, México se convirtió en el país de América Latina con más reconocimientos en el listado de patrimonio material de la UNESCO y el sexto país a nivel mundial detrás de Italia, España, China, Francia y Alemania.

A partir de esta declaratoria, el gobierno mexicano comenzó a tomar acciones para fortalecer el turismo en materia de gastronomía. En 2015, el gobierno federal publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo mediante el cual se establecen los ejes estratégicos de la *Política de Fomento a la Gastronomía Nacional* orientada a fortalecer y potenciar la oferta gastronómica mexicana, sus productos, platillos, instrumentos, procedimientos, tradiciones y actores involucrados.

Esta política alineada con el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* así como con el *Programa Sectorial de Turismo* tiene como objetivo principal potenciar la oferta gastronómica del país como un medio para promover la riqueza natural y cultural de México, fomentar el turismo y promover el desarrollo productivo regional.

En el marco de la declaratoria ante la UNESCO, a nivel local, los estados han elaborado proyectos para fomentar el turismo a partir de su gastronomía. Oaxaca, estado al sur de la República Mexicana decretó ante el Congreso del Estado a la gastronomía oaxaqueña como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado de Oaxaca. A su vez, Oaxaca forma parte del programa *Rutas Gastronómicas*. Con el recorrido *Los mil sabores del mole* se busca que el turista pueda conocer los principales sitios gastronómicos del Estado como el *Mercado 20 de Noviembre*, palenques de mezcal y plazas de mercados donde podrá degustar platillos como tlayudas, tasajo, los siete moles oaxaqueños, caldo de piedra y bebidas como el chocolate atole y el mezcal.

En 2015 la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico (STyDE) del Estado de Oaxaca impulsó la creación de ocho rutas turístico-económicas cuyo objetivo es fomentar el turismo nacional a partir de las costumbres y tradiciones de cada una de las regiones en las

que se divide política y administrativamente el estado. *Caminos del Mezcal* es una de las ocho rutas que forma parte de este programa, esta ruta corresponde a la región de Valles Centrales y está compuesta por seis municipios; Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacoahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, San Pablo Villa de Mitla y Santiago Matatlán, la cercanía entre estos municipios permite que el turista realice una visita continuada.

La promoción de estos municipios incluye los atractivos turísticos de cada zona así como la promoción del consumo de la cocina local durante la visita turística. Esta forma de turismo conlleva una visión superficial del sistema alimentario local al no profundizar en la producción de los ingredientes locales que son los insumos y la base de la cocina tradicional. Uno de los problemas de este enfoque de política pública radica en que no existen políticas públicas de apoyo al campo que garanticen la producción de los ingredientes que sustentan la ruta gastronómica.

Actualmente la política agropecuaria principal del país es el Programa de Apoyos Directos al Campo (PROCAMPO), anteriormente conocido como Programa de Apoyos Directos al Campo. El objetivo de este programa es complementar el ingreso económico de los productores del campo mexicano. Para acceder al programa con cualquier cultivo lícito<sup>1</sup> (Zarazúa et al, 2011). Por otro lado, En 2015 se implementó la Política de Fomento a la Gastronomía Mexicana (Diario Oficial de la Federación, 2015) que establece como el primero de sus objetivos “fortalecer la cadena productiva valor gastronómica de las cocinas tradicionales de México, con énfasis en recursos, productos, cocinas locales y regiones emblemáticas” a partir de apoyos para incrementar la productividad de insumos de la

---

<sup>1</sup> Anteriormente, el apoyo se otorgaba para los agricultores que cultivaran algodón, arroz, cártamo, cebada, frijol, maíz, sorgo, soya y trigo



cocina tradicional así como promover la comunicación de las regiones gastronómicas con centros turísticos. Sin embargo, hasta la fecha no existe una relación directa con los programas de turismo cultural y ésta política pública.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2000) la estrategia de promoción turística del país está direccionada hacia la cocina y no hacia los alimentos (citado por Barrera, 2012). Lo que ocasiona que no exista una relación entre las políticas públicas enfocadas en el turismo y aquellas que tienen que ver con la producción de alimentos

Sin embargo, si bien no existen políticas encaminadas a fortalecer la cadena productiva en conjunto con políticas turísticas si existen organizaciones internacionales como el Fondo Mundial para la Naturaleza que organizan campañas como *Dale Chamba* cuyo objetivo es promocionar la variedad de ingredientes locales con los que se preparan recetas de la cocina tradicional mexicana a través del apoyo de chefs y cocineras tradicionales que promueven acciones que ayudan a conservar la riqueza gastronómica del país.

Dicho lo anterior, la presente tesis doctoral tiene como unidad de estudio el municipio de San Pablo Villa de Mitla en el Estado de Oaxaca, la elección de esta localidad se debió a que es el único municipio de la ruta que forma parte de dos proyectos turísticos, dicha selección permitió un acercamiento a los temas de turismo y gastronomía cuyo punto de partida fue el interés del análisis del sistema alimentario local en el proceso turístico. Ante este problema se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos?

## **Objetivos de investigación**

### **i. General**

Analizar el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos

### **ii. Particulares**

1. Describir los componentes del sistema alimentario de San Pablo Vila de Mitla en el contexto turístico
2. Analizar la manifestación de las relaciones sociales, políticas y económicas dentro del proceso de patrimonialización gastronómica en San Pablo Villa de Mitla

## **Justificación**

La presente tesis doctoral forma parte de la investigación *Gastronomía, territorio y desarrollo social* en Oaxaca en el que participaron la Casa Universitaria Franco Mexicana, el Instituto Superior de Turismo, Hotelería y Alimentación (ISTHIA) de la Universidad de Toulouse y el Observatorio de Alimentación México de la Universidad Autónoma Metropolitana, donde el acercamiento a los temas de turismo y gastronomía inició con la realización del inventario gastronómico a nivel regional de la *Ruta Caminos del Mezcal* con el objetivo de conocer la oferta alimentaria de los municipios que conforman la ruta.

El inventario gastronómico clasificó la diversidad de alimentos en tres tipos: comida cotidiana, comida festiva y comida comercial. Durante el trabajo de campo se observó que el turismo era un elemento que determinaba la inclusión de ciertos alimentos a la comida comercial por lo que surgió el cuestionamiento sobre cómo es el proceso mediante el cual se integra el patrimonio gastronómico como recurso turístico.

En un inicio ésta investigación tenía previsto un estudio regional del sistema alimentario de la *Ruta Caminos del Mezcal* que forma parte de un conjunto de rutas turístico económicas enfocadas en impulsar el desarrollo local de Oaxaca. Sin embargo, luego de las visitas de reconocimiento al campo se decidió trabajar en el caso de San Pablo Villa de Mitla un municipio que forma parte de dos grandes proyectos de turismo cultural y que por lo tanto permitiría un mejor análisis explicativo del proceso en cuestión. De tal forma, que con ayuda del Dr. Luis Arturo García la investigación comenzó a tomar forma en la línea de investigación de socioeconomía de la alimentación del Doctorado en Ciencias Agropecuarias de la Universidad Autónoma Metropolitana.

El análisis del objeto de estudio a través de dicha línea permitió analizar el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico a partir de los elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos. Este proceso de incorporación surge en un contexto político y sociocultural en el que se implementan políticas turísticas encaminadas a la promoción del patrimonio gastronómico.

Considero que a partir de la documentación y análisis de los procesos sociales y culturales que surgen durante la implementación de proyectos que utilizan el patrimonio gastronómico como recurso turístico es posible determinar las posibles consecuencias positivas y negativas en torno a estos proyectos. Además, esta investigación servirá al Doctorado en Ciencias Agropecuarias al aportar información cualitativa sobre la construcción del patrimonio gastronómico a partir de los elementos del sistema alimentario lo que permite entender con mayor profundidad los procesos sociales que interfieren en su desarrollo. Asimismo, da cuenta de la importancia del vínculo entre políticas públicas turísticas, agropecuarias y de desarrollo social. Los enfoques cualitativos en investigaciones alimentarias permiten observar la complejidad de la alimentación y de los actores y fenómenos sociales que la determinan.

## **Estructura del documento**

La estructura del documento se presenta en dos partes, en la primera se expone el aparato teórico y la metodología de la investigación y en la segunda se presentan tres capítulos de desarrollo y las conclusiones.

Para la primera parte del aparato teórico se presentan algunos estudios que se han realizado bajo la misma línea de estudio, después en el marco conceptual se presentan las categorías de análisis que enmarcan la tesis doctoral. Se analiza la conceptualización de la cocina y de la gastronomía como atractivo turístico, los elementos que conforman los imaginarios turísticos y su relación con los procesos de globalización y localización. Estos conceptos ayudarán a analizar el objeto de estudio y comprender el proceso de patrimonialización gastronómico como parte del fenómeno turístico.

En el aparato metodológico se enmarca todo lo referente a la investigación, se describen los objetivos de investigación y las preguntas que guían esta investigación, la metodología utilizada, así como las técnicas de investigación, la descripción de las estancias de campo: cantidad, temporada y duración, así como las características generales de los informantes.

En el tercer capítulo se sitúa al lector en el contexto en el que se desarrolla el objeto de estudio, se describe el contexto geográfico, sociocultural y político económico del municipio de San Pablo Villa de Mitla. Éste apartado contextualiza al lector sobre la unidad de estudio lo que permitirá entender los capítulos posteriores.

En el capítulo cuarto se describen los elementos que conforman el sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla. Se analizan cada una de las etapas de la cadena alimentaria y se

describen las características de la comida cotidiana, festiva y comercial que se tomaron en cuenta para realizar esta clasificación.

En el capítulo cinco se analizan los proyectos turísticos que se desarrollan en San Pablo Villa de Mitla, este es uno de los puntos de partida para analizar cómo se construye el patrimonio gastronómico en esta región a partir de los elementos del sistema alimentario local que son utilizados como recursos turísticos. En este apartado se les da voz a los informantes para explicar cómo es el proceso de patrimonialización gastronómica.

Finalmente, en el último capítulo se detallan los resultados obtenidos, las reflexiones, los aportes de la investigación a las ciencias agropecuarias y las posibles preguntas para futuras investigaciones.

## **Capítulo 1. Aparato teórico**

En este capítulo se presenta el marco teórico-conceptual que será empleado a lo largo de la investigación, el cual permitirá analizar la configuración de la cocina tradicional como producto mercantil en los programas turísticos, donde el patrimonio alimentario constituye uno de los recursos principales de ejercicio de poder político y económico y de esta forma poder analizar su influencia en el sistema alimentario regional.

Es conveniente aclarar que esta tesis utiliza categorías de análisis de los estudios de turismo, antropología y estudios sociales de la alimentación. Sin embargo, ya que se enmarca en los estudios de la Ciencias Agropecuarias no hace un análisis profundo desde ninguna de estas perspectivas teóricas. No obstante, en este apartado se presenta un análisis de los conceptos de cocina y gastronomía, la estructura culinaria, así como la importancia de los ingredientes locales para el desarrollo de la cocina regional y cómo estos son utilizados para fomentar el turismo gastronómico

### **1.1 Antecedentes**

El objeto de estudio de esta tesis es analizar el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de los elementos del sistema alimentario que son utilizados como recurso turístico. Los estudios que anteceden ésta investigación parten del análisis del patrimonio gastronómico y su relación con el turismo.

El trabajo de Gascón (2018) ha profundizado en la relación entre turismo, agricultura y alimentación en donde menciona que el enlace que propone el turismo gastronómico con la agricultura de las localidades se enfoca en la especificidad de la experiencia alimentaria a través de productos arraigados al territorio y de producción limitada. Este autor menciona

también que el proceso de patrimonialización de la gastronomía y la conversión de la comida en atractivo turístico puede ayudar a revalorizar el modelo de producción campesino.

Leal Londoño (2013) en su tesis de doctorado titulada *Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios* hace un análisis desde el estudio de la geografía sobre las acciones, relaciones e interacciones de los actores involucrados en la cadena de abasto y comercialización de productos agroalimentarios en la actividad turística.

La inclusión de la gastronomía como recurso turístico a partir del patrimonio gastronómico ha sido estudiada por diversos autores que han contribuido a profundizar el análisis de este fenómeno. Tal es el caso de Espeitx (2008) que conceptualiza al patrimonio alimentario a partir de producciones alimentarias arraigadas a un determinado territorio. Para esta autora los productos y platos se han convertido en referentes locales a los que se les otorgan determinados sentidos y que sirven a intereses políticos y sociales.

Bajo esta misma línea se encuentran los trabajos de Xavier Medina (2017) en donde menciona que el patrimonio cultural es cambiante y que se construye a partir de una selección de ciertos elementos considerados propios de las culturas y que sirven a intereses determinados.

Para el caso de México los trabajos de Liliana López Levi, Carmen Valverde y María Elena Figueroa (2015, 2016) que describen las repercusiones de las dinámicas entre el turismo y el patrimonio dentro del *Programa Pueblos Mágicos*, además de analizar las relaciones



humanas, prácticas sociales y representaciones generadas a partir de la implementación de este programa.

## **1.2 Marco conceptual**

Este apartado presenta la teoría que ayudará a fundamentar y analizar el objeto de estudio y a su vez los objetivos planteados; para lo cual se describe la siguiente base teórica.

### **1.2.1 La conceptualización de la cocina.**

Para los seres humanos, el acto de comer es un fenómeno social y cultural complejo. Durante este proceso se destacan las particularidades de cada cultura al generar una cocina que la identifica a partir de ingredientes, técnicas de preparación, maneras de servir y comer, clasificaciones particulares, reglas precisas (preparación y combinación de alimentos) y reglas relativas propias (recolección, producción, conservación y consumo) (Rozin y Rozin, 1981 citado en Contreras y Gracia, 2005).

Laborde (2018), en su trabajo *Identidad uruguaya en cocina. Narrativas sobre el origen*. Nos explica, a manera de resumen, diversas concepciones de cocina de acuerdo con diferentes autores:

Para Lévi-Strauss (1996 citado en Contreras y Gracia, 2005) la cocina, entendida como transformación de los alimentos mediante aplicación de calor, establece el umbral que diferencia a los seres humanos de los animales o lo que es igual, a la cultura de la naturaleza. Por otro lado, Douglas (1971 citado en Delgado, 2001) señala que la cocina tiene un carácter expresivo. Además de considerar que la comida corresponde a una sociedad determinada y refleja un sistema social con dimensiones internas y externas.

Para Barthes (1961 citado en Gutiérrez, 2006) la cocina constituye un sistema de comunicación en el que se manifiesta la estructura social y se simbolizan las relaciones sociales, dichas relaciones son determinadas por fenómenos micro y macro sociales. Para este autor, la comida no solo sirve para indicar determinados temas o usos, sino para señalar situaciones y modos de vida.

De acuerdo con Contreras y Gracia (2005), inspirados por las propuestas de Lévi-Strauss, afirman que cada cocina dispone de una *gramática culinaria* específica, entendida como “las normas básicas que las personas adquieren de forma consciente o inconsciente durante el proceso de socialización y que son transmitidas de generación en generación. Incluyen las reglas sobre lo que se come y el modo de hacerlo, la manera de preparar los alimentos, las personas y los lugares con quién o dónde consumirlos”

Estos autores señalan que una de las normas básicas de la alimentación es que las ingestas del ser humano son acontecimientos alimentarios socializados y estructurados. Contreras y Gracia (2005) establecen cuatro elementos que caracterizan la estructura de las cocinas:

1. Número limitado de los alimentos seleccionados del medio.
  - a) Facilidad de acceso
  - b) Cantidades que se pueden recoger en función de la energía que hace falta emplear para obtenerlas
2. Modo característico de preparar estos alimentos (cortados, asados, cocidos, fritos, hervidos, etc.)
3. Principio o principios de condimentación tradicional del alimento base de cada sociedad

#### 4. La adopción de un conjunto de reglas relativas

- a) Número de comidas diarias
- b) Si los alimentos se toman solo o en grupo
- c) Separación de determinados alimentos para fines rituales y religiosos
- d) Observación de tabúes.

Los principios de condimentación son una categoría de análisis para entender el objeto de estudio de esta investigación. Estos principios son entendidos como “combinaciones de aromas que resultan características de una cocina determina y que puede caracterizarla, identificarla y darle continuidad a través del tiempo porque son los elementos más resistentes para desaparecer” y suponen la identificación de cualquier plato como una cocina particular, desde otras miradas a esto se le ha llamado fondos de cocina (Rozin y Rozin, 1981). Son a su vez los que otorgan sabor como marcadores de diferenciación y que, entre otras cosas, permiten establecer taxonomías territoriales que confieren elementos visibles de las identidades culturales. El sabor como marcador de diferenciación de las cocinas nos lleva a analizar el siguiente concepto para el análisis del objeto de estudio; la gastronomía.

La gastronomía se asocia continuamente con referencias al buen comer y al arte de cocinar. Además, se sugiere que cuando se habla de gastronomía también se refiere al estudio entre la cultura y los alimentos (Kivela y Crotts, 2006).

Para los fines que persigue este documento, tomamos como punto de partida la definición que propone Pilar Leal (2015), ya que amplía la mirada más allá del ámbito culinario. La gastronomía, según Leal, involucra:

Los productos agroalimentarios que transmiten la identidad, la tradición, la cocina y en general, aquellos que representan un sistema de producción particular de un territorio. Las anteriores definiciones confluyen en tres aspectos fundamentales que representa la gastronomía en la actualidad: patrimonio, identidad, sistema alimentario particular y propio de un territorio. (Leal, 2005)

Desde esta mirada, se toman también las consideraciones de Moreira para delinear a la gastronomía desde su perspectiva de interacción social. Moreira (2006) afirma que valorar y preservar la gastronomía de una determinada comunidad o región, presupone apreciar que es en la agricultura local (o en otras actividades como la pesca) donde se encuentra el origen de los productos utilizados y que, por tanto, procura experimentar *la comida típica o auténtica de una región*, ya que involucra una actitud activa y un contacto con la población local, con sus modos de vida propios, y puede proporcionar una experiencia de contacto cultural más directo que otro tipo de prácticas turísticas.

Sin embargo, aunque estas aproximaciones encuentran un punto de encuentro en voltear a mirar la incidencia de la propia gastronomía desde la tierra hasta el tenedor, es necesario precisar que se reconoce el carácter transformacional de la gastronomía en la realidad social de aquellos involucrados en ella en menor o mayor grado. Es decir, que damos por hecho que la gastronomía tiene un *campo culinario* (Ayora, 2014) no negociable, pero que su ámbito de intervención va más allá del propio espacio de la preparación de alimentos. En este sentido, como afirma Richards (2002), la gastronomía en su conceptualización debe necesariamente considerar los modos de producción, tomar el sentido de localidad y de regionalidad. Asimismo, como afirma Santich (2007), el concepto de gastronomía necesariamente implica hablar de valores sociales, históricos, culturales, pero también de

aspectos filosóficos, religiosos y económicos relacionados con la alimentación. El mismo Santich en Scarpatto (2002), dentro de la conceptualización de gastronomía (en su concepción anglosajona de la academia asumida como *Gastronomy Studies*), asume que esta tiene que poner especial interés en:

La producción de los alimentos, y la manera en que estos son producidos, la economía política, el propio tratamiento de los alimentos: su almacenaje, transportación y transformación; su preparación y la manera en qué se cocinan; las comidas y sus maneras de comer, la propia química de los alimentos; la digestión y los procesos fisiológicos en los que está relacionada la alimentación; las preferencias alimentarias, sus costumbres y sus tradiciones. (Scarpatto, 2002:52)

Por lo anterior, consideramos que la gastronomía puede tener injerencia en todas las etapas del sistema alimentario, y presta igual atención a la producción que a la preparación y al consumo. Asimismo, y como lo han discutido antropólogos e historiadores de la alimentación como Mintz (2003), Pilcher (2001) Gabbacia (1998), la gastronomía también puede construir un territorio a partir del reconocimiento de sus sabores y las aceptación de las formas de preparación. Bajo esta premisa, el territorio también puede construirse a partir del sentido de pertenencia de un espacio determinado que se expresa a través de los significados que se le confieran a la gastronomía que implica, desde los modos en que los alimentos se producen, hasta la forma, las normas y las representaciones de su consumo.

De acuerdo con Greg Richards (2002) “originally gastronomy was for the nobility, but over time the concept has also come to include the ‘peasant food’ typical of regional and local cuisine”. Desde la conceptualización de esta autor la gastronomía puede tener varias dimensiones: étnica, nacional o regional lo que conlleva a analizar de forma específica los

alimentos y modos de preparación de cada una de estos espacios. En gran medida porque aquellos alimentos y modos de preparación que son considerados específicos de una cocina constituyen un aspecto de su identidad.

En este mismo sentido, como afirman Contreras y Gracias en Vázquez-Medina (2018:160) que a pesar de la tendencia de homogeneización en la oferta y en los consumos alimentarios, se desarrolla cada vez con más fuerza un interés por aceptar e incorporar lo que podrían denominarse *alimentos étnicos*. Por ello, este fenómeno pone de manifiesto la necesidad imperiosa de repensar la asociación de la triada entre turismo, gastronomía y localidad (locality) como una relación dinámica y mutable frente a las condiciones del sistema mundo en la contemporaneidad. Es necesario tomar en consideración la definición de cocina nacional de Sidney Mintz. Para este autor, una cocina nacional es una colección artificial de diferentes alimentos consumidos dentro de una frontera política dada. Este autor rechaza el concepto de cocina nacional al afirmar que los elementos que constituyen una cocina (ingredientes, técnicas de cocimiento o preparación, e incluso los valores culturales) son intrínsecamente locales (1996:104).

De acuerdo con esta definición, la localidad de los elementos que conforman las cocinas resulta ser relevante para la conformación de las cocinas nacionales. Entre estos componentes se encuentran los ingredientes que darán forma y sabor a cada uno de los platillos que después conformarán la gastronomía. Como retoma Vázquez-Medina de Richards (2006:08) quien puntualiza que los responsables de hacer los reajustes no solo se encuentran entre quien controla los fogones, sino también en los nuevos consumidores que son regidos por sistemas globales. En efecto: *local and regional food is thriving, and new fusión foods are also being created to feed the global soul. Tourists themselves are*

contributing to gastronomic mobility, by creating a demand in their own countries for foods they have encountered abroad (2011:04).

Para caracterizar, como se mencionó líneas arriba, la gastronomía resulta necesario conocer cómo se vincula a la producción, a las formas de obtención y distribución de los ingredientes así como los escenarios sociales, económicos y culturales en donde se consumen los alimentos. Es decir, conocer el sistema alimentario regional. Esta categoría es polisémica por eso se proponen diferentes categorías al respecto. De acuerdo con Poulain (2002:230-231 citado en Contreras y Gracia, 2005) el sistema alimentario hace referencia al conjunto de estructuras tecnológicas y sociales que, desde la recolección hasta la cocina y pasando por todas las etapas de la producción-transformación, permiten al alimento llegar hasta el consumidor y ser reconocido como comestible.

Por otro lado, Chase, *et al* afirman que los sistemas alimentarios contemporáneos pueden ser definidos como:

An interconnected web of activities, resources and people that extends across all domains involved in providing human nourishment and sustaining health, including production, processing, packaging, distribution, marketing, consumption and disposal of food. The organization of food systems reflects and responds to social, cultural, political, economic, health and environmental conditions and can be identified at multiple scales, from a household kitchen to a city, county, state or nation. (Chase, *et al*, 2014)

Goody (1995) hace una aproximación más específica de los procesos y establece que el aprovisionamiento y la transformación de la alimentación pueden ser conceptualizados en términos de cinco procesos principales, cada uno de los cuales equivalen a una fase distinta

y se produce en un lugar específico. El primero proceso se refiere al cultivo de alimento de alimentos y crianza de animales. El segundo proceso consiste en la fase de reparto y almacenamiento que corresponde a la distribución. El tercer proceso, la cocción de los alimentos coincide con la tercera fase de preparación. El acto de comer corresponde con la cuarta fase de consumo. Y por último el quinto proceso, de recogida, representa la fase de limpieza.

De manera general, el sistema alimentario es la suma de diversos elementos, actividades y actores que mediante sus interrelaciones, hacen posible la producción, transformación y distribución y consumo de alimentos (FAO, 2017).

Las tendencias globales en las que se desenvuelve el sistema alimentario mundial afectan directamente los sistemas alimentarios de los países. El comportamiento de los consumidores es uno de los elementos que condiciona la modificación en la oferta de los sistemas alimentarios no solo a nivel mundial sino también a nivel local. Los turistas y su tendencia de buscar alimentos locales han permitido un incremento de los flujos comerciales lo que a su vez diversifica la oferta local (Langreo, 2008).

Esta conceptualización permite enfocarse en los alimentos vistos como mercancías a partir del proceso turístico. Para poder comprender dicho fenómeno es necesario profundizar en el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), de acuerdo con Torres Salcido, Ramos y Pensado (2011:9) estos sistemas tienen como característica la concentración de empresas destinadas a la producción, transformación, turismo, gastronomía y comercialización de alimentos con una profunda unión con el territorio.

Dentro de las características de los sistemas alimentarios localizados se encuentran:



1. La existencia de productos locales con características específicas otorgadas por el territorio
2. Prácticas sociales de innovación y difusión
3. Generación y apropiación de valor
4. Protección de las denominaciones geográficas y de origen

En este sentido, los sistemas alimentarios locales permiten el estudio de los elementos que lo conforman en el marco del proceso turístico para poder analizar cómo la cocina regional se convierte en patrimonio gastronómico que a su vez es utilizado como recurso turístico.

La cocina como parte del sistema alimentario constituye una lengua en la que cada cultura expresa de forma consciente o inconsciente la estructura de sus relaciones sociales (Goody, 1995), lo que supone una vía de acceso a esa sociedad y sus tradiciones locales. Lo que se cocina, y la forma de cocinarlo, nos brinda información sobre el contexto y la condición socioeconómica de quienes realizan esta actividad.

### **1.2.2 Gastronomía como atractivo turístico**

En la actualidad, las personas buscan nuevas fuentes de identidad y la alimentación se ha convertido en un factor importante en la búsqueda de ésta. De acuerdo con Richards (2002) la relación entre alimentos e identidad se ha utilizado como un importante elemento de promoción turística. La relación entre el territorio y la gastronomía ha provocado que la cocina aparezca en promocionales turísticos en donde los alimentos nacionales o regionales son el distintivo turístico.

Como afirma Vázquez-Medina (2018) se puede inferir la existencia de procesos de reajustes en los *encounters* entre la localidad de los turistas y la gastronomía. Para este autor la oferta gastronómica sirve como vector para analizar lo que propone Simonica (2007:32 en Vázquez-Medina, 2018) acerca de la fluidez en la percepción de los viajeros en los espacios sociales a partir de la experiencia turística y que se analizará a detalle en la siguientes secciones.

La inclusión de la gastronomía como elemento primordial del turismo no es algo nuevo. La alimentación siempre ha formado parte de los viajes por una simple necesidad de orden biológico. Anteriormente los turistas esperaban satisfacer esta necesidad sin profundizar en la cultura alimentaria. En la actualidad el estudio del turismo gastronómico vincula el patrimonio gastronómico con la historia y las tradiciones alimentarias y culinarias.

La gastronomía es una alternativa para aquellos destinos que no se benefician del turismo de masas y especialmente del turismo de sol y playa. El turismo gastronómico se convierte en uno de los más prometedores segmentos del sector turístico al ser considerado como un componente transversal de toda clase de turismo y, por lo tanto, de acuerdo con Antonioli Corigliano (2002) una importante característica de identidad nacional y diferenciación en el mercado.

Leal (2013) resume las ideas de varios autores (Fields, 2002; Scarpato, 2002; Richards, 2002 citados en Leal, 2003) y menciona que en gran medida el turismo gastronómico representa una oportunidad en donde la región provee los ingredientes, los saberes a través de las recetas y los aspectos socioculturales alrededor de cada platillo lo que convierte a la gastronomía en un producto ideal de consumo cultural. Para esta misma autora esto

representa una forma de adicionar un valor agregado a través de la experiencia asociada para que los viajeros que están en búsqueda de nuevos productos y experiencias.

Los viajes en donde las personas tienen el propósito de experimentar nuevas experiencias a través de la comida y las bebidas se conoce como un tipo diferente de turismo. Para describir este tipo de turismo se utilizan conceptos como *gastronomy tourism*, *culinary tourism*, *food tourism*, *meal tourism*, *gastro tourism* o *food and wine tourism*. De acuerdo con Lin (2006 citado en Çalışkan: 2016:37) no importa que concepto se use siempre y cuando el objetivo principal sea promover el desarrollo turístico de la región. Sin embargo, en este apartado explicaremos el recorrido que ha llevado el acotamiento de la definición de este tipo de turismo.

Para Ignatov y Smith (2006 citados en Çalışkan y Yilmaz: 2016) existen diferencias entre el concepto de turismo culinario y turismo gastronómico. De acuerdo con esta distinción la palabra *gastronomía* en el concepto de turismo gastronómico enfatiza principalmente su alcance de consumo, disfrute y calidad mientras que el turismo culinario de acuerdo con Kivela y Crofts (2005) comprende los alimentos *per se*, los procesos de preparación y producción de alimentos, así como actividades relacionadas con alimentos. Del mismo modo Ninemeier (2010 en Çalışkan y Yilmaz: 2016) afirma que el turismo culinario se basa en el proceso de preparación de alimentos y como tal se trata de la cocina. Charters y Ali-Knight (2002 en por Çalışkan y Yilmaz, 2016) coinciden con esta definición y mencionan que este tipo de turismo incluye los procesos de preparación de alimentos. Estos mismos autores definen al enoturismo como aquel turismo en el que se experimenta el disfrute de los vinos y visitar bodegas o regiones en donde se producen.

El turismo gastronómico fue utilizado por primera vez por Lucy Long (1998) quien lo describió como “a tourism type developed in order to discover other cultures and civilisations through activities about foods” De acuerdo con Horng y Tsai, (2012 citados por Çalişkan: 2016:38) el turismo gastronómico es un tipo de turismo cultural porque la cocina local forma parte inseparable de la cultura de la sociedad. En la siguiente tabla se describen algunas definiciones relacionadas con el turismo gastronómico que fueron recopiladas por Çalişkan y Yilmaz (2016:40)

*Tabla 1 Definiciones relacionadas con el turismo gastronómico*

| <b>Estudio</b>  | <b>Definición</b>   |
|---|---|
| Long (1998; 2003)   | Viajes que incluyen la preparación, presentación y consumo de alimentos. Dichos viajes son realizados para aprender y descubrir cocinas locales y patrones de alimentación.   |
| Richards (2002)   | Viajes a través de los cuales los turistas pueden aprender el proceso de producción de alimentos, los métodos de cocción, los ingredientes utilizados y la cultura alimentaria de la región.  |
| Deneault (2002)   | El turismo gastronómico va mucho más allá de la experiencia gastronómica. Incluye una variedad de actividades gastronómicas y/o de agroturismo desarrolladas para visitantes que involucran alimentos y bebidas. Estas actividades pueden incluir desde festivales de comida hasta visitas a lugares de producción como granjas y fábricas, y a menudo implican el descubrimiento cultural de los platillos de la región. |
| Wolf (2002)   | Viajes que se realizan con el objetivo de disfrutar alimentos y bebidas   |
| Hall & Mitchell (2001; 2005)  | Viajes que se realizan en lugares en donde están presentes productores de alimentos primarios y secundarios, festivales de alimentos, restaurantes y regiones de alimentos y vinos. El principal motivo del viaje son los alimentos.  |
| Santich (2004)  | Una herramienta en donde la comida y la bebida sirven como motivación para experimentar otras culturas.   |
| Ignatov & Smith (2006)  | Los viajes de turismo durante los cuales la principal motivación es la compra o el consumo de alimentos regionales (incluidas las bebidas), así como la observación de la producción de alimentos que puede incluir desde la agricultura hasta los centros de venta de alimentos.   |
| Chang, Kivela & Mak (2010)  | Un tipo de turismo que brinda la oportunidad de experimentar los alimentos locales y aprender la cultura local.   |
| Silkes (2012)   | Interacción cultural que se basa en el intercambio de experiencias sobre alimentos y que tiene lugar entre los turistas y la población local.   |
| Silkes, Cai & Lehto (2013)  |   |
| Fuente: Tomada y modificada de Çalişkan, O. y Yilmaz, G. (2016) <i>Gastronomy and Tourism En Avcikurt, Cevdet et al. (2016). Global issues and trends in tourism. St. Kliment Ohridski University Press: Sofia. Traducción propia</i> |   |

El turismo gastronómico, como fenómeno turístico de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012) se ha convertido en uno de los segmentos turísticos más dinámicos y creativos. La gastronomía al ser una manifestación de la cultura de un país permite mostrar experiencias relacionadas con la identidad local. De esta manera, las experiencias gastronómicas que cada localidad ofrece permiten una interacción entre el viajero y la cultura local. Ya sea a través de la degustación de un platillo, conocer el contexto histórico en el que surgió a partir de recorridos a los lugares en dónde se obtienen los ingredientes o interactuando con las personas encargadas de la preparación de los platillos y así conocer los elementos sociales que participan durante su elaboración.

Por otro lado, el turismo gastronómico emplea a los alimentos locales como *souvenirs*, para Richards (2002 citado en Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo, 2018) este hábito de llevar alimentos y bebidas típicos de los lugares visitados se sustenta en el hecho de querer compartir aromas y sabores con familiares y amigos y de esa manera prolongar la agradable experiencia recreativa vivida en otros destinos.

Hasta aquí hemos explicado el concepto de gastronomía y su relación con el sistema alimentario regional. Para poder comprender el objeto de estudio de esta tesis resulta conveniente describir que aquellos platillos que conforman el inventario del turismo gastronómico son elegidos a partir de criterios que se rigen un proceso de patrimonialización. Es decir, cada uno de los elementos gastronómicos que posteriormente serán utilizados como recurso turístico fue elegido por personas con el suficiente poder político, social y económico para determinar su inclusión en el mercado turístico.

Por tanto, estudiar los elementos que intervienen durante el proceso de patrimonialización gastronómica permite entender la forma en la que se inserta la gastronomía en el turismo, la importancia de la salvaguardia del patrimonio cultural y el interés de algunos actores por mercantilizar los elementos gastronómicos. Por tal motivo, en las siguientes páginas plantearemos las bases que analizan al turismo y su relación con el patrimonio gastronómico como un proceso más allá de las prácticas económicas conducido por intereses capitalistas; el objetivo es entender el proceso como un fenómeno sociocultural global y dinámico.

Para entender el proceso de patrimonialización es necesario explicar la forma en la que se construyen los imaginarios turísticos en torno a la gastronomía. Dichos imaginarios muestran los rasgos identitarios de los lugares a los que pertenecen y dirigen la mirada del turista hacia aquellos elementos considerados *únicos* y que, por tanto, no pueden ser encontrados en otro lugar lo que provee un valor de distinción. Además, se analizará el proceso turístico tomando en cuenta la influencia global en las decisiones locales. Por último, describiremos el vínculo entre la etnicidad como un valor que se mercantiliza como uno de los elementos para aumentar el turismo.

### **1.2.3 Imaginarios turísticos**

Primero, abordaremos la definición de imaginario social, Pintos (2006:31), los define como “esquemas socialmente construidos que nos permiten percibir, explicar e intervenir en lo que en cada sistema socialmente diferenciado se tenga por realidad”. Esta definición resulta útil al enfatizar que no existe una realidad única, sino que se encuentra en un proceso continuo de construcción y reconstrucción a partir de los elementos que convergen en él.

Por otro lado, para Le Goff (citado en Belinsky s/f), los imaginarios se construyen a partir de sucesivos niveles de aproximación; el de las representaciones que, a través de un proceso de abstracción, reflejan y traducen lo real; el de los sistemas simbólicos sociales; y el de las ideologías. Dentro de la perspectiva de este autor, lo imaginario, es una dimensión que fluye y que se inserta en el seno de los procesos históricos, en relación con los cuales varía.

El imaginario turístico corresponde a aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar (Hiernaux-Nicolas, 2002:8). Fuentes (2012), propone que los imaginarios turísticos son “un proceso continuo más que un objeto, elaborado gracias a la capacidad dinámica de la imaginación, que permite crear, recrear y proyectar imágenes y símbolos que operan a modo de guía para modelar y anticipar prácticas y experiencias de los turistas como clientes potenciales”.

El imaginario se vincula a representaciones y a sistemas simbólicos e ideológicos al ser el resultado de la interacción entre diversos idearios que permean las sociedades y los individuos que la componen. Estos imaginarios se construyen a su vez de idearios que orientan la acción de una sociedad en un determinado contexto espacio-temporal. De acuerdo con Hiernaux-Nicolas (2002:10) los idearios se definen como un sistema de valorización particular, que prioriza como *valiosos* ciertos ideales societarios que orientan las acciones de los miembros de cierta comunidad. Dichos ideales son el resultado de coyunturas particulares en las cuales viven las sociedades que los plantean.

De acuerdo con Hiernaux-Nicolas (2002:12) los imaginarios turísticos se crean a partir de cuatro idearios centrales, estos son: la conquista de la felicidad, el deseo de evasión, el descubrimiento de lo otro y el regreso a la naturaleza. Cada uno de estos idearios tiene una construcción propia por medio de la cual se diseñará el imaginario turístico. A continuación presentaremos las características de cada uno de estos idearios.

Para Hiernaux Nicolas (2002) la conquista de la felicidad se representa en el proceso turístico en el momento en el que el turista quiere ver la felicidad en todo acto turístico y que puede verse reflejado en la capacidad de gasto y de derroche que se observa en el turismo.

El deseo de evasión como ideario se refiere al hecho de evadir la cotidianidad a través del turismo. Por su parte el descubrimiento del otro corresponde a una mirada filtrada por los agentes turísticos que deciden que puede ser visto y que no. El ideario del descubrimiento está presente en cada turista que busca conocer la vida de los habitantes a partir de sus experiencias. Finalmente el regreso a la naturaleza como ideario está relacionado con el valor que se le otorga a las experiencias turísticas relacionadas con la naturaleza.

Estos idearios contribuyen a conformar la imagen turística de los lugares. De acuerdo con De los Monteros, *et al* (2012) la estructura del imaginario social turístico es resultado de un proceso complejo y subjetivo en el que intervienen elementos que a su vez producen distintos grados de predisposición para el consumo y en las cuales se basan los destinos para el diseño de sus productos turísticos y estrategias de comercialización.

En éste caso para la construcción de un imaginario turístico a partir de representaciones sociales que se fabrican a partir de las relaciones sociales entre los habitantes de cierto



territorio con la finalidad de mostrar al turista ciertas características particulares (Hiernaux-Nicolas, 2002:11).

Para Urry, la construcción de los imaginarios sucede a partir de imágenes provenientes de la cultura popular como miradas mediatizadas:

Los lugares a mirar se eligen porque se anticipan a intensos placeres, sobre todo en los sueños y las fantasías, ya sea a una escala distinta o a través de sentidos distintos de aquellos con los que usualmente nos topamos. Dicha anticipación se construye y sostiene mediante diversas prácticas no turísticas, tales como películas, TV, literatura, revistas, discos y vídeos, con que se construye y se refuerza dicha mirada. (Urry, 2004: 7)

Urry hace referencia a los elementos que conforman los imaginarios turísticos específicamente de los turistas, sin embargo, es a partir de estas mismas imágenes que los habitantes de las comunidades eligen las estrategias de promoción y el diseño de los servicios turísticos para complacer el imaginario de los turistas.

Por otra parte, para Gilabert (2011), los imaginarios turísticos son un subconjunto de un imaginario social más complejo en el que se concibe al turismo como una forma de generar recursos mediante la atracción de visitantes a partir del establecimiento de reglas básicas que institucionalizan el desarrollo de la actividad turística. Esta institucionalización del turismo conlleva a externalidades sociales como la modificación del eje principal de los bienes culturales e incluso por los beneficios económicos y sociales de la mercantilización de estos.

Como ya hemos mencionado, la imagen turística es construida a partir de constantes actualizaciones a través del flujo de información que proviene de los medios, sin embargo, estos datos provienen en gran medida de todo el sistema social en el que se desarrolla el proceso turístico. En la promoción turística la selección de las imágenes, los servicios, las estrategias y actividades turísticas encaminadas a la construcción de la imagen de un destino operan bajo un proceso de selección de atributos y elementos identitarios que caracterizan a la oferta y que, se supone, modificarán las expectativas con respecto al tiempo de ocio y atraerán visitantes.

Esta selección opera bajo lo que Edward M. Bruner (2007: 233 citado en Pereiro, (2012) menciona. Para este autor, el turismo tiene menos que ver con el modo como los otros pueblos realmente son que con como uno imagina que son, es decir el turismo es una forma de representación del otro. Se puede afirmar que el turismo es un sistema dinámico de producción, distribución y consumo de imágenes, imaginarios y también sueños.

En esta producción, muchos espacios son resignificados, convertidos en mercancías y re conceptualizados para responder a las necesidades económicas y políticas del proceso turístico. Para Urry (1995 citado en Pereiro, 2012) el turismo reestructura muchos lugares como centros de consumo y estos lugares son consumidos en una vertiente visual y a través del uso de industrias culturales y de la eficacia simbólica de estas imágenes y su mediación, dependen las adhesiones de los turistas a los locales de destino turístico.

#### **1.2.4 Los imaginarios turísticos dentro del proceso de globalización**

La construcción de los imaginarios turísticos tiene una estrecha relación con el proceso de globalización. En gran medida, porque los elementos que intervienen en su configuración

forman parte de flujos globales. La globalización que se describe como un proceso por el cual los acontecimientos, decisiones y las actividades en una parte del mundo llegan a tener consecuencias significativas sobre individuos y comunidades en lugares del planeta distantes (Giddens, 1990). Esta interconexión entre países contribuye a la unión de sus mercados y culturas, por este proceso también se ha facilitado en gran medida el flujo de personas, acortando tiempos de conexión entre países con motivos de ocio y trabajo.

Uno de los efectos de la globalización ha sido la creación de nuevos destinos turísticos que contrastan con el turismo de masas, estos nuevos mercados han surgido a través de la comercialización, y la interconexión tecnológica actual lo que ha permitido a los gobiernos locales fomentar los nuevos destinos por medios digitales; redes sociales, periódicos, revistas e incluso programas televisivos, lo que posibilita que la información llegue en menor tiempo a los consumidores.

Para Robertson (citado en Salazar 2005) la globalización no solo se trata de procesos macro sociológicos a gran escala que no toman en cuenta que la globalización se localiza. Es decir, que la globalización siempre se produce en un lugar concreto, mientras que al mismo tiempo lo local se reproduce en los discursos de la globalización. Lo local contiene gran parte de lo global y lo global incluye elementos locales. De acuerdo con Vázquez-Medina (2018:168) lo local no es una condición estática, ni inmutable, sino que se va reconfigurando conforme al mundo global.

Este mismo autor cita a Robertson (1995) y Salazar (2005) y utiliza el término glocalización “no como una oposición binaria entre globalización y localización, sino más bien como una interconexión entre ambos conceptos para explicar cómo se activa el

turismo gastronómico” (Vázquez-Medina, 2018:169). Es así como la *glocalización* permite describir y analizar las dinámicas del impacto del contacto intercultural entre los habitantes y los visitantes. Por ejemplo, la aculturación, la reconfiguración de procesos tradicionales, tensiones sociales, contaminación ambiental, sustentabilidad entre otros (Swyngedouw, 2004). De acuerdo con Salazar (2005), el turismo ofrece varias posibilidades para estudiar la *glocalización*; la interacción entre turistas con fabricantes, comerciantes, y proveedores de servicios locales.

En resumen, la globalización genera un mayor interés sobre las nociones de localidad por lo que los discursos globales están cada vez más permeados por ejemplos de localismos que permiten la promoción turística de estos destinos. Además, Salazar (2005 citado en Vázquez-Medina: 2018:169) menciona que la *glocalización* implica la construcción de nuevos perfiles de consumidores, así como nuevas tradiciones de consumo

La relación entre la *glocalización* y alimentación se presenta a través de la mezcla continua de procesos de globalización que conviven con mecanismos de valoración de los productos locales, regionales o nacionales y que cada vez cobran mayor importancia en gran medida por el *miedo* a los alimentos procedentes de una mecanización e industrialización creciente de la agricultura y la ganadería (Rebato, 2009) y en parte por el valor agregado que representa el consumo de estos productos.

Los productos locales que se valorizan a través del proceso turístico son producidos y utilizados en una región geográfica delimitada. Por lo que es necesario retomar el concepto de región y entender la construcción de identidad regional. Para Bonfil las regiones socioculturales son:

Expresiones espaciales de un proceso histórico particular, que ha determinado que la población del área esté organizada en un sistema de relaciones sociales que la sitúa en el contexto de la sociedad global en términos de relaciones, características particulares con el todo y con las demás regiones. (Citado en Giménez, 2018)

El territorio se presenta como referente vital de la cultura en el cual se insertan raíces de identidad. En gran parte, porque la historia de cada sociedad está articulada a una región geográfica específica que remite permanentemente a una construcción cultural del espacio, en la cual se encuentran las marcas o señales propias de cada sociedad (Delgado, 2001) y también porque es en la tierra donde se recolectan los ingredientes básicos que conformarán la cultura alimentaria de los grupos poblacionales.

La comida representa un espacio de significados de la historia social del ser humano por lo que resulta un excelente ejemplo para hablar de diversidad cultural. En el mundo contemporáneo y dentro de una visión del sistema mundial los procesos interculturales ocurren con frecuencia y diversidad, lo que permite la construcción permanente de nuevas culturas o la rearticulación de las ya existentes. El turismo como parte del fenómeno de movilidad influye en las decisiones locales al buscar nuevas formas de producir o distribuir alimentos así como de representar ante el otro su cultura alimentaria.

La reconfiguración de la cultura alimentaria marca una preocupación sobre la homologación que la globalización parece encauzar. Los procesos económicos, políticos y culturales que participan en el proceso de *glocalización* reconfiguran elementos de la cultura alimentaria y en general articulan una nueva dinámica en el proceso cultural. Sin embargo, también han contribuido a reforzar la pertinencia del paradigma de identidad y

etnicidad como instrumento de análisis teórico y empírico en relación con la cuestión cultural (Tirzio, 2010).

La etnicidad como dimensión histórica y cultural supone ciertas características de las coyunturas políticas, hegemónicas, económicas, sociales y religiosas, es decir es la forma a través de la cual se manifiesta la cultura de una sociedad, por lo tanto, referirnos a la etnicidad es remitirnos a las formas de expresión de cada grupo. La etnicidad hace referencia a las prácticas culturales y perspectivas que distinguen a una determinada comunidad de personas. Los miembros de los grupos étnicos se ven a sí mismos como culturalmente diferentes de otros grupos sociales, y son percibidos por los demás de igual manera (Comaroff, 2011).

En el proceso turístico se ha mercantilizado el reconocimiento por parte de los otros ya sea a partir de la etnicidad o la construcción de esta. La etnicidad como muestra de pertenencia a un grupo e identificación frente a los otros se convierte en un valor agregado durante el proceso turístico, este valor no solo es cultural, sino que en ocasiones se le otorga un valor mercantil. En este sentido podemos referirnos al caso de la lengua, los bailes y la alimentación. Este último elemento es en el que nos abocaremos para ejemplificar las formas en las que se mercantiliza a partir de una construcción turística, así como aquellos componentes que influyen durante este proceso.

La comida de cada sociedad permite pensar la identidad a través de los diversos sabores, colores, olores, texturas, pensamientos y conocimientos en los cuales el ser humano recrea cotidianamente su sentido de pertenencia a partir de los alimentos. Es así, como la comida se articula doblemente con la identidad de una cultura y está presente en los órdenes

biológico, fisiológico y orgánico y a su vez con el mundo de lo simbólico, de lo significativo, en los aspectos de la representación y el sentido (Delgado, 2000). Resulta ya una frase común que la comida debe alimentar la mente colectiva antes de que entre en el estómago vacío y a su vez la comida debe alimentar el estómago colectivo antes de que pueda alimentar la mente colectiva (Harris, 2012).

### **1.2.5 La etnicidad y las dinámicas mercantiles del turismo gastronómico**

Cuando hablamos de alimentación como mercancía dentro del proceso turístico podemos referirnos a lo que señalan Cook y Crang (1996, pp. 146-147 citado en Matta, 2011), para estos autores existen diversas modalidades de trabajar aquellos elementos que se consideran llamativos de una mercancía, entre los que se encuentran la relación entre la calidad de la mercancía con una supuesta *esencia* o identidad de lugar arraigada en las características geográficas así como en el proceso del sistema alimentario como lo son tradiciones de cultivo y de preparación culinaria, así como resaltar la calidad de sus circuitos de producción y distribución. Por otro lado, se pueden afirmar cualidades de diferenciación intercultural lo que podría ayudar a construir nuevos significados relacionados con la etnicidad y la comida.

En relación con los elementos a los que se les da prioridad para aumentar el valor agregado de los alimentos como mercancía es importante mencionar que durante el proceso turístico ocurren procesos paralelos de tomas de decisiones, tal es el caso de los platillos que forman parte de la cultura alimentaria y que después entrarán a un proceso de patrimonialización alimentaria con el objetivo de preservar sus conocimientos, pero también de

mercantilizarlos. En el siguiente apartado describiremos las definiciones concernientes al patrimonio alimentario y los elementos que influyen durante este proceso.

## **1.2.6 El patrimonio gastronómico como parte del turismo cultural**

### 1.2.6.1 Patrimonio cultural

A continuación, explicaremos qué es el patrimonio, a partir de qué principios se constituye, cómo y por qué se activa y las tendencias del patrimonio alimentario. En primer lugar, partimos de la idea que el patrimonio es una construcción social que no se produce en todas las sociedades humanas si no que más bien es ideado a partir de un proceso colectivo en algún lugar y momento determinado, para fines específicos de acuerdo con criterios e intereses establecidos con anterioridad (Prats, 1997 citado en Luna, 2010:350).

Este trabajo se alinea también en las nociones que propone Smith (2006:2) en considerar al patrimonio como un proceso social y cultural que habilita maneras de reconstruir: el pasado y crear nuevas maneras de entender y comprometerse con el presente<sup>2</sup>. Siguiendo la línea de esta autora se entiende que el patrimonio es utilizado para construir, reconstruir y negociar un rango amplio de identidades y de valores culturales y significados en el presente (2006:3).

Por lo anterior, el patrimonio forma parte de un sistema de representación cultural en el que un conjunto de símbolos que condensan y encarnan valores y la visión del colectivo. A partir de estos elementos se produce el proceso de patrimonialización en el que se trata de la puesta en valor o activación de este.

---

<sup>2</sup> Traducción propia



A partir de la década de 1970 se comenzó a hablar de patrimonio cultural y para 1982 en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales se definió como:

Las obras de artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. (UNESCO, 1982)

Esta declaración constituyó un momento histórico al reconocer la importancia de la colectividad anónima. En otras palabras, el patrimonio se alimenta de la memoria compartida y esta proporciona la capacidad de simbolizar y dar legitimidad a un orden sociopolítico. La posibilidad de desaparición de los símbolos, valores y conocimientos de la colectividad llevó a que organismos internacionales se plantearan el objetivo de proteger y salvaguardar los bienes patrimoniales. Esto conllevó a una aceleración de los medios y organismos internacionales para preservar la memoria del mundo.

Por tanto, en 1989, la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular pretendía ser una iniciativa como respuesta a los riesgos de desaparición a partir de la homogeneización de las prácticas y de los valores culturales resultantes de la globalización.

Le siguieron varias declaraciones universales sobre la diversidad cultural, aparecidas en 2001 y 2002 pero se considera la más importante la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, celebrada en París en el año 2003. Esta convención define a la salvaguarda como:

Las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos. (UNESCO, 2003)

Al mismo tiempo definió al patrimonio cultural inmaterial como:

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que los son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (UNESCO, 2003)

Se manifiesta en particular en los siguientes ámbitos:

1. tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
2. artes del espectáculo;
3. usos sociales, rituales y actos festivos;
4. conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;

## 5. técnicas artesanales tradicionales.

La misma convención reconoce

Los procesos de mundialización y de transformación social que por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades, pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo. (UNESCO, 2003)

El reconocimiento de estos elementos que contribuyen al deterioro del patrimonio permitió que la Convención de Salvaguarda concediera especial importancia a los grupos que preservan el patrimonio principalmente a las comunidades indígenas y grupos específicos que desempeñan acciones para la salvaguardia del patrimonio cultural (UNESCO, 2003).

Los grupos encargados de salvaguardar el patrimonio utilizan criterios de selectividad con base en valores de uso, formales y simbólicos que, sumando elementos de autenticidad, son utilizados en los procesos de patrimonialización. A pesar de que dichos criterios son elegidos por mediadores como dice Smith (2006:4) existe la construcción de un *discurso autorizado del patrimonio* que selecciona, regula y define aquellos aspectos de las comunidades que se quieren patrimonializar. Siguiendo con Smith esta selección obedece a un discurso hegemónico de la selectividad del patrimonio que puede ser propensa a turistificarse. Con relación a la selectividad del patrimonio, Gilberto Giménez señala que:

En un país pluriclasista y multicultural como México no debería implicar la imposición externa y centralista de un patrimonio seleccionado y definido solo desde el punto de vista de los intereses de los grupos dominantes o del Estado. Más bien debería implicar el respeto

y la articulación de la pluralidad de los patrimonios tal como son definidos y delimitados por los propios grupos, regiones y estratos sociales interesados. (Giménez, 2007)

Para que el patrimonio lo sea, no basta con que una comunidad lo identifique como tal, sino que debe ser reinterpretado por los especialistas que se encargan, precisamente, de valorizar los objetos que le dan sentido. La selección de los objetos generalmente es asignada por un grupo de personas dentro de cada sociedad que usualmente es el que tiene mayor poder político y social para imponer sus interpretaciones sobre el valor de los objetos.

La definición que hace este grupo no necesariamente va a partir de un consenso comunitario, sino más bien, de una disputa por el reconocimiento necesario para convertirse en un productor de sentido o productor cultural. En el caso de los bienes culturales, éstos se constituyen como patrimonio a través de un fenómeno de producción simbólica que los transforma de objetos a codificadores de una cultura.

Al elegir transmitir ciertos elementos culturales en detrimento de otros, las intervenciones patrimoniales, condicionan las representaciones identitarias de los grupos sociales y ponen de manifiesto su dimensión social y política. Es importante precisar que el patrimonio es un bien compartido, aunque en ocasiones se vuelva una mercancía que deje ganancias solo para algunos.

La valoración que provoca la conservación agrega significados al objeto, reafirmando el valor del patrimonio para el presente mediante el establecimiento de relaciones con el orden social vigente, del que recibe legitimación, a la vez que este certifica los elementos patrimonializados. Aun las intervenciones menos invasivas, o una aparentemente inocua conservación preventiva, provocan cambios en el valor simbólico del objeto por el simple

hecho de plantear su conservación. Esta implica una revalorización que altera el significado del objeto a los ojos de la comunidad, de los consumidores y de las instituciones.

Respecto a este análisis, Chiara Bortolotto, (2014 citada en Kurin: 2007) menciona que el objetivo de la salvaguarda consiste en fomentar y garantizar la reproducción de los grupos portadores de la tradición y no solo la documentación, investigación y divulgación del patrimonio. Para esta autora el patrimonio cultural inmaterial se entiende como:

El proceso contextual de recrear esos elementos a manos de los mismos grupos, que, mediante esas operaciones, inician un proceso de identificación cultural. Desde este enfoque, la salvaguarda al patrimonio cultural inmaterial no podía corresponderse con documentar la práctica o protegerla en los espacios de conservación (museos, archivos, bases de datos). Salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial implica más bien implicaciones indirectas (sociales, políticas) que permiten a los grupos reproducir la práctica en cuestión. (Kurin, 2007)

Por otra parte, autores como Villaseñor y Zolla (2012) mencionan que el término patrimonio de la humanidad genera problemas relacionados con la noción de propiedad. De tal forma que por lo menos en México no se reconoce de manera explícita a los portadores de la cultura como los dueños legítimos de sus manifestaciones y tampoco contribuye al respeto de dichas prácticas en todas sus dimensiones.

Para continuar en la línea de estos autores es importante analizar que la mayoría de las comunidades interpretan el patrimonio de formas más o menos espontánea, generando alternativas que incluso pueden chocar con el *discurso autorizado del patrimonio*. En lugar de pensar el patrimonio como un elemento de identificación y pretender que la gente

también se identifique con él, es importante cuestionar qué hace la gente con él ya que el patrimonio convive todo el tiempo con personas que no lo ven como un repositorio de sentido histórico sino más bien mucha gente vive en él y de él.

La implicación de las comunidades en el proceso de patrimonialización ha estado enmarcada hasta ahora en una asociación étnica y que en la actualidad es legitimada por los organismos internacionales. La importancia de la participación o no, de los actores locales depende en gran medida de las consecuencias del proceso mercantil del patrimonio cultural que conlleva a un acaparamiento de recursos en pocas manos. Para algunos autores esto no se concibe simplemente como una producción de conocimiento sino también como la expresión de un poder (Anderson 1991 citado en Salazar, 2006)

#### **1.2.6.2 Patrimonio gastronómico**

En cuanto a la inclusión de la comida en la lista de patrimonio cultural inmaterial se definió al patrimonio gastronómico como:

El conjunto de elementos materiales e inmateriales de las culturas alimentarias considerados como una herencia compartida por una colectividad. Este patrimonio puede estar constituido por un conjunto de elementos del sistema alimentario en el que se incluye además la estructura de la gramática culinaria de una región. Durante el proceso de patrimonialización se eligen productos y preparaciones de la gama de la cultura alimentaria de una región. (Bessière y Tibère 2010)

En América Latina, el *tratamiento patrimonial de la alimentación* (Matta, 2016) es frecuente en las políticas públicas. En ocasiones es operado a varias escalas por actores políticos, económicos o científicos, que no siempre comparten los mismos puntos de vista e

intereses. De esta forma, por interés y necesidad el patrimonio comienza a ser considerado de manera mercantil como mercancía, en tanto que objeto de comercio, y bien de consumo.

El patrimonio es un recurso disponible que activa procesos de valoración turística de ciertos territorios al incluir el consumo de productos y preparaciones locales dentro de los flujos turísticos y por ende del mercado global. Es así como las culturas alimentarias de acuerdo con Álvarez (2008) son consideradas a la vez como activos globales y como recursos locales que se convierten en vectores de proyectos sustentados en la premisa de que patrimonio, turismo y desarrollo son el triángulo que enuncia políticas, planes, propuestas y acciones que van desde iniciativas en el sector turístico hasta programas y políticas nacionales.

Dichos programas o políticas se rigen bajo las lógicas de la patrimonialización que define Contreras (2007) quien afirma que la lógica política-cultural responde a la voluntad de recuperar lo que ha desaparecido o está en proceso de desaparecer y, por tanto, se considera como una manifestación de la identidad. Por otro lado, la lógica mercantil se encarga de convertir en patrimonio todo aquello susceptible de ser mercancía ya sea por su dimensión de espectáculo o de objeto consumible. Estas dos lógicas de patrimonialización no son mutuamente excluyentes por lo que existen proyectos en la que pueden converger ambas.

En el caso de México, una de las políticas de salvaguarda de la gastronomía mexicana fue la elaboración del expediente para buscar la declaratoria de patrimonio cultural de la humanidad por parte de la UNESCO. El primer acercamiento se llevó a cabo partir del expediente *Pueblo de maíz. La cocina ancestral de México*. Este expediente tuvo su origen en 1996 durante el *Encuentro Internacional sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y*

*Turismo en América Latina y el Caribe* celebrado en La Habana, Cuba. En este evento diversos especialistas trabajaron en propuestas destinadas “...al reconocimiento de las prácticas culinarias propias, como expresión acabada de un patrimonio vivo y dinámico que, además, liga a la cultura con otras áreas prioritarias del desarrollo.” (Conaculta, 2005:16)

Posteriormente, en el año 2002, durante el *Cuarto Congreso de Puebla* se inició la preparación de la candidatura que incluiría la reflexión acerca del sistema cultural alimentario de México en la que se incluyó las formas tradicionales respecto a la alimentación. Esta reformulación temática fue propuesta por Yuriria Iturriaga, junto con Cristina Barros (Conaculta, 2005:14)

En 2004, el *Grupo de Trabajo para la Promoción y Protección del Patrimonio Oral e Inmaterial de México*, encabezado por Conaculta, evaluó las propuestas nacionales para así escoger la candidatura de México para la Tercera Proclamación de la Unesco de Obras Maestras del Patrimonio Oral e Intangible. Este grupo decidió presentar la candidatura nacional del expediente *Pueblo de maíz. La cocina ancestral de México. Ritos, ceremonias y prácticas culturales de la cocina de los mexicanos* (Conaculta, 2005)

Es así como en 2005 México se convirtió en el primer país que inició un proceso de inscripción gastronómica en la lista de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Al principio, la candidatura fue negada con el motivo de que podía servir a los intereses de los comerciantes de maíz, y no a las comunidades locales. En 2010, con la región de Michoacán seleccionada para representar la cocina mexicana en su conjunto, *La cocina*



*tradicional mexicana, cultura colectiva, viva y ancestral* fue registrada en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (Suremain, 2017).

En 2010, *La comida gastronómica de los franceses* también fue seleccionada en la Lista Inmaterial de la Humanidad y más tarde, en 2013, países del mediterráneo registraron *La dieta mediterránea* como patrimonio de la humanidad (Laborde y Medina, 2015).

De acuerdo con Suremain (2017:168) el lugar que ocupa la alimentación en cada uno de estos expedientes es diferente, en el caso francés se refuerza el rito colectivo, la comida gastronómica y la pertenencia a una colectividad. En resumen, es el ritual de la comida el que permite consolidar la identidad de un grupo. En el caso mexicano, los modos de cultivo, las técnicas de preparación, de cocción y de preservación son más importantes. Mientras que en el caso mediterráneo, la salud, convivencia y las producciones artesanales son los elementos primordiales del proceso de patrimonialización.

A partir de la declaratoria de la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad el gobierno federal comenzó a implementar acciones para fomentarla. En 2011, los tres niveles de gobierno, junto con los sectores académico, económico y político, firmaron el Acuerdo Nacional para el Turismo, cuyo objetivo principal es fortalecer la promoción turística en el país y en el extranjero. Dentro de este Acuerdo, se incluyeron acciones específicas relacionadas con la promoción, como campañas publicitarias y eventos gastronómicos (Rosas y González, 2011).

Además se inició el proyecto *Sabores Auténticos de México*, que consistía en certificar a los restaurantes que aseguraran al consumidor la representatividad de sus platillos dentro de la cocina mexicana y que su preparación estuviera hecha con ingredientes originarios del

campo mexicano. Y se llevaron a cabo ferias y exposiciones gastronómicas para impulsar el consumo de productos nacionales en el extranjero, las cuales fueron organizadas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

Para el 2015, el Gobierno Federal publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo mediante el cual se establecen los ejes estratégicos de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, la cual está orientada a fortalecer y potenciar la oferta gastronómica mexicana, sus productos, platillos, instrumentos, procedimientos, tradiciones y actores involucrados. Esta política, alineada con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y con el Programa Sectorial de Turismo, tiene como objetivo principal potenciar la oferta gastronómica del país como un medio para promover la riqueza natural y cultural de México, fomentar el turismo y generar desarrollo productivo regional (SHCP, 2015).

### **Conclusiones del capítulo**

En este capítulo se presentó el sustento teórico que permite entender el contexto sociocultural en el cual se desarrolla el objeto de estudio y analizar los elementos que integran el proceso de elección del patrimonio gastronómico como recurso turístico en San Pablo Villa de Mitla.

Como se observó, para el estudio del proceso de patrimonialización en el proceso turístico es necesario analizar los elementos que constituyen los imaginarios turísticos, los actores de la comunidad que deciden qué partes de la cultura alimentaria se mercantilarán y como se reconfiguran estas ideas a los lineamientos de los proyectos turísticos. En el siguiente capítulo, se exponen los lineamientos metodológicos que se siguieron para poder analizar dicho proceso en la unidad de estudio.

## **Capítulo 2. Metodología**

En este capítulo se describe el aparato metodológico de la investigación, se expone el objetivo principal y los particulares, la pregunta principal y las secundarias, el alcance de la investigación y los límites de ésta, así como las técnicas e instrumentos para recopilar la información, la duración de las estancias de campo, los criterios de selección de los interlocutores y la descripción de estos.

El objeto de estudio es la construcción del patrimonio gastronómico y su relación con el sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla, Oaxaca durante el periodo 2015-2018. Debido al objeto de estudio se determinó realizar un estudio de caso que pertenece a los métodos micro sociales, es decir, aquellos estudios que se realizan sobre muestras o poblaciones de escala pequeña para explicar fenómenos o procesos de orden o escala mayor (López-Moreno, 2016). Sin embargo, consideramos que la descripción del objeto de estudio permite un análisis a un nivel macro social.

A continuación se presentan los objetivos y las preguntas de investigación que permitieron analizar el objeto de estudio.

### **2.1 Objetivos de investigación**

#### **i. General**

Analizar el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos

#### **ii. Particulares**

1. Describir los componentes del sistema alimentario de San Pablo Vila de Mitla en el contexto turístico

2. Analizar la manifestación de las relaciones sociales, políticas y económicas dentro del proceso de patrimonialización gastronómica en San Pablo Villa de Mitla

## **2.2 Preguntas de investigación**

### **i. Rectora**

¿Cuál es el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos?

### **ii. Particulares**

1. ¿Cuáles son los componentes del sistema alimentario de San Pablo Vila de Mitla a los que se les da mayor importancia en el contexto turístico?
2. ¿Cómo se establecen las relaciones sociales, políticas y económicas dentro del proceso de patrimonialización gastronómica en San Pablo Villa de Mitla?

## **2.3 Diseño de la investigación**

### **2.3.1 Alcances**

Se determinó que el alcance de la presente investigación es de carácter explicativo puesto que el objetivo consiste en explicar el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos.

Para esto la investigación se realizó durante el periodo de 2015 al año 2019; la selección de esta temporalidad responde al interés de analizar el objeto de estudio dentro del marco de la implementación de la ruta turística económica *Caminos del Mezcal* y del nombramiento de *Pueblo Mágico*. Ambos programas continúan operando en el año 2019, momento en que se concluye la redacción de este documento.

### **2.3.2 Estancias de campo**

La recolección de las fuentes primarias se dividió en cinco estancias de campo. La primera fue de contacto inicial y se desarrolló durante julio de 2015. En el transcurso de esa estancia se contactó a quienes, posteriormente, se entrevistó. Esta visita permitió la aproximación al contexto alimentario de los municipios, la identificación de los actores clave del territorio, así como observar la dinámica turística durante una de las épocas con mayor demanda de visitas internacionales.

Durante la primera visita se sistematizó información referente a los platillos e ingredientes que se consumen en seis municipios<sup>3</sup> de la región Valles Centrales del Estado de Oaxaca. La información se organizó en tres categorías de acuerdo al tipo de uso: 1) cotidiano, 2) festiva, 3) comercial. De acuerdo con esta clasificación se decidió elaborar un inventario gastronómico que incluye un total de 93 platillos e ingredientes que forman parte de la gastronomía de la región. Los resultados del inventario gastronómico se presentan en el Apéndice A y a lo largo del texto se hace referencia a algunos ingredientes o preparaciones.

De cada uno de los platillos se obtuvieron los ingredientes que los conforman así como los nombres locales y los nombres en lengua zapoteca. Para obtener estos datos se revisaron fuentes bibliográficas y datos obtenidos en campo. También se identificó la taxonomía de las especies vegetales aunque en algunos casos no pudo realizarse por falta de información botánica, por presencia de variedades locales no identificadas aún o por la utilización de diversas sub-especies y variedades nativas acorde a la disponibilidad temporal, económica o por criterios socioculturales; en estos casos, se señala únicamente el género identificado.

---

<sup>3</sup> Esta información se obtuvo de seis municipios que se encuentran geográficamente en el Valle de Tlacolula; Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacochahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, Santiago Matatlán y San Pablo Villa de Mitla.

Las siguientes estancias de campo se realizaron durante los periodos de julio-agosto 2014, octubre-noviembre 2014, julio 2015, octubre-noviembre 2016 y marzo 2017. Cada estancia de campo tuvo una duración aproximada de un mes con interrupciones periódicas para organizar la información y ampliar la documentación bibliográfica.

Los meses de julio y noviembre son de gran afluencia turística lo que permitió la participación en eventos turístico-culturales como las preparaciones para la *Guelaguetza*<sup>4</sup> y las festividades de *Todos los Santos*. Estos momentos permitieron profundizar el análisis de las dinámicas turísticas que llevan a cabo los actores de estas localidades y que forman parte central de la vida comunitaria. El trabajo de campo incluyó la observación directa y la aplicación de técnicas cualitativas como las entrevistas semiestructuradas aplicadas a actores clave, entrevistas informales y grupos focales.

### **2.3.3 Instrumento de investigación**

Se realizaron entrevistas semiestructuradas por medio de un guion de tópicos dirigido a informantes clave que se encuentran relacionados con el proceso turístico. Al ser una entrevista semiestructurada no se tienen preguntas específicas por tópico, éstas se adaptaron a los relatos de los informantes. Todas las entrevistas fueron grabadas en formato de audio mp3 con el consentimiento oral y explícito de los informantes. Se aseguró el anonimato para evitar conflictos sociales dentro de la comunidad en caso de que algún integrante de ésta tenga acceso a los resultados de la investigación. Además se garantizó el uso de la información proporcionada únicamente para fines académicos.

---

<sup>4</sup> Celebración que tiene lugar en el Estado de Oaxaca. Forma parte de los cultos populares a la Virgen Del Carmen. Se celebra los dos últimos lunes del mes de julio. También se le conoce como *lunes del cerro* debido a que se celebra en el Cerro del Fortín.

El guion de tópicos de las entrevistas permitió conocer las opiniones de los informantes sobre el proceso de construcción del patrimonio gastronómico que se incluye en las dinámicas turísticas. Las entrevistas se estructuraron en cuatro bloques:

1. Institución de trabajo y actividad laboral
2. Percepción sobre turismo gastronómico
3. Elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla
4. Desarrollo económico de San Pablo Villa de Mitla y posibles efectos del uso del patrimonio gastronómico como recurso turístico

#### **2.3.4 Criterios para la elección de los informantes**

La selección de los informantes tomó en cuenta las siguientes características: todos son miembros de la comunidad; nacidos en el municipio o bien que se consideran a sí mismos *mitleños* por haber vivido la mayor parte de su vida en la localidad, están involucrados en el sistema alimentario local y en el proceso de integración del patrimonio gastronómico como recurso turístico. En todos los casos, los informantes tienen una trayectoria de vida y/o laboral marcada por la continua presencia de turistas. Entre ellos se encuentran: prestadores de servicios turísticos como dueños de palenques de mezcal, hoteleros, dueños, cocineras y gerentes de restaurantes, así como cocineras de comedores y puntos de venta en la calle, operadores de guías turísticos; servidores públicos como regidores de turismo, cultura y salud, integrantes del comité de pueblos mágicos.

#### **2.3.5 Descripción de los informantes**

La información que se presenta son características sociales y profesionales de los informantes que fueron obtenidas de las entrevistas realizadas. Los interlocutores que participaron en esta investigación son:

**Cocineras:** mujeres que participan en la economía local a través de la venta de comida en la vía pública, el mercado de abastos, comedores y restaurantes lo que les permite estar en contacto con turistas nacionales y extranjeros. Por lo tanto, se eligió a dueñas de comedores y restaurantes que pudieran otorgar información respecto al proceso de elección de platillos para la venta de comida dirigida al turismo.

K. Mujer de 45 años. Cocinera. Su trabajo principal es la venta de comida en la vía pública en las inmediaciones de la zona arqueológica de San Pablo Villa de Mitla. Está en contacto directo con turistas nacionales y extranjeros que le solicitan modificar sus platillos de acuerdo a ciertas preferencias alimentarias.

V. Mujer de 43 años. Cocinera. Es dueña y cocinera de uno de los comedores del municipio. Su negocio atiende principalmente a personas de la localidad sin embargo, algunos turistas nacionales consumen alimentos en su comedor debido a la cercanía con el transporte público que se dirige a la ciudad de Oaxaca y a las cascadas de Hierve el Agua.

C. Mujer de 47 años. Cocinera. Se dedica a la cocina doméstica y es ayudante de una cocinera tradicional. Conoce bien la cultura alimentaria y sus tradiciones. Su trabajo como ayudante le ha permitido informarse sobre los cambios alimentarios a través del tiempo.

**Prestadores de servicios públicos:** tomadores de decisiones que trabajan en la presidencia municipal de San Pablo Villa de Mitla y que su posición laboral les permite decidir la forma en la que se representa el patrimonio gastronómico como recurso turístico

E. Hombre de 50 años. Director de turismo (2015-2017). Participó en la consolidación de los dos programas turísticos que actualmente existen en San Pablo Villa de Mitla. Diseñó eventos turísticos dentro del municipio a partir de la declaratoria de *Pueblo Mágico*.



A.T. Hombre de 52 años. Director de turismo (2017-2019). Inició su administración cuando los dos programas turísticos ya se encontraban en funcionamiento. Diseñó eventos turísticos dentro del municipio.

L. Hombre de 35 años. Director de cultura (2017-2019). Junto con la dirección de turismo diseñó eventos culturales para fomentar el turismo del municipio. Conoce bien las tradiciones culturales y es uno de los encargados de implementar actividades para la preservación de estas.

M. Hombre de 32 años. Diseñador gráfico. Trabajó como diseñador gráfico en el gobierno municipal durante el periodo 2017-2019. Su principal aportación fue el diseño de la señalética que distingue al municipio como *Pueblo Mágico*. Además, forma parte del colectivo cultural de la galería de arte Pitao Bezela que ha participado en el diseño de eventos culturales relacionados con la promoción de la cultura local, tales como la feria del pan de muerto, exposiciones fotográficas, clases de zapoteco, entre otros.

**Integrantes del Comité de Pueblos Mágicos:** La declaratoria de Pueblo Mágico derivó en la conformación del comité para la implementación de actividades turísticas. Se entrevistó a integrantes de los dos periodos del Comité de Pueblos Mágicos.

J. Hombre de 50 años. Productor de mezcal y primer presidente del Comité de Pueblos Mágicos (2014-2015). Sus actividades profesionales se enfocan en la elaboración de mezcal. Es dueño de uno de los palenques artesanales que se encuentran en la carretera que lleva a la entrada del municipio.

A. Hombre de 34 años. Artesano textil y segundo presidente del Comité de Pueblos Mágicos (2017-2019). Sus actividades se enfocan en el diseño de actividades que

promuevan el turismo local, su principal actividad económica es el comercio local de artesanías textiles.

R. Hombre de 26 años. Administrador del restaurante Doña Chica. Lleva la administración del restaurante familiar. Es el hijo mayor de la familia González y fue el representante de la industria restaurantera en el primer Comité de Pueblos Mágicos. Uno de sus planes es la creación de eventos ecoturísticos.

**Trabajadores del sector terciario de la economía:** En este apartado se eligieron habitantes cuya principal actividad laboral se encuentra en el sector terciario de la economía por lo que tienen contacto directo con turistas nacionales y extranjeros lo que en ocasiones ha llevado a la modificación de sus servicios para el agrado de los visitantes.

S.A. Hombre de 50 años. Dueño del restaurante Doña Chica. Junto con su esposa Angélica deciden los platillos que se ofrecen a los turistas a partir de un método de retroalimentación escrita. Además del restaurante tienen pensado unirse a la economía colaborativa a partir de la renta de hospedaje por medio de plataformas virtuales.

W. Mujer de 21 años. Panadera. Comenzó con el oficio de la panificación a través de la herencia familiar. Su familia es dueña de una de las panaderías con mayor reconocimiento en el municipio. Actualmente se dedica al oficio de la panadería además de tener estudios en repostería que le han servido diversificar los productos del negocio familiar. Ha participado en conjunto con la galería de arte *Pitao-Bezela* en el diseño de concursos culturales relacionados con la tradición de pan de muerto. Además, ha organizado pláticas para homologar los conocimientos relacionados con esa tradición.

A.H. Hombre de 31 años. Mesero del restaurante Doña Chica. Anteriormente trabajó como mesero en Rancho Zapata, uno de los paradores turísticos que se ubican en la entrada del municipio.

E. Hombre de 34 años. Administrador de restaurante la Chozza del Chef. Es uno de los negocios gastronómicos que recibe más visitas de turistas debido al trato que tiene con las tour operadores. El restaurante proporciona el servicio de buffet para grupos de turistas.

J. C. Hombre de 50 años. Mezcalero. Continuó con el negocio familiar de la producción de mezcal de forma artesanal. Su fábrica se llama La Ofrenda. Participó en consultorías y talleres proporcionados por la STyDE cuando inició la Ruta Caminos del Mezcal.

**Personas con reconocimiento social dentro de la comunidad:** Dentro de la comunidad existen habitantes que son reconocidos por las actividades laborales que han realizado a lo largo de los años. Por lo que se eligió hablar con un gestor cultural y el responsable de la zona arqueológica de San Pablo Villa de Mitla.

M. Hombre de 55 años. Gestor cultural. Llegó a vivir al municipio de Mitla cuando fue director del *Museo Oaxaqueño de Arqueología Ervin Frissel*. Forma parte del colectivo cultural de la galería de arte Pitao Bezelao.

J. Hombre de 32 años. Fue responsable de la zona arqueológica de Mitla, participó en el proceso de la declaratoria de patrimonio de la humanidad de las cuevas de Yagul y Mitla. Es uno de los actores dentro de la comunidad que tiene más reconocimiento social debido a su trabajo como responsable de la zona arqueológica. Este reconocimiento se debe en gran medida a que durante este periodo proporcionó empleo a varias personas de la comunidad.

**Cronista:** profesionista que conoce la historia de la comunidad y que además se dedica a la venta de recorridos turísticos dentro del municipio

G. Hombre de 55 años. Cronista. Además de las actividades culturales que realiza como uno de los cronistas del municipio se dedica a la artesanía textil. Es uno de los actores locales más reconocidos de Mitla por su conocimiento de la historia, origen del pueblo y tradiciones. Participa en actividades cuyo objetivo es estudiar, preservar y transmitir la cultura local.

Además de las entrevistas se realizó un grupo focal. La organización de este estuvo a cargo del exdirector de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) que se puso en contacto con cocineras y habitantes del municipio. Se realizó en uno de los restaurantes que se encuentra a pie de la carretera federal 190 y que ofrecen servicio tipo buffet a los grupos de turistas que visitan la zona. El tema central del grupo focal fue la cocina tradicional del municipio y sus implicaciones en el proceso turístico. Participaron 10 mujeres y un hombre. El rango de edad fue de 20 a 70 años. Todas las participantes tenían experiencia en la preparación de platillos tradicionales ya sea para el consumo en fiestas familiares o para la venta a turistas. Participaron dos cocineras y dueñas de dos de los restaurantes principales del municipio.

Los tópicos que se abordaron en este grupo focal fueron:

1. Conceptualización de la cocina cotidiana, festiva y comercial
2. Percepción sobre el turismo gastronómico en San Pablo Villa de Mitla
3. Elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla

#### 4. Desarrollo económico de San Pablo Villa de Mitla y posibles efectos del uso del patrimonio gastronómico como recurso turístico

También se realizaron algunas entrevistas informales orientadas a conocer información respecto a la llegada de turistas al municipio, platillos de venta al público y a explorar posibles informantes para las entrevistas semiestructuradas. Esta información se documentó en un diario de campo para su posterior análisis. Finalmente, se realizó trabajo de gabinete que consistió en la sistematización y análisis de la información recolectada en campo.

#### **Conclusiones del capítulo**

Este apartado tuvo como objetivo explicar el proceso por medio del cual se realizó el presente trabajo de investigación, describir el diseño, las estancias de campo, los criterios para la elección de los informantes, los instrumentos de recolección de la información así como las categorías de análisis. En los siguientes apartados se describirán cada una de estas categorías explicando su relación con el objeto de estudio.

### **Capítulo 3. San Pablo Villa de Mitla, Oaxaca como estudio de caso para el patrimonio gastronómico**

A continuación, se describe la ubicación geográfica de San Pablo Villa de Mitla, las características sociodemográficas de la población, la infraestructura y el sistema de comunicaciones que permite la importancia económica del sector terciario. Este marco resulta necesario para contextualizar al lector y comprender las características geográficas, y de la organización política y social que favorecen el desarrollo de programas turísticos en este municipio.

#### **3.1 Ubicación geográfica**

El ámbito territorial y objeto de la tesis lo constituye San Pablo Villa de Mitla, municipio que se encuentra en el Estado de Oaxaca al suroeste de la República Mexicana (Figura 1). Limita al norte con Puebla y Veracruz y al este con Chiapas, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con Guerrero.

Oaxaca es el área geo estadística estatal (AGEE) número 20 de acuerdo con la clasificación de INEGI. Se divide política y administrativamente en ocho regiones: Cañada, Costa, Istmo, Mixteca, Papaloapan, Sierra Sur, Sierra Norte y Valles Centrales. Dentro de estas regiones se agrupan 30 distritos que conforman a la entidad los cuales se subdividen en 570 municipios.

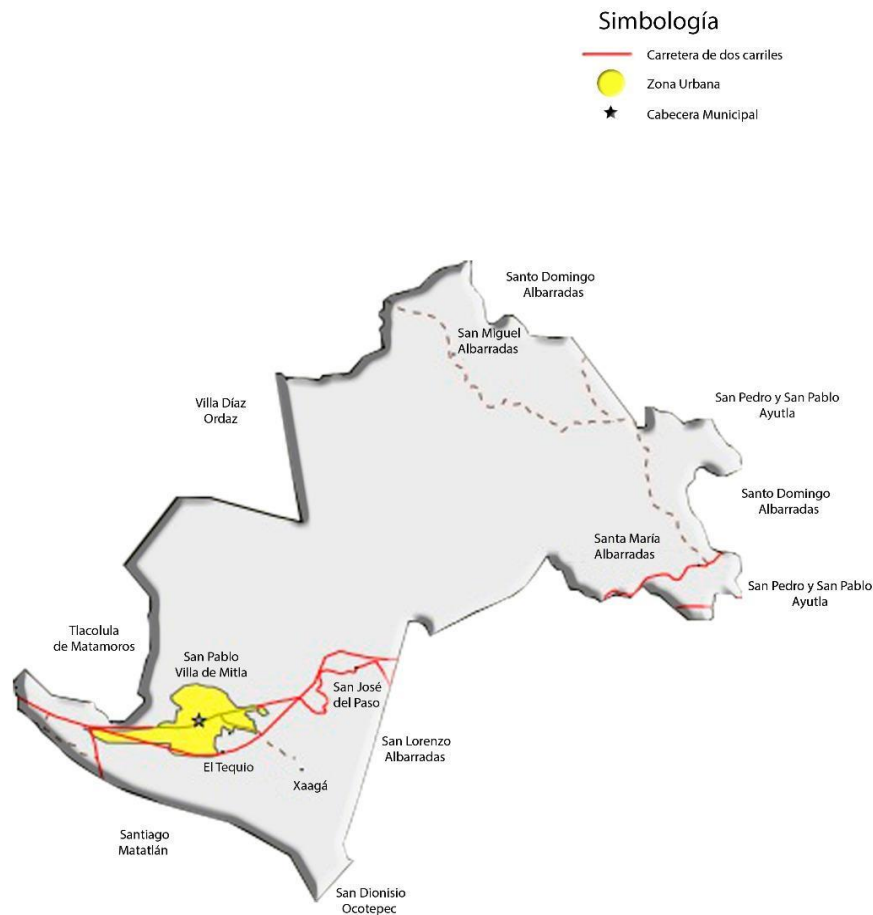
La región de los valles centrales se subdivide en tres valles. Valle de ETLA, Valle de Zimatlán-Zaachila y Valle de Tlacolula. Esta región incluye 121 municipios agregados en siete distritos. ETLA, Zaachila, Zimatlán, Centro, Tlacolula, Ejutla, Ocotlán.



*Figura 1 Ubicación geográfica del área de estudio*

El distrito de Tlacolula se conforma de 258 localidades repartidas entre 25 municipios de entre los que se encuentra San Pablo Villa de Mitla. Este municipio se ubica a 47.3 km de la capital del Estado de Oaxaca, colinda al norte con los municipios de Santo Domingo Albarradas y Villa Díaz Ordaz, al sur con Tlacolula de Matamoros, al oeste con Tlacolula de Matamoros y Villa Díaz Ordaz, y al este con San Lorenzo Albarradas y Santo Domingo Albarradas (Díaz Vázquez, 2015).

El municipio de San Pablo Villa de Mitla es el área geo estadística municipal (AGEM) número 20298 de acuerdo con INEGI y está integrado por una cabecera municipal y las localidades de San José del Progreso, San Miguel Albarradas, Unión Zapata (Loma Larga), Santa María Albarradas, El Tequio, El Rosario y Xagaá (Figura 2) (INEGI, 2010).



*Figura 2 Ubicación geográfica de la zona urbana y las localidades que conforman San Pablo Villa de Mitla*

La población del municipio es en su mayoría joven, con una mediana de edad de 28 años, con mayor porcentaje de población femenina. Esto podría deberse a la emigración de la población masculina a Estados Unidos de América, aunque los datos de migración para el año 2010 indican que únicamente 188 mitleños se encuentran en ese país de los cuales 143 son hombres y 45 mujeres. Por otra parte, la migración interna se presenta más en este municipio con 348 personas que radican en otra entidad federativa (INEGI, 2010). Las principales características sociodemográficas del municipio se encuentran en la Tabla 2.



*Tabla 2 Características sociodemográficas de San Pablo Villa de Mitla*

|   |        |
|---|--------|
| Población total (Número de personas), 2010                                      | 11.825 |
| Hombres (Porcentaje), 2015  | 47.6   |
| Mujeres (Porcentaje), 2015  | 52.4   |
| Densidad de población (Habitantes por kilómetro cuadrado), 2015                 | 44.6   |
| Edad, mediana (años), 2015  | 28     |
| Relación hombres-mujeres (Hombres por cada 100 mujeres), 2015                   | 90.8   |
| Población de 3 años y más hablante de alguna lengua indígena (Porcentaje), 2015 | 31.36  |
| Población que se considera indígena (Porcentaje), 2015                          | 74.43  |

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

### **3.2 Clima y biodiversidad**

La temperatura promedio del municipio oscila entre los 18 y los 22 grados centígrados. Se presentan lluvias desde mediados de abril hasta octubre con una precipitación pluvial anual de menos de 600 mm<sup>3</sup>.

El municipio se ubica en la subprovincia geológica denominada Sierra Madre del Sur que está integrada por cuatro subcuencas hidrológicas de la vertiente del Pacífico, entre ellas la de Tlacolula, en cuyo límite oriental se sitúa la población (Robles, 2016).

El territorio abarca parte de una de las cuatro cuencas hidrológicas que conforman el Valle de Oaxaca, conocida como la Cuenca de Tlacolula, está compuesta por ríos y arroyos, como el río Grande (Mitla) que atraviesa el pueblo y el río Salado de Yagul; ambos nacen en la Sierra Juárez y desembocan en el río Atoyac que a su vez desemboca en el océano Pacífico (Figura 3).

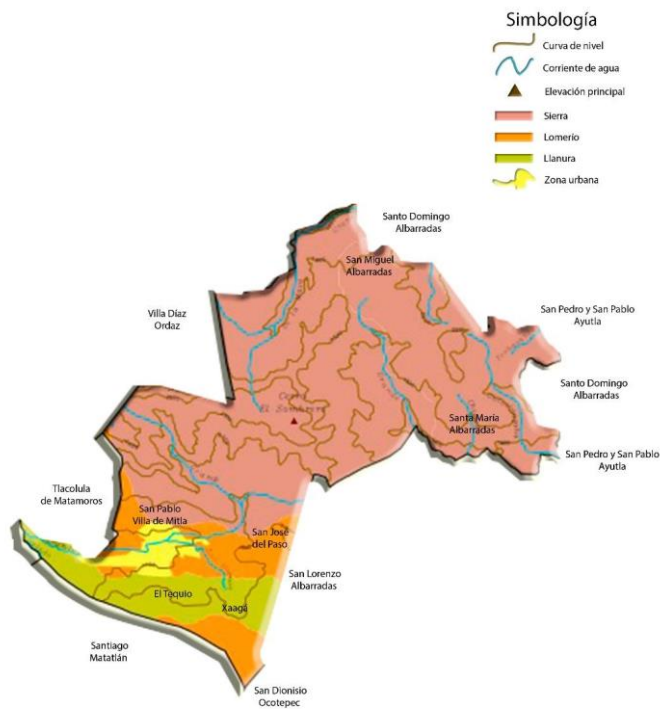


Figura 3 Ubicación de las zonas naturales que conforman San Pablo Villa de Mitla

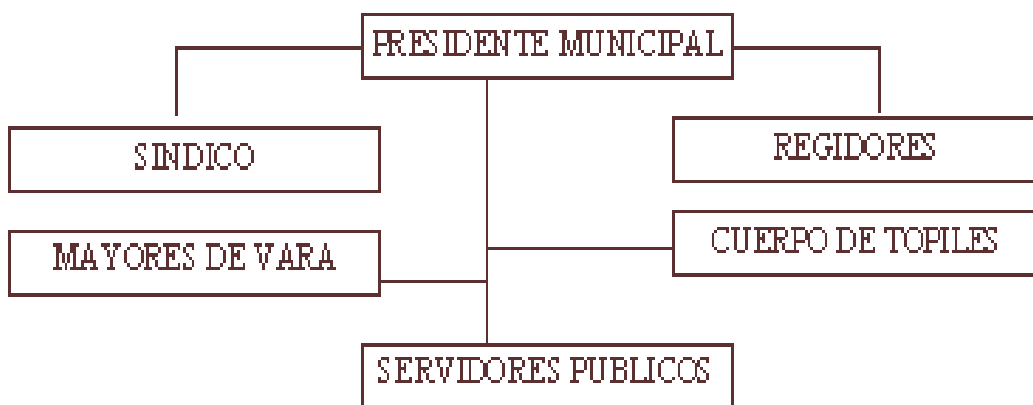
Esta área representa de gran biodiversidad biológica. Se encuentran una gran variedad de árboles como el pirú de cerro, el tepeguaje, el higo, el cacaloxúchitl, el cazahuate, el mezquite, la yuca y copales. Así como un alto porcentaje de plantas que tienen utilidad medicinal, alimentaria o como materia prima (Robles, 2016).

La fauna se compone de mamíferos como conejos, ratas, ratones, liebres, venados, zorros, tlacuaches, cacomixtles, zorrillos, lince y gatos monteses; reptiles con una gran variedad de víboras ratoneras, de cascabel y coralillos además de iguanas, lagartijas y aves en gran variedad.

Por lo anterior, de acuerdo con la clasificación de Regiones Naturales de México realizada por CONABIO, San Pablo Villa de Mitla se encuentra en la región natural número 74: Sierras y Valles de Oaxaca.

### 3.3 Organización política y social

A partir de 1993 la comunidad se organiza en función de categorías político-administrativas. La elección del presidente municipal se realiza a partir de elecciones municipales que se llevan a cabo cada tres años. La organización y estructura de la administración pública municipal se representa en la Figura 4.



*Figura 4 Organización y estructura de la administración pública de San Pablo Villa de Mitla*

El cargo principal es el presidente municipal cuyas funciones se rigen por el artículo 36 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Oaxaca. El cargo de síndico se subdivide en procurador y administrativo cuyas funciones son actuar como auxiliar del ministerio público y gestionar los procesos administrativos del municipio. Además, existe la figura del regidor que a su vez se subdivide en cinco cargos; regidor de Hacienda, de Obras, de Educación, de Salud y de Servicios y Ecología.

Como se mencionó anteriormente el municipio de San Pablo Villa de Mitla está conformado por cinco localidades, cada una de las cuales tiene un agente municipal y/o agente de policía cuyas funciones son comunicar al presidente municipal sobre cualquier situación referente a su comunidad. A diferencia del nombramiento del presidente municipal estas autoridades se eligen a partir de Usos y Costumbres que se basa en el sistema de cargos. Este sistema organiza la vida interna de los habitantes y mantiene cohesionada a la población a través de una participación colectiva en la que todas las personas mayores de 18 años prestan sus servicios en beneficio del orden de la comunidad.

El sistema de cargos es una estructura jerárquica social alrededor de la asamblea comunitaria, concebida como el órgano central de decisión y elección (Denicourt, 2014). El sistema de cargos implica una estructura de servicio escalonada desde el topil, al alguacil y al mayordomo. Los cargos son honoríficos y obligatorios y están basados en el principio de reciprocidad comunitario.

Los topiles son los encargados de ejercer justicia en la comunidad y es la estructura más baja en el sistema de cargos. Su papel es muy parecido al de la policía ya que se encargan de vigilar el municipio y mantener el orden. El alguacil o comandante es la persona a la que se le encomienda la vigilancia y seguridad pública de la comunidad y coordina a los topiles. En la actualidad, el sistema de cargos ha desaparecido casi en su totalidad.

Los cargos religiosos también forman parte del sistema de cargos. La figura del mayordomo es una de las estructuras más altas dentro del sistema de cargos y de las pocas que prevalece en la actualidad. Los mayordomos son los encargados de dirigir las fiestas

patronales, legislar la iglesia y tener bajo su responsabilidad el buen desarrollo de las celebraciones y las fiestas patronales. Se trata de un deber de que exige tiempo y dinero.

Anteriormente, el mayordomo se elegía en asamblea comunitaria. Actualmente, las personas que desempeñan este cargo se postulan voluntariamente y participan más de una familia en la organización de las fiestas patronales lo que permite la división de la carga económica que presupone ofrecer una fiesta de ese tipo a toda la comunidad. De esta forma, ahora existen grupos que se encargan de realizar las mayordomías.

Otra característica que define la organización social del municipio es el *tequio* que se define como trabajo comunal que se traduce a un día de trabajo gratuito al servicio de todos los que conforman la comunidad. Anteriormente se realizaban obras de construcción o mantenimiento de escuelas, caminos, puentes, clínicas o iglesias. En la actualidad, el tequio como trabajo comunitario se está renovando al pasar de la gestión de servicios públicos al desarrollo de actividades sustentables y productivas, por ejemplo, la recolección de basura o la limpieza de terrenos para la adecuación de presas para la captación de agua.

Una de las prácticas tradicionales que tiene mayor peso social y cultural es la *Guelaguetza*<sup>5</sup>; institución tradicional fundamentada en el principio de reciprocidad: un acuerdo de ayuda mutua que se usa en el intercambio general de trabajo y en las actividades rituales. En la actualidad, adquiere mayor relevancia en las actividades rituales que en el trabajo agrícola, particularmente en las fiestas de mayordomía, y ritos de paso como ceremonias de matrimonio y celebraciones de cumpleaños.

---

<sup>5</sup> En éste apartado no nos referimos a la festividad que se realiza el mes de julio sino más bien a la práctica tradicional de reciprocidad comunitaria.

Para tales ocasiones, una persona puede solicitar donaciones de Guelaguetza que lo ayuden a cumplir con sus obligaciones de una forma socialmente aceptable. Estas donaciones, en la mayoría de los casos, son registradas y evaluadas por la familia anfitriona, así como por cada uno de los contribuyentes, de modo que, si en algún momento son requeridas, deberán retribuirse con una donación de igual valor.

### **3.3.1 Festividades**

Los días de fiesta están relacionados con las festividades católicas. Las fechas principales son: 25 enero Día de la Conversión de San Pablo Apóstol que se celebra con una procesión que comienza en la iglesia de San Pablo, continúa por el cementerio y termina en el centro de la ciudad. Los organizadores de la *calenda*<sup>6</sup> ofrecen mezcal gratuitamente a los asistentes. En las calendas participa la mayor parte de la población, se contratan grupos musicales y se diseñan *monos de calenda*, figuras elaboradas con un armazón de carrizo, cubierto por ropa y la cabeza que es hecha con papel maché. Los jóvenes y niños son los encargados de maniobrar las estas figuras que bailan al compás de la música. Estos gigantes acompañan a la población durante la calenda.

El 2 de febrero se celebra el Día de la candelaria, 15 y 16 Celebración de San Pedro y San Pablo, una celebración similar al Día de la Conversión de San Pablo Apóstol. El 1 y 2 de noviembre se festeja el *Día de los Fieles Difuntos* o día de *Todos los Santos*, celebración cuyos preparativos inician un mes antes. El primero de noviembre se recibe a los fieles difuntos a las doce del día en el cementerio público. Las familias acuden al panteón con

---

<sup>6</sup> Recorrido por las calles principales del municipio para anunciar el inicio de las festividades patronales.

comida, mezcal y cigarros para invitar a sus familiares a que acudan a sus hogares a visitar los altares que han colocado en su honor.

Estas celebraciones son festividades específicamente para los habitantes de la comunidad. Sin embargo, la celebración de los *Fieles Difuntos* o *Todos Santos* es una actividad cada vez más relacionada con el ámbito turístico. Este análisis se abordará a profundidad en capítulos posteriores.

### **3.4 Infraestructura**

A Mitla se puede llegar por la autopista Oaxaca-Istmo, también conocida como Carretera Panamericana, en el kilómetro 39 del tramo Oaxaca-Tehuantepec. Esta vía de comunicación permite la actividad comercial y el desarrollo turístico del municipio.

Los movimientos cotidianos entre el interior del municipio y la capital del estado se efectúan por el sistema de transporte comunitario o particular que opera diversas líneas de autobuses, taxis y camionetas que trasladan a los pasajeros y llevan toda clase de carga como productos agropecuarios y fuerza de trabajo.

La respuesta social organizada del municipio comprende medicina tradicional y medicina alópata. En Mitla existe un Centro de Salud tipo C<sup>7</sup> en el que labora un médico de base además del servicio de nutrición con dos nutriólogas temporales. En el territorio también se encuentran consultorios médicos privados y farmacias.

---

<sup>7</sup> Establecimiento del Sistema Nacional de Salud que realiza acciones de promoción, prevención, recuperación de la salud, rehabilitación y cuidados paliativos, a través de los servicios de medicina general y de especialidades básicas (ginecología y pediatría), odontología, psicología, enfermería, maternidad de corta estancia y emergencia y promueve acciones de salud pública y participación social

En relación con la educación en la cabecera municipal existen tres jardines de niños que pertenecen al sistema educativo nacional y uno que se incorpora al sistema indígena. Cuatro primarias públicas, una telesecundaria y un Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyTE). En las localidades existen cinco jardines de niños, cinco primarias y cuatro telesecundarias. Además de una biblioteca pública que se ubica en la cabecera municipal. No existen planteles de nivel superior por lo que los estudiantes deben ir todos los días al estado de Oaxaca o a sus alrededores.

En la plaza principal, ubicada frente al palacio municipal se encuentra una cancha de basquetbol. Es una de las actividades deportivas que más se practican en esta comunidad y en casi toda la sierra norte, es el básquetbol. Esta costumbre fue adoptada aproximadamente hace unos veinte años, debido en parte, a la migración a los Estados Unidos de casi todas las comunidades de la sierra norte. Se realizan partidos cada tarde entre equipos de la misma comunidad, además de llevarse a cabo torneos entre municipios<sup>8</sup>.

También se encuentra el Museo Oaxaqueño de Arqueología Ervin Frissel, ubicado en una casona del siglo XIX que abarca mil 600 hectáreas y que durante los últimos veinte años permaneció cerrado por motivos de restauración. El inmueble funcionó como iglesia, posada, mercado y jardín antes de pasar a ser propiedad de Ervin Frissel. Su reapertura se dio en el año 2014 y fue sede de exposiciones temporales sobre la cultura zapoteca además de presentar el trabajo de diversos artistas oaxaqueños contemporáneos.

A la fecha no se ha expuesto la colección de piezas arqueológicas que incluye 15 mil urnas funerarias, así como distintos tipos de vasijas, cajetes, cucharas, sahumadores, braseros,

---

<sup>8</sup> Información obtenida a partir del testimonio de J. Hombre de 32 años. Ex responsable de la zona arqueológica de Mitla.



puntas de flechas, adornos de obsidiana, piedras labradas, artesanías de concha que pertenecen a las culturas mixteca, zapoteca del norte, de la sierra sur, de la costa, y van desde el año 500 a.C. hasta 1,500 d.C.

### 3.5 Actividad económica

La actividad económica de San Pablo Villa de Mitla se encuentra principalmente en el sector secundario, específicamente en las industrias manufactureras. Estas industrias son aquellas destinadas a la manufactura de ropa de algodón en telar de pedal. Dicha producción se define como comercio al por menor al distribuirse únicamente dentro del mismo municipio y corresponde a su vez en la principal actividad del sector terciario, seguido por los servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos. Estas actividades están principalmente enfocadas a la atención turística.

Del total de personas ocupadas únicamente 181 personas se dedican a la agricultura (Tabla 3). Esto se puede deber a que el municipio tiene uno de los suelos más pobres del estado por lo que los campesinos enfrentan el problema del minifundio y de una agricultura de subsistencia.

*Tabla 3 Distribución de la población ocupada según sector de actividad en San Pablo Villa de Mitla, 2010*

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Primario   | Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza        | 181  |
|            | Minería   | 33   |
|            | Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final |      |
| Secundario | Construcción  | 578  |
|            | Industrias manufactureras   | 2615 |
|            | Comercio al por mayor   | 24   |
| Terciario  | Comercio al por menor   | 743  |
|            | Transportes, correos y almacenamientos                                | 276  |
|            | Información en medios masivos   | 4    |
|            | Servicios financieros y de seguros                                    | 20   |

|                 |   |     |
|-----------------|---|-----|
|                 | Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles             | 39  |
|                 | Servicios profesionales, científicos y técnicos                                   | 36  |
|                 | Dirección de corporativos y empresas  |     |
|                 | Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación | 7   |
|                 | Servicios educativos  | 97  |
|                 | Servicios de salud y asistencia   | 55  |
|                 | Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos | 35  |
|                 | Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas         | 259 |
|                 | Otros servicios excepto actividades de gobierno                                   | 320 |
|                 | Actividades del gobierno y de organismos internacionales y territoriales          | 131 |
| No especificado | No especificado   | 26  |

Fuente: Elaboración propia a partir de las Cédulas de Información Municipal. Disponible en: <http://www.microrregiones.gob.mx/zap/Economia.aspx?entra=zap&ent=20&mun=298>

La actividad económica del municipio incluye el trueque que consiste en intercambiar un producto por otro de igual calidad y precio, es común que los artículos intercambiados son aquellos que se cultivan en la región. Dicha actividad la realizan únicamente entre vendedores y es común que se lleve a cabo al finalizar el día. El trato se efectúa cuando las dos partes están conformes con el producto y la cantidad del mismo, en caso de no ser así se abre la posibilidad de poder adquirir el producto a un precio más económico.

### **Conclusiones del capítulo**

El propósito de este capítulo fue situar el estudio de caso en su contexto más amplio; analizar la situación sociocultural del municipio y las principales actividades económicas de la población. De acuerdo a los datos presentados anteriormente la producción agrícola de alimentos es baja en comparación con el sector secundario de manufacturas que se dedica específicamente a la producción de ropa de algodón para la venta al turismo. Esta característica sumada la explicación del uso de festividades como recurso turístico a partir

de su concepción de atractivo cultural nos permite comenzar a construir el análisis del objeto de estudio.

Es así como podemos analizar a San Pablo Villa de Mitla como un espacio geográfico que se reconfigura para la promoción turística. A continuación, se presenta una descripción de los elementos que conforman el sistema alimentario local y que pertenecen al proceso turístico actual.

## **Capítulo 4. Sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla**

A continuación, se describen las características del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla. Este análisis permite identificar la importancia de cada una de las etapas para el desarrollo e implementación de los programas que se enfocan en fomentar la gastronomía de la región como un elemento turístico.

### **4.1 Producción de alimentos**

Tal como se mencionó en el apartado anterior, San Pablo Villa de Mitla es un municipio cuya actividad económica se centra en sector secundario de la economía. Sin embargo, sigue existiendo una producción agrícola y ganadera en la región. Dicha producción se centra en el autoconsumo y en la distribución de alimentos para la población municipal. A continuación, se muestran los datos de agricultura y ganadería de Mitla.

#### **4.1.1 Agricultura**

El uso del suelo en este municipio se divide en cuatro campos; agricultura, pastizal, selva y bosque. Los predios de agricultura se subdividen en agricultura de autoconsumo, comercial y recolección. Mientras que los pastizales se destinan para el pastoreo agrícola de caprinos (Figura 5).

En el municipio prevalecen las tierras de propiedad comunal con 939.52 hectáreas, mientras que las tierras ejidales ocupan 810.66 hectáreas. De los predios con uso de suelo para la agricultura, de acuerdo con el Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007, la mayor parte son unidades de producción de temporal con y en menor proporción están los terrenos de

riego. Las unidades de producción que utilizan sistemas de riego se clasifican en canales de tierra, aspersión y otros no especificados.

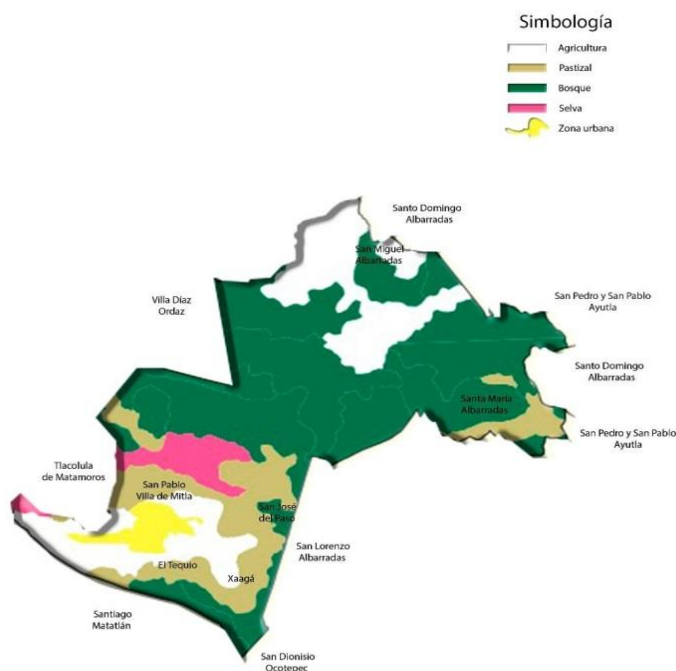


Figura 5 Uso de suelo de San Pablo Villa de Mitla

Tabla 4 Unidades de producción con superficie agrícola y su distribución según disponibilidad de agua para riego y área de temporal por entidad y municipio

| Entidad y municipio      | Unidades de Producción | Superficie agrícola  |                        |             |                            |              |
|--------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|-------------|----------------------------|--------------|
|                          |                        | Total<br>(Hectáreas) | De riego               |             | De temporal<br>(Hectáreas) |              |
|                          |                        |                      | Unidades de Producción | (Hectáreas) |                            |              |
| Oaxaca                   | 327 895                | 1 653 707.94         | 31 467                 | 73 240.19   | 316 030                    | 1580467.7933 |
| San Pablo Villa de Mitla | 652                    | 1 732.79             | 27                     | 40.62       | 640                        | 1 692.17     |

---

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007

La principal fuente de agua de riego en este municipio, de acuerdo con datos del Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007 son 23 pozos a cielo abierto. Para el año de la publicación de estos datos el municipio no contaba con presas como fuente de riego. Sin embargo, en el periodo gubernamental actual se han implementado acciones para la creación de presas cuyo objetivo es abastecer de agua los cultivos de la región.

El cultivo principal de acuerdo con los indicadores de superficie sembrada y superficie cosechada es el maíz. De acuerdo con los datos obtenidos de las Cédulas de Información Municipal del INEGI, el maíz blanco es el primer cultivo con mejor rendimiento seguido por el frijol negro.

En relación con el indicador de superficie sembrada, el cultivo de agave mezcalero ocupa el segundo lugar después del maíz blanco. La industria mezcalera derivada del maguey es importante para la economía del municipio, aun cuando se encuentra muy cerca de Santiago Matatlán que es considerado el principal centro de producción regional de esta bebida.

La región en la que se encuentra el municipio de San Pablo Villa de Mitla es conocida como la Región del Mezcal, identificada principalmente por la Denominación de Origen de esta bebida. Esta región abarca los distritos de Tlacolula, Yautepec, Miahuatlán, Ejutla, Ocotlán, Sola de Vega y Zimatlán.

En Oaxaca es el estado con mayor riqueza en agaváceas, cuenta con 58 especies de las cuales 13 son endémicas. Estas plantas se adaptan a condiciones climáticas desfavorables, con largos periodos de sequía y altas temperaturas.

La maduración del agave depende de la región donde se siembre. En los Valles Centrales región donde se ubica San Pablo Villa de Mitla es necesario que un agave mezcalero madure de 8 a 10 años.

*Tabla 5 Producción agrícola de San Pablo Villa de Mitla para el año 2010*

| Cultivo/Variedad      | Superficie sembrada (Ha) | Superficie cosechada (Ha) | Producción (t) | Rendimiento (t/Ha) | Rendimiento precio medio rural (\$/t) | Rendimiento valor de la producción (miles \$) |
|-----------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|--------------------|---------------------------------------|---|
| Agave Mezcalero       | / 106.00                 | 5.00                      | 299.00         | 59.80              | 690.00                                | 206.31  |
| Alfalfa verde         | 6.00                     | 6.00                      | 476.16         | 79.36              | 445.00                                | 211.89  |
| Frijol / Otros negros | 90.00                    | 90.00                     | 64.80          | 0.72               | 14,800.00                             | 959.04  |
| Maíz grano Blanco     | / 1,357.00               | 1,327.00                  | 1,331.08       | 3.02               | 4,848.91                              | 6,454.28                                      |

Fuente: Elaboración propia partir de las Cédulas de Información Municipal. Disponible en: <http://www.microrregiones.gob.mx/zap/Economia.aspx?entra=zap&ent=20&mun=298>

Las personas que participan en actividades agropecuarias o forestales son en su mayoría hombres. De acuerdo con datos del Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007 existen 544 son hombres y 155 mujeres entre 18 a 60 años que se dedican a estas actividades.

Las familias agricultoras conocen cuántas toneladas de maíz se cosecha por hectárea. A partir de este conocimiento se decide la cantidad disponible para consumir dentro del hogar y la cantidad que se destinará para la venta. El siguiente testimonio de un agricultor de San Pablo Villa de Mitla da cuenta de ello:

Ahorita somos seis (en la familia). Se consumen tres kilos diarios. En una hectárea si es que se da bien, se cosecha una tonelada. Yo tengo casi tres hectáreas entonces de ahí un poquito menos de lo que se cosecha en una hectárea es lo que se consume en todo el año (Hombre de 55 años, grupo focal, Sastre y agricultor San Pablo Villa de Mitla, julio 2015)

Como ya se mencionó los hombres son los principales participantes en las actividades agrícolas. Sin embargo, existen actividades que están relacionadas con la siembra en la que participan los demás miembros de la familia. Por ejemplo, las mujeres y los hijos pequeños *deshierban* el terreno. Esta actividad consiste en eliminar las hierbas malas, verificar que no existan plagas y además para la recolección de quelites.

De esta actividad se obtienen hierbas de recolección como chepiles<sup>9</sup> y chepiche<sup>10</sup>. Hierbas que se utilizan como ingredientes principales de platillos típicos como el espeso de chepil, el enhierbado<sup>11</sup> y la sopa de guías<sup>12</sup>.

Durante la siembra y cosecha se realizan rituales católicos para pedir al Santo Patrono del municipio lluvias abundantes y así garantizar la cosecha. En el siguiente testimonio se muestran una serie de rituales relacionados con la siembra y cosecha en este municipio:

Fíjese que se siembra cuando la luna está muy redonda, luna llena, es para que el maíz aguante, para que el maíz no se pique. Y luego cuando van a pizar ya para entrar a guardar la mazorca, tienen que agarrar el copal para echarlo y dar gracias a Dios que ya dio cosecha. Por ejemplo acá llevan cubetitas para sembrar, unas cubetitas para echar el maíz y se ponen en el terreno y piden a Dios (Mujer de 60 años, grupo focal, Cocinera, julio 2015)

Como se mencionó en el apartado en el que se describe la producción económica del municipio en cuestión estadística la producción agrícola no es una actividad económica

---

<sup>9</sup> Hierbas de recolección que abundan en forma silvestre en la época de lluvias y que son utilizadas en varios guisos

<sup>10</sup> Tipo de quelite que se utiliza en la región de Oaxaca como acompañamiento de guisos y como ingrediente principal de la sopa de guías

<sup>11</sup> Guiso que se consume en la región de Valles Centrales de Oaxaca y que se prepara con tripas de res y hierbas de recolección como el chepil

<sup>12</sup> Sopa cuyo principal ingrediente son las guías de calabaza, es uno de los platillos que se consumen en la región de Valles Centrales de Oaxaca



importante. Sin embargo, reviste de importancia para cuestiones socioculturales debido a la provisión de productos de autoconsumo que se obtienen de esta actividad como el maíz y las hierbas de recolección y que son ingredientes de platillos principales que integran el inventario de la cocina cotidiana y festiva. También, la actividad agrícola ejemplifica la división sexual del trabajo en donde los hombres son los principales actores que participan en esta actividad pero en la que también se destinan espacios en los que participan las mujeres y niños.

A continuación se describe la producción ganadera del municipio y su importancia en la gastronomía de la región.

#### **4.1.2 Ganadería**

En el municipio la producción de alimentos de origen animal es a partir de la cría y venta de ganado bovino, porcino caprino y ovino. De acuerdo con datos del INEGI (2007) en el municipio se crían una mayor cantidad de cabezas de ovino que de cualquier otro animal. La producción de ovinos para consumo gastronómico se destina principalmente para la elaboración de barbacoa, platillo que se elabora en un horno de tierra y que se consume usualmente en la comida festiva.

La cría de aves de corral en los traspatios de los hogares es común en el municipio. De esta forma, los huevos obtenidos de estos animales se destinan para el consumo familiar y en ocasiones para la venta en el mercado. Las aves se sacrifican en ocasiones especiales como lo son ritos de paso y festividades católicas.

*Tabla 6 Existencias de aves de corral en San Pablo Villa de Mitla*

|                          | Gallos | Gallinas | Pollos de engorda | Pollos y pollas en desarrollo | Pollitos |
|--------------------------|--------|----------|-------------------|-------------------------------|----------|
| San Pablo Villa De Mitla | 55     | 111      | 0                 | 17                            | 5        |

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007

A diferencia de la producción agrícola, los productos de la producción ganadera se destinan principalmente al consumo alimentario de las familias en ocasiones festivas. Ya sea que las familias sacrifiquen los animales de crianza de sus traspatios o que recurran a la compra de ovinos y cerdos que se crían en la misma comunidad para satisfacer la demanda de las festividades.

En el siguiente apartado se analizarán los espacios físicos que existen en San Pablo Villa de Mitla en donde se procesan los alimentos para su posterior consumo.

#### **4.2 Procesamiento de alimentos**

Los molinos son el principal espacio físico donde se realiza el procesamiento en San Pablo Villa de Mitla. Estos espacios concentran molinos industriales que permiten que las mujeres realicen la molienda de maíz para posteriormente elaborar tortillas en sus hogares. También, existe la posibilidad de la molienda de ingredientes como almendras, cacahuates y chiles que serán utilizados para la preparación de los moles. En la siguiente imagen se observan mujeres esperando su turno para moler sus ingredientes durante la temporada de *todos los santos*.



*Figura 6 Molino de nixtamal en San Pablo Villa de Mitla*

Existen hogares que cuentan con molinos de granos caseros para el procesamiento de cantidades mínimas de ingredientes (Figura 7). Este tipo de molinos responde a la necesidad familiar de agilizar el proceso de elaboración de tortillas al sustituir el molido en metate.



*Figura 7 Mujer moliendo maíz en su hogar para el proceso de nixtamalización*

Por otro lado, existen tortillerías que se dedican al procesamiento de maíz nixtamalizado para la elaboración de tortillas. Existen dos tipos de tortillerías en el municipio:

1. Tortillerías industriales que utilizan máquinas para la elaboración del producto
2. Tortillerías en las que mujeres elaboran a mano las tortillas

Las tortillas elaboradas a mano son socialmente mejor aceptadas debido a las características organolépticas entre las que resaltan la resistencia de la masa y el sabor de la tortilla.



*Figura 8 Madre e hija elaboran tortillas de maíz para la venta al público*

Las panaderías son otro espacio físico en donde se procesan insumos para convertirlos en alimentos. Se trata generalmente de una actividad realizada por hombres, aunque cada vez participan más mujeres en su elaboración.

Las familias panaderas elaboran el producto en sus hogares o en panaderías establecidas. Sin embargo, muchas veces la producción se realiza en un lugar físico diferente a donde se comercializa. El proceso de la producción del pan lleva una serie de pasos, en la actualidad se utilizan electrodomésticos para su elaboración. Los ingredientes principales son harina, azúcar, sal, huevos, levadura fresca, aromatizantes como la vainilla, grasas como la

manteca vegetal y de cerdo. En la actualidad estos insumos se mezclan en la revolvedora, aparato que suplió realizar la actividad a mano.



*Figura 9 Panadera repartiendo pan a las visitas de su panadería*



*Figura 10 Panadero elaborando pan de muerto en la panadería de su familia*

Mientras los ingredientes se están revolviendo, se lleva a cabo la limpieza de las charolas. Cuando la masa está lista, se empieza a trabajar con ella. El panadero se encarga de realizar el diseño de los panes con utensilios específicos. El proceso de horneado es un trabajo que requiere de cinco horas al día. Por lo general esta actividad económica inicia de madrugada para asegurar una producción de pan que se ajuste a los hábitos de consumo de la población.

El pan es un alimento que se consume de forma cotidiana pero que adquiere mayor importancia en la comida festiva. Este elemento se describirá con mayor profundidad en los siguientes apartados.

### **4.3 Distribución y abastecimiento de alimentos**

Los canales de distribución de los alimentos que se producen al interior del municipio son principalmente canales directos. Los productores agrícolas venden sus productos directamente al consumidor. Esta venta se realiza en los hogares de las familias productoras

o en el mercado municipal. Los habitantes conocen quiénes son los agricultores que cosecharon maíz en cada temporada y por tanto, acuden a ellos para la compra del grano.

Tal como menciona uno de los agricultores del municipio:

A veces van a preguntarme si tengo maíz por kilos o por bultos. Un kilo cuesta, pues lo máximo serían ocho pesos, el maíz criollo (Hombre de 55 años, grupo focal, Sastre y agricultor San Pablo Villa de Mitla, julio 2015)

A diferencia de los granos como el maíz la venta de productos frescos se realiza principalmente a través del mercado municipal de abastos. El municipio forma parte del sistema regional de mercados-plaza en los Valles Centrales que describieron Malinowski y De la Fuente (1957).

Dicho sistema se organiza en función de una periodización semanal y tiene cierta jerarquía. El mercado primario lo constituye el mercado-plaza de la ciudad de Oaxaca que se coloca los sábados, al ser el eje del sistema de mercados es el más concurrido. Los mercados secundarios operan en las cabeceras distritales; Tlacolula (domingo) y Ocotlán (viernes), Etna (miércoles), Zaachila (jueves), Zimatlán (miércoles) y Ejutla (jueves). Estos mercados conforman los centros de intercambio más inmediatos de las comunidades periféricas que acuden semanalmente a realizar transacciones comerciales.

Los días sábados opera el mercado-plaza de Mitla y que se ubica en la entrada del municipio. Este mercado-plaza concentra gran variedad de productos y articula distintas localidades de la zona así como agentes de comercio que contribuyen a la integración comercial de varias culturas. Por tanto, el mercado-plaza de Mitla permite a las familias del

municipio adquirir productos de otras regiones del estado, así como productos frescos que se producen en las localidades cercanas al municipio.

Además del mercado-plaza que es un entorno móvil debido a que tiene un día específico para la venta de alimentos y no cuenta con espacio físico definido para esta acción, existe el mercado de abastos de Mitla que se localiza en las inmediaciones del palacio municipal y que tiene un horario de seis de la mañana a siete de la noche.



*Figura 11 Venta de carne en el tianguis durante la temporada de Todos los Santos*

El mercado de abastos tiene dos pisos, en la planta baja existen locales establecidos que, en su gran mayoría, son herencia familiar. La mayoría de los comerciantes en este piso son habitantes del municipio que venden productos frescos tales como carne, verduras y frutas. En la planta baja existe un área específica para la venta de comida preparada, existen comedores que venden alimentos que se consumen de forma cotidiana y un área destinada para el comercio de pan. Las áreas en las que está dividida la planta baja del mercado están señalizadas con letreros en español, inglés y zapoteco de Mitla. Las señaléticas fueron colocadas posteriores a un trabajo académico que se realizó en el municipio (Figura 12).



*Figura 12 Señalética colocada en el interior del mercado de abastos*

Estas señaléticas son un ejemplo de la forma en la que la comunidad busca preservar su patrimonio cultural al mismo tiempo que lo expone para el consumo turístico.

En el primer piso del mercado se concentran los comerciantes que vienen de municipios o localidades externas a Mitla. En esta zona no existen locales establecidos y los productos se exhiben en el suelo sobre lonas de plástico, tablonces de madera o canastos elaborados con palma. Los productos que se venden en esta zona son hierbas de recolección, productos de la pesca como camarones y pescados salados que provienen de la región del Istmo de Tehuantepec así como frutas y verduras *criollas* que los mismos productores definen así al ser producidas en las localidades cercanas al municipio tales como San Lucas, San Bartolo, San Juan Albarradas. Dicha definición toma relevancia en el momento en el que se explica de esta forma a los posibles consumidores externos al municipio.

Los alimentos de origen animal que se comercializan al interior del mercado provienen de los productores ganaderos del municipio, así como de productores externos, ya sea de municipios o localidades aledañas o incluso de otros Estados.

Los alimentos de origen animal se clasifican en dos tipos: criollos; todos aquellos animales que son alimentados con forraje, granos y restos de comida y que son criados por los



propios vendedores y los animales de rancho; se obtienen de granjas comerciales y son alimentados con productos especializados para la cría de animales.

La principal diferencia entre estos dos tipos de producción son el tamaño y el color del animal. Los animales *criollos* tienden a ser más pequeños y tienen un color blanco, mientras que los de rancho son más grandes y de color amarillo. Estas características son mucho más notorias en las aves de corral. La población prefiere la compra de aves criollas para el consumo de platillos festivos.

La venta de animales en pie es una actividad común en el día de plaza. A diferencia del mercado municipal en dónde es más común encontrar aves que fueron sacrificadas por la mañana. El sacrificio diario implica que se pueda ofrecer un producto fresco, característica valorada por la población. Las carnicerías venden carne de res y cecina de cerdo. Los demás productos de cerdo, como costillas, chuletas, chicharrón, chorizo y asiento se venden en los locales denominados tocinerías.

De acuerdo con el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) para el año 2019 el municipio no cuenta con ningún rastro y/o centro de matanza en el que se realice vigilancia o seguimiento. Sin embargo, de acuerdo con los datos obtenidos en campo a través de entrevistas informales los productos que se comercializan se sacrifican en los hogares de los productores o en lugares que la población conoce como rastros.

#### **4.4 Preparación y consumo de alimentos**

A continuación se describen algunos de los platillos que forman parte del inventario gastronómico de la región. Por motivos de espacio no es posible describir cada uno de los ingredientes o platillos que conforman la gastronomía oaxaqueña pero a manera de resumen en el Apéndice A se encuentra el inventario gastronómico que se recolectó en la primer etapa de esta investigación.

Oaxaca es conocida como la tierra de los siete moles, nombre en el que se agrupan los moles más representativos el Estado y que son el colorado, el manchamanteles, el chichilo, el verde, el amarillo, el coloradito y el negro.

El mole negro y el coloradito son los más utilizados para la comida cotidiana y de fiesta, usualmente se acompañan de una pieza de pollo o de guajolote y el sobrante se utiliza para hacer enchiladas o tachos enchilados. El chichilo es uno de los moles con menos pungencia y se prepara durante los velorios para ofrecerlo a los acompañantes durante los rezos.

En San Pablo Villa de Mitla se preparan tamales rellenos de mole negro, verde y amarillo, también se venden tamales rellenos de frijol y hierbas de recolección como el chepil. Estos alimentos forman parte del inventario gastronómico de la comida cotidiana, festiva y comercial y son comercializados por mujeres en el mercado de abastos o en la vía pública.

Los higaditos son un platillo que se consume en los ritos de paso como bautizos, quince años y bodas. Se elaboran con caldo de pollo, huevo y carne deshebrada de pollo y res.



*Figura 13 Higaditos*

La sopa de frijol y garbanzo molido acompañados de hoja de aguacate y hierbabuena son platillos que recurrentemente se preparan en los hogares pero que no se pueden encontrar en la comida comercial.

Los chapulines, insectos que son recolectados en los campos de alfalfa, son otro ingrediente principal de la cocina de esta región. Son un producto de temporada, pero que en la actualidad es posible encontrarlos a lo largo del año. Estos se consumen en tacos y salsas, incluso hay quienes los consumen como botana. Los gusanos de maguey sirven para la elaboración de salsas que acompañan platillos como la sopa de guías. Existen dos tipos de gusanos, los que provienen de la planta del maguey y aquellos que son de plantas cercanas a los magueyes.

El quesillo es un ingrediente común que se utiliza para la elaboración de empanadas de flor de calabaza o champiñones, se agrega a las tortas y a las tlayudas pero también se consume de manera individual antes de las comidas a manera de botana.

Las bebidas que más se consumen en el municipio son tejate, aguas frescas con nieve, atole blanco y chocolate atole. Cada una de ellas se consume en diferentes ocasiones. Por ejemplo, el tejate es una bebida elaborada a base de maíz que anteriormente se consumía durante la jornada agrícola, debido a su contenido energético permitía a los agricultores obtener energía suficiente para continuar con sus actividades. En la actualidad, es común encontrar mujeres vendiendo esta bebida en el interior del mercado y es consumida por el resto de la población como una bebida refrescante. El chocolate-atole es una bebida que se elabora a partir de pequeñas bolitas elaboradas con cacao que se disuelven en atole blanco. Una de sus características es que se sirve en jícaras con espuma abundante. A diferencia del chocolate de agua esta bebida se consume principalmente en las festividades de la comunidad.

En este apartado se describieron algunos de los platillos que conforman la gastronomía de la región. Para cuestiones de análisis se decidió clasificar a los platillos en tres grandes rubros: comida cotidiana, ritual y comercial.

De acuerdo con Contreras la cocina cotidiana se entiende como aquella cocina que forma parte de lo habitual, del día a día de los habitantes de una comunidad. La cocina que se repite y que no sale de la normalidad.

La cocina festiva o ritual tiene sus propias dinámicas y pese a que utiliza algunas de las preparaciones de la cocina cotidiana existe una diferenciación en el tiempo y en el ritmo que se rige de acuerdo con el propósito de la fiesta. Las festividades se dividen en fiestas relacionadas con la religión católica y con los ritos de paso del ciclo de vida.

Tanto la comida cotidiana como la ritual son medios para la transmisión de conocimientos de generación en generación. Durante la preparación de los alimentos, las mujeres aprenden técnicas de cocción, forma y tiempo para servir, las costumbres y los significados que giran en torno a alimentos y bebidas, y las diferencias entre comida cotidiana, ritual y comercial.

La cocina comercial es aquella que se prepara y consume en entornos físicos destinados a la venta de productos alimenticios. Este tipo de cocina se puede encontrar en la vía pública en puestos fijos o semifijos o incluso es comercializada por vendedoras y vendedores que utilizan únicamente canastos de palma para transportar sus productos.

A continuación se explican las características específicas de cada tipo de cocina para el caso de San Pablo Villa de Mitla.

#### **4.4.1 Comida cotidiana en San Pablo Villa de Mitla**

La comida cotidiana en San Pablo Villa de Mitla tiene una estructura de tres tiempos; desayuno, comida y cena. De acuerdo con las informantes la comida cotidiana no requiere preparaciones en las que se dedique más de dos horas para su preparación. Sin embargo, pudimos notar que las cocinas no contabilizan las horas que dedican a la nixtamalización ni a la elaboración de tortillas, esta actividad la realizan todos los días por la mañana para poder ofrecer tortillas recién hechas a su familia y por lo regular lleva más de tres horas desde que se inicia el proceso de nixtamalización.

Por lo regular, los hogares cuentan con dos espacios para la preparación de la comida. Uno de ellos es el traspatio, donde se encuentran los animales para autoconsumo, como aves de

corral y marranos. Además, en la mayoría de los traspatios, existen árboles frutales y hierbas de olor sembradas al ras del suelo o en macetas.

En los traspatios algunos hogares cuentan con una cocina al aire libre que consta de un fogón colocado sobre tabiques lo que lo coloca a la altura adecuada para que estando de pie se pueda hacer uso de él. Sobre el fogón se coloca un comal de barro que se cura con cal para evitar que las tortillas se peguen. En las cocinas al aire libre se utilizan instrumentos como el comal, las ollas de barro y el metate. Diariamente las mujeres echan tortillas de maíz para que en cada tiempo de comida existan tortillas frescas. Los frijoles son otra comida que se prepara con regularidad en las cocinas al aire libre de estos municipios. El principal motivo de la preparación de estos dos alimentos es el sabor que toman al prepararlos de ésta forma.

Además de la cocina al aire libre los hogares cuentan con una cocina cubierta al interior del hogar. A diferencia de la cocina abierta, existe una estufa de gas, un refrigerador y una licuadora. Es en este lugar donde se preparan los alimentos restantes, tales como sopas, guisados y bebidas como el chocolate de agua, chocolate atole, atole de maíz blanco y aguas de frutas naturales.

Además de las cocinas de humo, la mayoría de los hogares cuentan con estufas de gas. Tal como menciona Christie (2002), en la mayoría de estos hogares existe una combinación en los instrumentos que entran en juego para la elaboración de la comida cotidiana que demuestra que la modernidad no elimina por completo procesos tradicionales.

En las estufas de gas se elaboran el resto de los alimentos para la comida cotidiana. El uso de la licuadora es cada vez más frecuente ya que aumenta la rapidez y la practicidad, pero

la molienda del nixtamal y la elaboración de salsas se siguen realizando en el metate para las comidas principales.

El consumo de los alimentos se lleva a cabo principalmente en la cocina de los hogares, donde existe una mesa de madera destinada para esta actividad. Las acciones relacionadas con el consumo de alimentos tienen un componente de género, la madre es la que sirve la comida y los hijos o hijas ayudan en la repartición de los platos. Los esposos pocas veces se relacionan con estas actividades, sin embargo participan en actividades que requieren fuerza física, como mover de un lugar a otro el metate o colocar los tabiques donde coloca el fogón.

Todas las comidas se acompañan con tortillas de maíz preparadas por las mismas mujeres en sus fogones o tortillas de máquina que son compradas en las tortillerías. Los alimentos se acompañan con agua de sabor elaborada en el mismo hogar o con algún refresco embotellado.

El consumo de pan en el municipio se realiza de manera cotidiana. El pan dulce es un alimento que se consume durante el desayuno o cena. Se acompaña con chocolate de agua, café de olla, atole blanco e incluso avena. El pan salado se consume durante la hora de la comida o en el almuerzo como acompañamiento de las comidas.

#### **4.4.2 Comida festiva en San Pablo Villa de Mitla**

La comida festiva o ritual es aquella que celebra momentos relevantes en los ciclos de vida de los individuos y celebraciones relacionadas con festividades católicas. Durante las festividades se preparan platillos con ingredientes diferentes a los utilizados en la cocina

cotidiana. Las preparaciones se caracterizan por ser más elaboradas y requieren mayor tiempo; asimismo, el precio de los insumos suele ser más elevado debido a que se buscan ingredientes de mejor calidad. Para la preparación de esta cocina se utilizan instrumentos como el metate, las ollas y los comales de barro que le otorgan a los alimentos el estatus de *tradicional*.

La cocina festiva está basada en el apoyo mutuo y a través de una organización jerárquica. La principal figura en esta estructura es la cocinera tradicional quien es la persona con mayor relevancia social en la preparación de los platillos. En ocasiones algunas de las cocineras tradicionales tienen negocios de venta de comida al público y son reconocidas socialmente por la comunidad al ser la figura que transmite los conocimientos culinarios de generación en generación.

Durante las festividades las cocineras tradicionales son mujeres especializadas en la preparación de platillos en grandes cantidades. Este conocimiento es uno de los reconocimientos sociales más importantes que tiene la comunidad hacia la figura de la cocinera tradicional debido a que son ellas las que reconocen el punto exacto en que los platillos están listos, además de ser capaces de organizar al resto de las mujeres que participan en las actividades relacionadas con la cocina tradicional.

La presencia de estas cocineras en el municipio es un ejemplo de organización y validación social que surge a partir de una dinámica de género en la que las mujeres, por cuestiones sociales, son las proveedoras de la alimentación.

La compra de los insumos generales se lleva a cabo en el mercado municipal y en caso de aquellos que son más específicos se compran en el mercado de Tlacolula de Matamoros



debido a que es uno de los mercados-plaza con mayor variedad de productos de la región. Cuando los ingredientes se han comprado es cuando se reparten las actividades.

Las relaciones sociales que se establecen en torno a la preparación de comida festiva son más complejas: requieren una mayor organización social que la cotidiana. Los traspatios toman relevancia en las comidas rituales al ser el centro de trabajo femenino comunitario. La dinámica social dicta que en los traspatios de las iglesias o de algunos hogares se monten cocinas de humo y tablonas para la elaboración de la comida.

Durante la preparación de la comida en los traspatios la cocinera tradicional reparte las actividades, por lo que se forman pequeños de grupos de mujeres cada uno con una actividad específica. La cocinera principal se encarga de las actividades que requieren mayor destreza y por lo tanto mayor conocimiento, habilidades y experiencia, por ejemplo, la preparación de téjate, moler en el metate los ingredientes principales, decidir el momento exacto en que los chiles se deben retirar del fuego, etc.

El resto de las mujeres jóvenes realizan actividades como desvenar los chiles para el mole, hervir el maíz en ceniza para después elaborar tejate, preparar atole de maíz, formar las tablillas de chocolate o llevar a moler el maíz al molino; mientras que las mujeres de mayor edad y con más habilidades en la cocina muelen los ingredientes para el mole y el tejate en el metate, preparan los alimentos en las ollas de barro y participan en las decisiones sobre la cantidad de condimentos y el tiempo de cocción de cada platillo.

Para el consumo de los alimentos los platillos se sirven en grandes retablos colocados en sitios al aire libre. Antes de consumir los alimentos se realiza un ritual religioso por medio del cual se agradece y bendicen los alimentos. Previo a la comida se reparte mezcal y

cerveza bajo la idea de que esta “bebida amortigua los condimentos y la cantidad de grasa con la que se prepara la comida” (J. Hombre 32 años, Ex responsable de la zona arqueológica). La comida se sirve en platos de porcelana, y la comunidad se organiza para la distribución de los platillos en la mesa.

La cocinera tradicional sirve el platillo principal, mientras que las demás mujeres sirven los otros platillos. Los hombres son los encargados de repartir las bebidas alcohólicas y bebidas dulces como agua de horchata y refrescos embotellados.

El gasto económico de los insumos corre a cargo de los anfitriones de la fiesta, ellos pueden comprarlos y entregárselos a la cocinera tradicional o en su defecto ella recurre a la compra, sin embargo es más común que se lleve a cabo la primera acción.

En las fiestas patronales, que son aquellas fiestas en las que se festeja al Santo Patrono del templo existe un encargado de realizar la fiesta lo cual incluye desde la organización, la compra, preparación y entrega de alimentos. El encargado es llamado mayordomo, éste cargo es elegido por la población y tiene una duración de un año, pasado este tiempo se escoge a otra persona.

Anteriormente, la tradición marcaba que era una persona de preferencia un hombre el que tomaba el cargo de mayordomo. Con el paso del tiempo la tradición fue cambiando. En la actualidad se elige a un grupo de personas para que organicen la fiesta patronal debido a que el gasto económico es excesivo para una sola persona.

Las funciones del mayordomo casi siempre las realizan hombres de la comunidad. Las esposas de dichos encargados se dedican a la organización de la preparación de los

alimentos. Si la esposa del mayordomo cuenta con las habilidades necesarias para este puesto ella funge como la cocinera principal. En caso de no ser así se contrata a una de las cocineras tradicionales del municipio.

Durante las bodas el pan toma importancia debido a su dimensión simbólica. Este alimento es utilizado como ofrenda durante los pedimentos de casamiento. La familia del novio entrega a la familia de la novia una ofrenda de dos tipos de panes; marquesote y el pan de cazuela. El pan se entrega en canastos de palma especialmente comprados para esta ocasión. La entrega se realiza antes de la boda.

De igual manera, el simbolismo del pan durante la celebración de *todos santos* resulta relevante para la actividad económica del municipio. Durante esta festividad los panaderos elaboran el tradicional pan de muertos. Este pan forma parte del inventario gastronómico de las festividades de la región.

A través de piezas de pan se representa a las personas fallecidas. Existen panes dedicados a los adultos y otro para los niños, estas últimas piezas de pan llevan el nombre de angelito. La forma del pan es ovalada, tratando de representar el cuerpo de una persona. Ya horneados se decoran con una mezcla de azúcar y huevo y chispas de colores. En la parte superior se coloca un adorno elaborado con azúcar y teñido con colorantes naturales que representa una cara.



Figura 14 Pan de muerto de San Pabo Villa de Mitla

Es tradición que estos panes se encuentren en las ofrendas de día de muertos, además es una ofrenda que hacen los ahijados a sus sobrinos cuando van a visitarlos en estas fechas. La tradición marca que se debe de llevar un pan de muerto y tabletas de chocolate cuando se visita cada uno de los hogares. Los ahijados deberán visitar a todos sus padrinos durante la temporada festiva.

### **4.3 Comida comercial en San Pablo Villa de Mitla**

En el municipio existen comercios destinados a la venta de alimentos, tanto para el consumo local como para el turístico. La cocina comercial se vende tres principales puntos: restaurantes, comedores y puestos de venta en la calle. Cada uno de estos negocios cuenta con características que los diferencian, entre las que se encuentran los alimentos que se ofrecen, el horario de servicio y los consumidores que reciben. Los restaurantes tienen dos modalidades para presentar los alimentos ya sea mediante una carta o menú previamente establecido o a través de un servicio de buffet. En ocasiones los mismos guías de turistas explican a los grupos de visitantes cuáles son los platillos que se presentan en el buffet (Figura 15) se les dice el nombre, ingredientes y el grado de pungencia de platillos como los moles. De esta forma, los turistas pueden proceder a elegir sus alimentos.



*Figura 15 Grupos de turistas escuchando la explicación de los platillos del buffet*

Los comedores son establecimientos más pequeños que los restaurantes, su principal público consumidor son los habitantes de Mitla pero en ocasiones reciben visitas de turistas. El menú que ofrecen los comedores se modifica diariamente y se ofrecen uno o dos guisados. Este tipo de negocios también vende tortas, jugos y licuados, además de almuerzos y cenas que son paquetes compuestos por algún guisado y alguna bebida caliente como chocolate o café.



*Figura 16 Comedor en una de las calles principales de San Pablo Villa de Mitla*

Los puestos de venta en la calle se caracterizan por ser negocios fijos o semifijos que venden tlayudas, tacos dorados, empanadas y memelas. Estos negocios atienden principalmente a población de Mitla y a turistas nacionales ya que de acuerdo con testimonios recabados con vendedoras de comida los turistas internacionales no consumen alimentos en estos negocios. Además de la venta de comida en puestos fijos o semifijos también existen mujeres que venden alimentos como tamales o tortillas en canastas de palma.

Los restaurantes son espacios donde se llevan a cabo hechos sociales totales y en los que se negocian los gustos. Fine, por su parte, afirma que en las cocinas de los restaurantes se

materializan de manera clara las interacciones de constructos sociológicos asociados al fenómeno alimentario.

Retomando el concepto de Bourdieu de los espacios sociales, Hassoun (2014) afirma que los restaurantes tienen que ser considerados como *espacios sociales totales* que permiten observar no solo las interacciones de los actores que participan en ellos, sino también la adquisición de estatus, pertenencia y filiación política que se manifiestan en estos espacios, al tiempo que pueden asumirse como registros vivos de las transformaciones históricas y urbanas de los lugares donde se encuentran (Vázquez-Medina: 2016).

En este sentido, su propia configuración como instituciones permite analizar, dentro de un espacio determinado, cómo rasgos sociales y culturales como la etnicidad, el parentesco, la memoria y las resistencias se pueden analizar a través del estudio de la preparación de alimentos (Vázquez-Medina: 2016).

### **Conclusiones del capítulo**

En este capítulo se describieron los elementos que conforman el sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla; la forma de producción, distribución, aprovisionamiento y consumo de alimentos. Esta descripción permitió analizar las diferencias entre comida cotidiana, festiva y comercial. También se presentaron los tiempos y ritmos del paisaje alimentario, los alimentos que otorgan identidad territorial y que son susceptibles de usarse como recurso turístico. En el siguiente capítulo se describe el proceso por el cual ciertos elementos de la comida festiva forman parte del patrimonio gastronómico que posteriormente será utilizado como recurso turístico

## **Capítulo 5. Turismo en San Pablo Villa de Mitla**

El objetivo de este apartado es presentar los proyectos turísticos que existen en San Pablo Villa de Mitla. La importancia económica de dichos programas, las decisiones políticas de cada uno, la construcción de los atractivos turísticos locales a partir de ellos y la relación del patrimonio alimentario para el turismo con el sistema alimentario local.

### **5.1 La zona arqueológica de Mitla: principal atractivo turístico local**

Como se mencionó en capítulos previos cuando se retomaron los trabajos de Smith, 2006 y Comaroff, 2011) existen algunos rasgos que se descontextualizan de uso habitual y que se mercantilizan para ofrecerse como recurso turístico. En este sentido retomamos la noción de la importancia del turismo cultural que se ha encargado de resaltar a la zona arqueológica de Mitla como el elemento turístico más importante no solo del municipio sino también de los puntos circunvecinos.

La zona arqueológica de Mitla se encuentra en la porción norte del Valle de Tlacolula. Está compuesta por cinco conjuntos, cuatro de los cuales son muy parecidos entre sí, al estar formados por dos patios cuadrangulares rodeados por grandes salones en cada uno de sus lados. El otro conjunto es un solo patio rodeado por basamentos escalonados elaborados con adobe. Estos conjuntos han sido denominados de norte a sur: Grupo de la Iglesia, del Establecimiento Católico o del Norte; Grupo de las Columnas; Grupo del Calvario; Grupo del Arroyo y Grupo del Sur.

La principal característica de esta zona es que las fachadas de los salones y sus muros interiores decorados con mosaicos de roca caliza formando grecas, sello distintivo del linaje

Zapoteca que habitó ahí a la caída de Monte Albán, en la actualidad es uno de los símbolos que le otorga identidad al municipio.

Posterior a la conquista española, en 1528, Mitla se convirtió en San Pablo Mitla por la imagen del santo católico impuesta por los evangelizadores para ser venerada en el municipio (Robles, 2016). Con su llegada, se realizó un cambio en la traza urbana ya que asentaron templos católicos públicos sobre edificios que habían sido áreas exclusivas.

Se edificó un templo católico colonial construido encima del patio sur del conjunto prehispánico del grupo del Norte. La construcción de la iglesia data de 1959 y su estructura se ha mantenido en la actualidad, con excepción de los contrafuertes las cúpulas de la cubierta que son más recientes y reemplazan la techumbre de dos aguas.

La invasión de áreas monumentales prehispánicas propició que la población dejara de respetar los límites impuestos. Dicha invasión, ha ocasionado que en la actualidad el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) no haya podido recuperar por completo los terrenos que se encuentran en los cinco conjuntos que conforman la zona arqueológica de Mitla. El 7 de diciembre de 1993, a través del Diario Oficial de la Federación, se publicó el Decreto en el que se declara zona de monumentos arqueológicos a Mitla. La superficie que se declaró zona arqueológica fue de 38 hectáreas, 86 áreas y 83 centiáreas. (CONAFOR, et al 2009).

La zona arqueológica es uno de los recursos turísticos principales del municipio. En el Grupo Norte se ubica el museo de sitio. La entrada a este conjunto arquitectónico tiene un costo de \$75.00 MN. La entrada es gratuita para los estudiantes, maestros, jubilados, pensionados, personas con discapacidad y menores de 13 años. Asimismo, estarán exentos del pago de este derecho, los visitantes nacionales y extranjeros residentes en México que



accedan al museo y zona arqueológica los domingos de acuerdo con el Art. 288 de la Ley Federal de Derechos.

El ingreso a los demás conjuntos arquitectónicos es gratuito debido a que se encuentran distribuidos a lo largo del municipio y no se encuentran resguardados por ninguna autoridad, lo que a su vez ha permitido que los habitantes utilicen esos predios para fines particulares. De acuerdo con un estudio elaborado en 2001, las oficinas de Catastro del municipio tienen registrado dos propietarios dentro del Grupo del Norte y once en el Grupo de las Columnas que se niegan a vender los terrenos debido a que están sobre el circuito turístico y construyen locales comerciales para la venta de artesanías (Nicolás, 2001).

Además de la zona arqueológica la región cuenta con características naturales que permiten la promoción de ecoturismo. Un ejemplo son las Cascadas Pétreas de Hierve el Agua o conocidas por sus pobladores como Roaguía. Estas cascadas son uno de los cerros sagrados que rodean a Mitla, geográficamente se encuentran en el municipio de San Lorenzo Albarradas pero la cercanía con Mitla ha permitido que los turistas utilicen el municipio como punto de partida para visitar esta área natural protegida lo que favorece el turismo en el municipio.

Hierve el Agua anteriormente fue un centro ceremonial donde el agua se canalizaba por canales que con el paso del tiempo se han fosilizado. Este proceso de fosilización y la gran biodiversidad que existe en la región permitió que en 1997 Hierve el agua fue declarado Parque Estatal convirtiéndose en una de las seis Áreas Naturales Protegidas del estado.

Las Cuevas Prehistóricas de Yagul y Mitla son otro recurso natural que permite el desarrollo de ecoturismo. En 2010, estas Cuevas fueron declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO ya que esta zona es un centro de origen y domesticación de maíz, calabaza y

algunas especies de chile. Las cuevas incluyen un área de 5.300 ha que incluyen elementos culturales, arqueológicos, naturales, sociales e identitarios que comparten los municipios de Tlacolula de Matamoros, Villa de Díaz Ordaz y San Pablo Villa de Mitla, junto con la agencia municipal de Unión Zapata (Ríos Allier, 2015).

El municipio no cuenta con indicadores turísticos por lo que para estimar la llegada de turistas nacionales e internacionales a la localidad es necesario analizar el número de visitantes al museo de sitio y al Grupo Norte de la zona arqueológica. A continuación, se presentan los datos para el periodo 2014-2018. La elección de este periodo se debe a que abarca un año antes de la declaratoria de pueblo mágico y de la inclusión del municipio a la Ruta Caminos del Mezcal. Del año 2017 al 2018 se presentó un repunte de las visitas nacionales y un crecimiento continuo de las visitas internacionales.

*Tabla 7 Estadísticas de visitantes a la zona arqueológica de San Pablo Villa de Mitla*

| Año  | Turistas   |             |
|------|------------|-------------|
|      | Nacionales | Extranjeros |
| 2015 | 10,769     | 1,754       |
| 2016 | 10,916     | 489         |
| 2017 | 16,580     | 700         |
| 2018 | 11,505     | 2,897       |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas del INAH

La llegada de turistas al municipio requiere que exista infraestructura básica para la recepción de los visitantes. San Pablo Villa de Mitla se encuentra a una distancia de 47.3 Km. (aproximadamente 30 minutos) de la capital del estado, así como a 13.4 Km. (16 minutos) del municipio de Tlacolula. Ambas localidades son consideradas destinos visitados por turistas nacionales e internacionales. Esta ubicación permite que los visitantes pernocten en cualquiera de estos dos lugares y se trasladen por la carretera federal 90 a

Mitla. Las condiciones de la carretera, los caminos rurales, brechas y los accesos garantizan que los turistas se trasladen utilizando automóviles propios, autobuses turísticos o transporte público.

El circuito turístico del municipio está compuesto por la calle Morelos, 5 de Febrero y Reforma. Este recorrido permite al visitante llegar a la zona arqueológica desde Los Arcos de Bienvenida de la entrada al municipio. A lo largo del circuito se distribuyen restaurantes, comedores, hoteles y talleres de artesanías locales.

De acuerdo con datos obtenidos en los recorridos de campo en Mitla existen 6 hoteles en el municipio y 10 alojamientos que se ofrecen a través de plataformas tecnológicas que se basan en la economía colaborativa<sup>13</sup>. La mayoría de los hoteles tienen servicio de restaurante y los propietarios de alojamientos tipo AirBnB que ofrecen por lo menos un tiempo de comida por el precio de renta del cuarto. Además, existen comedores y restaurantes distribuidos en el municipio que atienden tanto a habitantes de la localidad como a los turistas que visitan el municipio.

Las características que se acaban de describir contribuyeron a que el municipio se incorporara a dos grandes proyectos de turismo; *Ruta Caminos del Mezcal* y *Programa de Pueblos Mágicos*. Ambos programas se enmarcan en un proceso turístico que se ha conformado con el paso del tiempo. En el siguiente apartado se presenta el desarrollo del

---

<sup>13</sup> De acuerdo con Dredge y Gyimóthy (2015) citados en Moreno-Izquierdo, et al (2016) la economía colaborativa hace referencia a economías híbridas impulsadas por la tecnología de la información y comunicación (TIC). A través de esta nueva oferta el turista consigue diversificar sus opciones de consumo.

Airbnb es un modelo de hospitalidad comercial que funciona a partir de un sistema de alquiler de habitaciones con el uso de un esquema social de búsqueda y gestión. De tal forma que los propietarios de viviendas alquilan segundas residencias y habitaciones a turistas.

turismo desde que el municipio se incorporó a ambos programas desde la transformación en infraestructura hasta las cuestiones políticas de cada uno.

A pesar de que el turismo en Mitla tradicionalmente está enfocado a la zona arqueológica existen otros programas articulados a entender nuevas formas de turismo que se han establecido por iniciativas ciudadanas. A continuación explicamos estos programas.

## **5.2 Proyectos turísticos en San Pablo Villa de Mitla**

La *Ruta Caminos del Mezcal* forma parte de las rutas turísticas económicas que implementó en 2015 la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico (STyDE) del Estado de Oaxaca. El objetivo de estas rutas es fomentar el turismo nacional a partir de las costumbres y tradiciones de cada una de las regiones en las que se divide política y administrativamente el estado<sup>14</sup>. En total se diseñaron 10 rutas. Cada una especializada en promocionar turísticamente algún recurso distintivo de la región. Como diferenciación con las demás rutas, *Caminos del Mezcal* utiliza la cadena productiva maguey-mezcal como el elemento principal del viaje turístico.

Caminos del Mezcal se ubica geográficamente a la región de Valles Centrales y está compuesta por seis municipios; Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacoahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, San Pablo Villa de Mitla y Santiago Matatlán, la cercanía entre estos municipios permite que el turista realice una visita continuada (Figura 18).

De acuerdo con el Plan Estratégico de la ruta su objetivo es: “posicionar a Caminos del Mezcal a nivel local, estatal, nacional e internacional, como un producto turístico e

---

<sup>14</sup> Para más información respecto a las otras rutas turístico-económicas se recomienda consultar la web oficial [http://www.Sectur.oaxaca.gob.mx/?page\\_id=57](http://www.Sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=57)

innovador que contribuya al desarrollo sustentable y a la articulación de cadenas productivas relacionadas con la producción de mezcal para impulsar la economía y desarrollo de la región” (STyDE, 2015).



Figura 17 Ubicación geográfica de los municipios que conforman la Ruta Caminos del Mezcal

El mismo año que el municipio se incorporó a Caminos del Mezcal la Secretaría de Turismo hizo oficial el 16 de octubre de 2015 el nombramiento de Pueblo Mágico a San Pablo Villa de Mitla. El programa Pueblos Mágicos es una estrategia turística que implementó dicha Secretaría en el año 2000. El objetivo del PPM es promover el desarrollo de las localidades con valor patrimonial, tanto natural y cultural, a través de un modelo en el que, a partir de la identidad local, como punto de unión, no solo las autoridades, sino

diversos actores, se involucran a partir de recursos, herramientas, intereses y necesidades (Figuroa, López y Valverde, 2016).

Con la puesta en marcha de este programa se busca mostrar la cotidianidad de un poblado, su paisaje, su cultura y su gente con la finalidad de promover el turismo nacional (López y Valverde, 2016). Dicha promoción se basa en el desarrollo de relaciones entre actores gubernamentales y no gubernamentales cuyas líneas de acción son el turismo y al patrimonio.

A partir de la promoción turística del patrimonio cultural y natural se pretende promover la inversión local y el desarrollo regional. Para lograr esta meta, la Secretaría de Turismo apoya económicamente a los municipios para mejorar la imagen urbana de las localidades, así como la inversión en proyectos enfocados en los recursos turísticos de cada pueblo mágico.

En un inicio, la Secretaría de Turismo se propuso declarar 52 pueblos mágicos. De esta forma los turistas tendrían la oportunidad de visitar un pueblo mágico cada fin de semana del año. Sin embargo, durante el periodo 2006-2012 aumentaron los nombramientos y el número de localidades declaradas Pueblos Mágicos ascendió a 83. Posteriormente, 2012-2018 se alcanzó la cifra de 111 pueblos mágicos lo que supera con creces la meta propuesta al inicio del programa. Para 2019 existen 121 localidades tienen la declaratoria de Pueblo Mágico.

El PPM define a un pueblo mágico como “aquella localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el

aprovechamiento turístico” (Secretaría de Turismo, 2002). De esta manera, la figura de pueblo mágico establecía un instrumento para fomentar el turismo en aquellas localidades que no entraban en el esquema de sol y playa, diversificando así la oferta turística lo que permitiría reforzar el turismo orientado cultura, tradiciones, aventura y deporte en escenarios naturales.

De acuerdo con los lineamientos del programa, la localidad no debía sobrepasar los 200 kilómetros o dos horas de distancia por vía terrestre desde un destino turístico consolidado o una población considerada como mercado emisor. De igual forma, era indispensable que geográficamente la localidad estuviera a solo una hora de servicios turísticos de alojamiento y servicios de comida (Secretaría de Turismo, 2002:1).

Como ya se mencionó, San Pablo Villa de Mitla cumple el requisito geográfico al encontrarse a una distancia no mayor de 50 Km. de una Ciudad Patrimonio declarada por la Unesco. Además, tiene una cercanía a un Parque Estatal Protegido y un Área Natural Protegida declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad lo que coloca al municipio en una ubicación geográfica idónea para la visita de turistas.

Además, para formar parte de este programa era importante que las localidades se integraran en un circuito turístico comerciable, o que estuvieran en proceso de incorporarse en el corto plazo (Secretaría de Turismo, 2001:7). Para la fecha en la que Mitla fue catalogado como pueblo mágico ya formaba parte de la Ruta Turístico-económica Caminos del Mezcal lo que le otorgó facilidad para incorporarse al nuevo proyecto turístico.

Por otra parte, en 2018 el municipio se integró a la lista de la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM)<sup>15</sup>. Para ser miembro de esta organización es necesario que el territorio tenga un sitio inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial. Estas declaratorias están enmarcadas en un proceso de patrimonio gastronómico que se ha venido gestando desde el año 2005. A continuación se contextualiza al lector sobre cómo han sido las iniciativas de las declaratorias, políticas y programas que han contribuido a la construcción del patrimonio gastronómico de Mitla.

Tabla 8 Declaratorias, políticas y programas de patrimonio gastronómico

| <b>Año</b> | <b>Evento</b>   | <b>Instancia ejecutora</b>                          |
|------------|---|---|
| 2005       | El expediente Pueblo de maíz. La cocina ancestral de México (Michoacán, Oaxaca y Puebla)  | UNESCO  |
| 2008       | Comida tradicional oaxaqueña “Patrimonio cultural inmaterial del Estado de Oaxaca”  | LX Legislatura del Honorable Congreso del Estado    |
| 2010       | Declaratoria de la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad. La tradición gastronómica de Michoacán cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán. | UNESCO  |
| 2014       | Política de Fomento a la Gastronomía Nacional   | Gobierno de la República y diversas secretarías     |
| 2015       | Creación Ruta Turística Económica Caminos del Mezcal el Valle de Tlacolula, Oaxaca de Juárez  | STyDE   |
| 2016       | Denominación de San Pablo Villa de Mitla como Pueblo Mágico, Oaxaca de Juárez   | Sectur  |
| 2017       | Primer encuentro de Cocineras Tradicionales de Oaxaca   | Sectur, STyDE                                       |
| 2018       | San Pablo Villa de Mitla como Ciudad Patrimonio   | Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial |

Fuente: Elaboración propia

<sup>15</sup> Para mayor información de la Organización de las Ciudad del Patrimonio Mundial <https://www.ovpm.org/es/ciudad/san-pablo-villa-de-mitla-mexico/>



El PPM incluye dentro de sus requisitos la celebración de festividades locales tradicionales tales como la festividad a San Pablo Apóstol que se festeja el 25 de enero o la celebración de todos santos el 1 y 2 de noviembre. Ambas festividades representan una oportunidad turística en la que los visitantes observan y participan en las tradicionales locales.

Por último, la Secretaría de Turismo solicita la creación de un Comité de Pueblos Mágicos (CPM) cuyo objetivo es coordinar los esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y sociales. Los lineamientos del PPM no limitan el número de integrantes, pero sí se sugiere que esté conformado por una amplia variedad de colectividades por lo que este órgano de representación ciudadana se constituye por representantes del sector de servicios; alojamiento, servicios de alimentos, comercio y turismo. Resulta necesaria también la inclusión de líderes de la comunidad, así como representantes de la autoridad municipal. Este último con carácter honorífico.

Los requisitos que deben cumplir los integrantes del CPM son: habitar en la comunidad, no ocupar un cargo de representación popular ni ser servidor público de los tres órdenes de gobierno, *ser una persona reconocida por su honestidad y responsabilidad en la comunidad*, tener presencia y capacidad de convocatoria. El objetivo del comité es ser el interlocutor entre los tres niveles de gobierno y la población a través de la consulta, análisis y propuesta de los proyectos turísticos que se realizan en la localidad. Una vez elegidos los miembros del CPM se selecciona por votación el presidente del comité.

En Mitla, el primer Comité de Pueblos Mágicos (CPM) se eligió en el año 2014 y se integró por un presidente, un secretario y seis vocales que representaban áreas importantes dentro del municipio; prestador de servicios de turismo, productores del área mezcalera,

personal administrativo que representaba al ayuntamiento; regidor de turismo y comunicación social, personas de la comunidad con conocimientos sobre cultura y tradiciones, un representante del transporte público; moto taxis y un representante del mercado de artesanías.

El comité fue el encargado de diseñar el expediente que se entregaría al personal de la Secretaría de Turismo. De acuerdo con el testimonio del representante de los prestadores de servicios la idea de integrarse al programa surgió después de una invitación personal que hizo la Secretaría de Turismo al presidente municipal en el año 2013. Tal como se puede apreciar en el siguiente testimonio:

Lo que yo sé es que en su momento se le hizo la invitación al presidente municipal que en ese entonces era el Licenciado Jaciel García. A él le interesó porque vio la oportunidad de una ventana turística más amplia que de por sí ya se tiene por la zona arqueológica, entonces se hizo un proyecto y se convocó a gente que estuviera interesada en participar. A mí me hicieron la invitación, yo creo que la invitación vino porque en el 2013 muchos ciudadanos hicimos un equipo para hacer la celebración del 125 aniversario de que Mitla se elevó a la categoría de Mitla e hicimos una serie de actividades culturales, deportivas y eso nos representó cierto éxito, cierta aceptación de la población y tuvimos la oportunidad de apertura del Museo Frissel (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante, marzo 2017)

De acuerdo con este testimonio para el presidente municipal el objetivo de formar parte del programa era aumentar la afluencia de turistas. Posterior a la invitación y debido al éxito logrado en la planificación de esta celebración las autoridades municipales deciden instituir el CPM para la creación del expediente.

La culminación del proyecto se dio en gran medida por la contratación de una empresa profesional encargada de monitorear las actividades y lineamientos del PPM, además de la experiencia cultural y práctica de personas de la comunidad que cuentan con conocimientos y saberes tradicionales. El siguiente testimonio del representante de servicios del CPM ejemplifica el proceso que se llevó a cabo para la declaratoria de pueblo mágico:

Me invitaron a participar y se armó todo un proyecto y se contrató a toda una parte profesional para generar una carpeta de un expediente que pedían y se hizo todo el seguimiento y tuvimos dos o tres etapas en las que se fueron avanzando. la parte más importante yo creo que fue la parte técnica que mucha gente se fue quedando en el camino que tenían o tienen mucho que aportar en el camino por ejemplo Teotitlán del Valle, pero no tuvieron esa parte técnica del expediente de escritorio de llenar todos los requisitos y nosotros ahí esa parte pues el criterio de contratar esa parte profesional y complementarla con la gente conocedora como el maestro Gildardo Hernández (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante, marzo 2017)

El primer presidente del CPM explicó, en entrevista para esta tesis, que la denominación de pueblo mágico correspondía a un esfuerzo comunitario. Además, hizo hincapié en el control de los lineamientos para mantener el nombramiento de pueblo mágico debido a la importancia turística que representa para la región: “Tenemos que seguir ciertos lineamientos que nos pone Sectur federal para mantener el título de PM y es ahí donde entra el comité para hacer los proyectos y presentarlos. Estos proyectos estarán en durante todo el año 2017 y la Sectur realizará visitas para verificarlas y mantener el nombramiento” (J. Hombre de 50 años. Productor de mezcal y Primer Presidente del CPM, entrevista julio 2015)

El esfuerzo comunitario y el trabajo en conjunto son características que varios integrantes del CPM identificaron como esenciales para el desarrollo local tal como muestra el siguiente testimonio del representante de servicios del CPM durante el primer periodo:

Mucha gente que se sumó al proyecto sin ningún tipo de interés más que ver el progreso del pueblo. Luego tuvimos la visita de un secretario del programa de pueblos mágicos estuvo aquí y le preparamos un mini tour porque nada más estuvo un día y medio y le mostramos en ese pequeño tiempo lo que Mitla tiene, lo que Mitla es, lo que Mitla representa y eso nos ayudó bastante en el criterio de evaluación y ya en la feria de los pueblos mágicos en Puebla tuvimos la fortuna de recibir el nombramiento. (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante y representante de servicios del CPM durante el periodo 2015-2017, marzo 2017)

Representantes de la Secretaría de Turismo realizaron una visita técnica en 20014 con el objetivo de asegurarse que el municipio cumplía con los lineamientos del programa. Por este motivo el CPM organizó una serie de actividades en las que se incluyó una cena en uno de los restaurantes que se ubican en el circuito turístico. El recibimiento se dio por la noche y las personas que participaron en esa visita trataron de representar una fiesta patronal para la comitiva de la Secretaría. A continuación, un testimonio del representante de servicios de alimentos y que además es administrador del restaurante donde se llevó a cabo la cena para la comitiva:

Él llegó una noche (el representante de la Secretaría), fue la banda por él, lo recibieron en el palacio municipal y de ahí vino a cenar aquí, hicimos un esfuerzo importante porque tenemos un horario más reducido, de diez de la mañana a siete de la noche, y la cena fue a las ocho y lo atendimos y vino con toda una comitiva, no suya si no de parte del mismo pueblo que se sumaron; hoteleros, restaurantes, artesanos, mezcaleros incluso. Fue más que

un número hacerlo sentir en Mitla en una fiesta, en este ambiente que nosotros tenemos cada semana o dos tres veces al mes no sé, fue hacerlo sentir eso (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante y representante de servicios del CPM durante el periodo 2015-2017, marzo 2017)

Los platillos que se presentaron a los invitados fueron elegidos por ser representantes del municipio. Para el administrador del restaurante dicha elección pudo tomar en cuenta platillos de *mejor calidad*, tal como se aprecia en el siguiente testimonio:

De cena me acuerdo de que fue una botana especial doña chica que es un platillo emblemático de nosotros que puedes probar varios antojitos; quesadillas, molotes, tacos dorados, cecina enchilada, carne frita, tostadita de quesillo, eso fue la cena. Decidimos ofrecerle eso porque tal vez es lo más representativo que nosotros tenemos, es un platillo donde vienen varios platillos porque es algo típico de Mitla, de Oaxaca, es algo representativo, pudimos ofrecer tal vez un platillo más Premium, por decirlo así, entre comillas, pero es algo más propio lo que nosotros ofrecemos (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante y representante de servicios del CPM durante el periodo 2015-2017, marzo 2017)

La visita de dicha comitiva incluyó, además, un *desayuno prehispánico* en otro de los restaurantes del circuito turístico. Este tiempo de comida consistió en tamales y chocolate atole. Se realizó toda la representación del ritual que se hacía en las bodas antiguamente<sup>16</sup>. Este tipo de actividades reflejan lo que cada vez se consensa más en la academia acerca de descontextualizar las prácticas culturales para mercantilizarlas como recurso turístico. El

---

<sup>16</sup> En las entrevistas los informantes mencionaron que éste era el ritual que se llevaba a cabo en las bodas pero ninguno de ellos fue capaz de mencionar el momento en el que se dejó de realizar. Sin embargo, si mencionaron que la pérdida de esta tradición podría deberse a la inclusión de nuevas tradiciones como la incorporación de platillos que presuponen modernidad como pasta y lomo de cerdo.

siguiente testimonio del representante de servicios ejemplifica la reproducción de una práctica cultural para ajustarse a los lineamientos de un proyecto turístico:

Te pasan la flor de fandango a los invitados que van a una boda les hacen ese protocolo de pasarles flor de fandango que te pasen la jícara a los ahuehuetes para que se laven los dedos, es algo no de higiene porque no te pasan jabón pero es algo ceremonial que cuando tu terminas te dan tu pan envuelto en campestre parece que le llaman es una especie de utensilio con telita para envolver tu ofrenda y te lo llevas a tu casa, hubo chocolate atole, tamales, algo muy prehispánico (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante y representante de servicios del CPM durante el periodo 2015-2017, marzo 2017)

En Mitla la concepción de lo prehispánico toma relevancia para la promoción turística del municipio. Para los habitantes el fomento turístico de los elementos que le dan *magia* a Mitla implica dar a conocer aquellas experiencias poco conocidas por los turistas y que permiten una experiencia novedosa como podemos observar en el siguiente testimonio:

La finalidad es difundir lo que tenemos en Mitla. Ellos (los turistas) quieren conocer a parte de la zona arqueológica qué es lo que hace a Mitla mágico. Entonces nosotros podemos comer con ellos una comida de fiesta, una comida cotidiana como es el caso de los platillos prehispánicos. Ya se pueden encontrar en algunos lugares estos platillos que no comúnmente se encontraban. (S.A. Dueño de restaurante, entrevista marzo, 2017)

Algunos de los platillos *prehispánicos* a los que se hace referencia son aquellos elaborados con insectos comestibles como menciona una cocinera que vende productos en la vía pública en los alrededores de la zona arqueológica: “De platillos prehispánicos por ejemplo

la tortilla hecha con el quiote del maguey<sup>17</sup> o salsa con larva de avispas<sup>18</sup>” (K. Vendedora de alimentos en la vía pública, entrevista, julio, 2015).

Posterior al desayuno que se preparó para la comitiva de la Secretaría, el grupo recorrió a pie el circuito turístico hasta llegar a la zona arqueológica y se terminó con una presentación de bailes típicos. La idea era mostrar parte de las tradiciones que se siguen llevando a cabo. De hecho, se hizo hincapié en que algunas de las actividades que se realizaron fueron imprevistas como la anécdota de la dueña de un hotel que salió a repartir mezcal a la comitiva como señal de agradecimiento y hospitalidad tal como se presenta en el siguiente testimonio:

Para mí lo más padre es que durante todas esas visitas a los lugares lo que más le daba valor era el acompañamiento de la gente que estaba ahí y que él podía ver y que íbamos caminando del centro a la zona arqueológica y la señora Adriana del hotel la zapoteca salió a regalarle un mezcal en una jicarita y le decía yo la verdad no sé quién seas pero veo que eres un visitante distinguido que viene con la autoridad que viene con la gente del pueblo y yo te quiero mostrar esta parte que somos así y ese tipo de detallitos ayudó (E. Hombre de 34 años, entrevista, administrador de restaurante y representante de servicios del CPM durante el periodo 2015-2017, marzo 2017)

Posterior a la visita de la comitiva de la Secretaría de Turismo, se dio la declaratoria de *Pueblo Mágico* por lo que para finales de 2015 Mitla formaba parte de dos programas turísticos. La promoción del municipio estuvo a cargo de la STyDE que diseñó folletos que incluyen la descripción de los seis municipios, sus principales atractivos turísticos, un mapa con la localización de palenques de mezcal, restaurantes y comedores.

---

<sup>17</sup> Tallo de la flor del maguey y que se consume frito, asado o en caldillo de jitomate

<sup>18</sup> Se preparan en una salsa que lleva chile costeño, agua y sal

La promoción del proyecto se basó en distribución de información vía carteles y folletos en la capital del estado. Además, se colocaron señaléticas viales a lo largo de la carretera federal 190. De esta forma se facilitó la identificación de las comunidades que conforman la ruta *Caminos del Mezcal*.

La Figura 19 muestra la portada del folleto turístico de la Ruta en la que resaltan imágenes relacionadas con los atractivos turísticos de la misma. De igual forma, se presentan los logotipos del gobierno del estado de Oaxaca, de la STyDE y los logotipos de las marcas turísticas *Vive México* y *Oaxaca*. La marca país *Vive México* es una estrategia de promoción internacional que busca atraer turistas e inversionistas. La creación de la marca país México se materializó en el año 2004. En 2007, por decreto presidencial, se crea PROMEXICO su objetivo era promocionar los negocios internacionales del país. Como consecuencia del aumento de la violencia los sectores privados y públicos se desvinculan de la marca México lo que ocasionó la creación de programas turísticos a nivel regional en lugar de nacional. (Echeverri, 2013).

Como resultado de esto, *Oaxaca* como marca se alinea a la marca turismo *Vive México*. El objetivo era representar al estado en su conjunto y a partir de ella los municipios crearan sus propias marcas para atraer turistas y así mejorar el desarrollo regional. La actual administración política de la localidad diseñó la imagen municipal basándose en la marca *Oaxaca* y los colores del Programa Pueblos Mágicos

Los folletos también incluían un directorio de restaurantes y comedores para que los turistas pudieran conocer la oferta gastronómica del municipio (Figura 20). De acuerdo con los testimonios de los informantes y lo recabado en los recorridos en trabajo de campo este



directorio solo incluye una lista corta de los comercios en donde los turistas pueden consumir alimentos. La decisión de la STyDE de inclusión en este folleto se debió a la ubicación geográfica de los negocios.

En la Figura 21 se presenta el interior del folleto en donde aparecen las *experiencias imperdibles* de acuerdo con la STyDE que los turistas tienen que visitar en de San Pablo Villa de Mitla entre los que se encuentran la zona arqueológica, los palenques de mezcal y los talleres textiles.

## Y esto no es más que el comienzo...

Otras regiones mezcaleras por descubrir

Desde hace varios siglos, el mezcal tradicional se elabora en municipios de distintas regiones del estado: Ejutla, Ocotlán, Tlaxiaco, Zimatán, Miahuatlán, Sola de Vega y Yautepoc son distritos que han transmitido el proceso artesanal del destilado de generación en generación, lo que constituye uno de los mayores tesoros de la cultura oaxaqueña.

Cada productor y cada comunidad tienen su propio método y magia para destilar mezcal; San Baltazar Chichicapam, San Dionisio Ocotepoc, San Juan del Río, San Lorenzo Albaradas, San Luis del Río, San Juan Guastavita, San Pablo Guitá, Santa Catarina Minas y Rojas de Cuauhtémoc, representan solo algunas de las muchas localidades en el territorio oaxaqueño que participan de esta actividad lo cual se traduce en una inmensa variedad de colores, aromas y sabores.

*¡Tienes que vivirlo!*

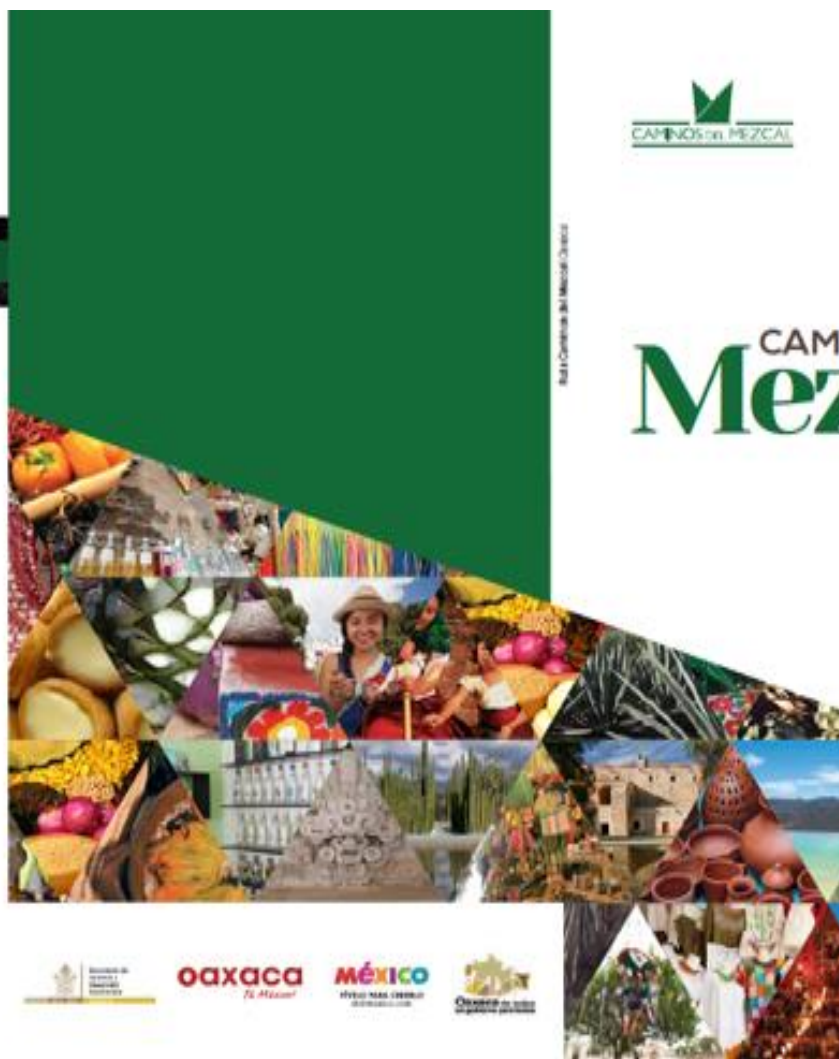


Figura 18 Portada del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal

**DÓNDE DORMIR**

**DON CENOBIO**  
Benito Juárez 3  
Tel. +52 (951) 568 0050  
Cel. +52 (951) 568 0330  
informes@hoteldoncenobio.com

**HOTEL ZAPOTECA Y RESTAURANTE**  
5 de febrero 12  
Tel. + 52 (951) 568 0026

**HOTEL MITLA**  
Benito Juárez s/n

**HOTEL CAMPANARIO**  
Francisco I. Madero 8  
Cel. +52 (951) 217 2493

**DÓNDE COMER**

**LA CHOZA DEL CHEFF**  
Carretera Internacional, km 2.9  
Cel. (951) 136 5882

**RESTAURANT DONAJI ANTONIO**  
Carretera Internacional, km 2.3  
Cel. (951) 136 7821

**RESTAURANTE EL FAMOSO**  
Carretera Internacional,  
km 1.7

**LA FINCA DE ADOBE**  
Carretera internacional, km 4  
Col. Roobias

**RESTAURANTE DOÑA CHICA**  
Morelos 41  
Cel. (951) 135 7922

**MERCADO MUNICIPAL DE ABASTOS**  
Independencia s/n  
Col. Centro

**DÓNDE COMPRAR**

**ARTESANÍAS 7 REGIONES**  
5 de febrero 13  
Tel. (951) 568 0056

**EL ANDADOR**  
Reforma 15  
Tel. (951) 568 0717  
Cel. (951) 162 9040

**LA COSTUMBRE**  
Nezahualcóyotl 12  
Tel. (951) 568 0391  
Cel. (951) 165 8080

**MERCADO MUNICIPAL DE ARTESANÍAS**  
A un costado de la Zona A

**TEXTIL BIA BEGUUG**  
Carretera Oaxaca-Mitla  
Paraje Roobias  
Tels. (951) 123 5606 / (951)

**ARTESANÍAS ALICIA**  
Morelos 37  
Tel. (951) 234 1806



*Figura 19 Interior del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal*

## San Pablo Villa de Mitla

Una de las más grandiosas zonas arqueológicas del país ocupa nada menos que el centro de esta localidad, que fuera un floreciente asentamiento zapoteco. La zona de Mitla cuenta con varios grupos de construcciones, entre ellos el de las columnas, situado junto a la iglesia. Los tableros de algunos salones están decorados con mosaicos de piedras engarzadas sin pegamento, que forman grecas de una impresionante belleza, mismas que suelen replicarse en los textiles y otras artesanías que se producen en la zona. Además en los alrededores de Mitla abundan los palenques, o fábricas artesanales de mezcal.

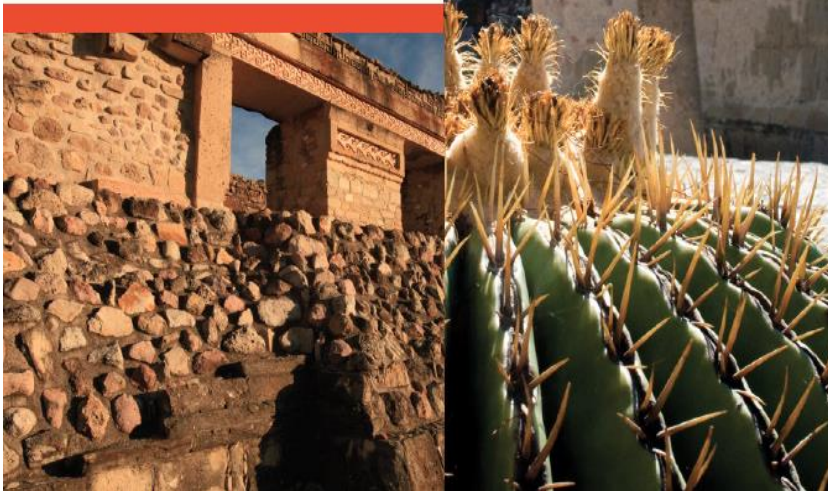


Figura 20 Interior del folleto turístico de la Ruta Caminos del Mezcal

## EXPERIENCIAS IMPERDIBLES

### CAMINAR POR LA CIUDAD DE LOS MUERTOS

La zona arqueológica de Mitla, o "la ciudad de los muertos", fue considerada un lugar de descanso, así como el segundo centro ceremonial zapoteco después de Monte Albán. Destacan las grecas labradas en piedra con diferentes diseños geométricos que adornan los muros de sus edificios y caracterizan su singular arquitectura.

### DESCUBRIR LA PLATAFORMA DEBAJO DEL TEMPLO

En el año 1590 se inició la construcción del templo en honor a San Pablo Apóstol, mismo que se erigió sobre una plataforma piramidal de Mitla: con estrategias como ésta la Iglesia católica estableció su poderío sobre los espacios dedicados a los antiguos dioses zapotecos.



### CONOCER LA PRIMERA IGLESIA DE MITLA

Este templo franciscano, dedicado originalmente a San Pablo Apóstol, fue construido también sobre una pirámide, aquella dedicada al sol. Posteriormente el edificio fue abandonado y más tarde se le dio el nombre de El Calvario.

Sin embargo, durante el trabajo de campo observamos que la entrega de los folletos se realizó únicamente durante el año 2016. Esta decisión se debe a que las autoridades municipales de Mitla no participaron en la promoción turística de la ruta. Esta decisión partía de la creencia de que la responsabilidad recaía en la STyDE como podemos observar en el siguiente testimonio del regidor de turismo:

De hecho la Secretaría de Turismo es la que está promocionando según a nivel nacional e internacional mediante guías, hicieron una edición en no sé cuántos ejemplares que distribuyen en no sé si en aeropuertos, en hoteles, en agencias de viajes entonces lo que ellos nos explicaron es que van a promocionar el producto. Lo que buscan es que todas las operadoras de turismo, todos los que traen turistas pues son los que van a vender ese producto, mediante esas operadoras (E. Hombre de 50 años, Director de turismo durante el periodo 2015-2017, entrevista noviembre 2016)

Dicho testimonio ejemplifica la nula participación en la promoción de la ruta, así como el desconocimiento de las acciones que llevaba a cabo la STyDE para realizar dicha acción. Para las autoridades municipales la ruta *Caminos del Mezcal* estaba a cargo únicamente de la STyDE. Por su parte, la Secretaría de Turismo incluyó a Mitla en la página web oficial del programa Pueblos Mágicos y a partir de 2016, un año después de su incorporación a los programas, el municipio ha estado presente en las ediciones del *Tianguis Turístico* que organiza el gobierno federal. De igual forma que la STyDE, la Secretaría de Turismo otorgó presupuesto para la colocación de señalética que indicara a los turistas el camino para llegar a los destinos turísticos del municipio.

Hasta ahora se han presentado los dos principales proyectos turísticos que coexisten en San Pablo Villa de Mitla. A continuación, se presentan los objetivos de pertenecer y permanecer en estos proyectos.

### **5.3 Objetivos locales de pertenecer y permanecer a proyectos turísticos**

Para las autoridades municipales el objetivo de formar parte de los dos proyectos turísticos es mejorar el desarrollo económico de la comunidad y generar un mayor ingreso económico a partir de la industria turística. Una forma de lograrlo es aumentar los días de estancia de los visitantes por lo que se contempla la idea de diseñar nuevas actividades que favorezcan este objetivo, tal como menciona el director de turismo:

Viene mucho turismo nacional y prácticamente viene nada más viene a la zona arqueológica. Tiene medido el tiempo agarra y se va. Lo que nosotros queremos es buscarles otras alternativas para que se queden y dejen una derrama un poquito más Para los habitantes de aquí y de todos los pueblos circunvecinos que al final de cuenta, vienen y buscan trabajo o vienen y venden sus productos y aquí lo comercializan. Mitla es una zona turística conocida a nivel internacional y tienen esa oportunidad a venir acá y vender sus productos. Por eso buscamos que el turismo se quede mínimo unos dos días para que así ellos conozcan bien, sobre todo conozcan bien el lugar y su estancia de ellos sea placentera y tengan otras alternativas de distracción (A.T. Hombre de 52 años. Director de turismo durante el periodo 2017-2019, entrevista, marzo 2017)

La promoción turística de Mitla se enfocó en captar la atención cultural de los visitantes para convertirse de un destino de paso a un destino de pernoctación. Los testimonios de los directores de turismo y cultura coinciden en la estancia tan corta que realizan los turistas, en gran medida porque son asistidos mediante tour operadores que gestionan sus tiempos y actividades.

El objetivo más que nada es promover de alguna forma Mitla como un destino turístico. De alguna forma es nuestra intención que se promueva más y que podamos captar más turismo que también no venga nada más de paso, si no que se quede un par de días o un fin de semana. Esa es la intención que deje de ser un lugar de paso para convertirse tal vez en un destino turístico y puedan quedarse un par de días. A los turistas solo les dan dos horas para conocer. Algunos que vienen en vehículo propio pues se quedan todo el día y aprovechan más y conocen, pero muchos vienen nada más en tours o en autobuses de excursión y pasan nada más un par de horas y se van. (L. Hombre de 35 años. Director de cultura durante el periodo 2017-2019, entrevista marzo 2017).

La llegada de visitantes como consecuencia de la actividad turística es deseada entre algunos miembros de la comunidad por la posibilidad de aumentar la derrama económica dentro de la comunidad. Este beneficio es el principal motor del desarrollo de los proyectos turísticos, sin embargo, para algunos informantes con intereses de otro orden que velan por aspectos con rasgos culturales ven la posibilidad de convertirlos en mercancía cultural. Este fenómeno ha sido ampliamente discutido entre otros por los Comaroff (2011) quienes dicen que la mercantilización de la cultura obedece al momento global y a las nuevas percepciones del turista como ya se ha discutido en este trabajo bajo los preceptos de Noel Salazar (2006).

Por otro lado, existe el interés de otros actores de la comunidad de fomentar el turismo de naturaleza enfocado en apreciar áreas naturales protegidas y el paisaje territorial. De esta forma, la diversificación de las actividades turísticas traería consigo un aumento en la derrama económica del municipio.

El turista fuerte es el que va a la zona arqueológica que es en donde contamos con el mayor número de turistas. Lo que necesitamos fortalecer acá es el turista que llegue a los recorridos de la naturaleza que es lo que también hay que fortalecer. Ahorita no existen recorridos, caminatas o paseos en bicicletas de montañas. Todos esos proyectos son los que se tienen que realizar para que el turista enfocado hacia esos gustos se quede y podamos contar con mayor número de turistas. Ahorita el mayor número de turistas está enfocado hacia la zona arqueológica y a lo del mezcal y a las artesanías. (A.T. Hombre de 52 años. Director de turismo durante el periodo 2017-2019, entrevista, marzo 2017)

En términos generales, los objetivos que se presentaron anteriormente están enfocados en promover turísticamente el municipio a partir de dos vertientes; el turismo cultural y el ecoturismo. El cumplimiento de estos objetivos está orientado a incrementar la llegada de los turistas y las noches de pernoctación y de esta manera mejorar el desarrollo regional. Para lograrlo es necesario que cada persona y colectividad que participa en el proceso turístico del municipio planifique actividades destinadas al cumplimiento de estos objetivos.

#### **5.4 La construcción del patrimonio gastronómico para el turismo: particularidades para el caso Mitleño**

Como se mencionó anteriormente los lineamientos de la Secretaría de Turismo señalan la creación de un comité ciudadano que será el intermediario entre la localidad y las autoridades gubernamentales a nivel federal. Para 2018, el primer CPM tomó la decisión de dejar el cargo por diferencias políticas con el nuevo gobierno municipal.

Las decisiones que tomó el primer CPM estaban enfocadas en la necesidad de modernizar la infraestructura de los servicios turísticos y mejorar la atención de los prestadores de



servicios. De ahí que se realizaran capacitaciones a los trabajadores del sector restaurantero y hotelero. El objetivo de estas capacitaciones era establecer las bases de la adecuada atención al turista como se ejemplifica en el siguiente testimonio del presidente del primer CPM:

A nosotros nos tocó lo que menos se ve, requisitar para ser pueblo mágico, nos queda otro año para lanzar otros proyectos que tampoco se van a ver porque son cursos que van a recibir los prestadores de servicios de la comunidad para darle una buena atención al turismo. Son cosas que no se palpan que son cosas a las que viene a veces el turista y dicen que es un pueblo como cualquier otro, pero nosotros tenemos que formar primero una base que va a ser la atención al turismo. (J. C. Hombre de 50 años. Mezcalero y Primer Presidente del CPM, entrevista julio 2015).

Al término del mandato del primer CPM se abrió una convocatoria para formar parte del nuevo comité ciudadano durante el periodo 2019-2021. Los requisitos eran: ser mayor de edad y originario o residente del municipio, no tener antecedentes penales, presentar carta de interés y no desempeñar ningún cargo político. Trece personas respondieron a la convocatoria. De las cuales se aceptaron a todas ya que se consideró que los interesados podrían proporcionar herramientas útiles que contribuyeran a cumplir con los objetivos municipales.

La meta del nuevo CPM consiste en diversificar la oferta turística a partir de la implementación de actividades turísticas novedosas. De manera que la visita a la zona arqueológica y la compra de artesanías no sea el único motivo por el cual visitar el municipio. Para lograrlo, el CPM en conjunto con las autoridades municipales diseñó actividades enfocadas en promover el patrimonio cultural de la localidad.

La cocina de la región toma relevancia en la promoción del turismo de Mitla. Como se afirmó anteriormente se presentó una variedad de platillos que pertenecen al inventario de la comida de festividades como parte de los preparativos para formar parte del programa de Pueblos Mágicos. Esto fue solo el inicio que llevo a incluir a la cocina regional como un recurso turístico. Con esta finalidad, la gastronomía regional comenzó a exponerse. Esta presentación de la cocina local se realizó a través de la mercantilización de algunas de las etapas del sistema alimentario local. De modo que examinaremos cada una de las actividades turísticas que se han realizado en Mitla con miras a entender cómo se relaciona el patrimonio y el sistema alimentarios locales.

A continuación, se ilustran algunos productos, procesos y prácticas del sistema alimentario que son susceptibles a patrimonializarse según la mirada de los actores interesados de la comunidad de Mitla.

#### **5.4.1 Producción de alimentos como elemento turístico**

Como se mencionó en capítulos pasados uno de los objetivos de la ruta *Caminos del Mezcal* es promover la cadena productiva maguey-mezcal a través de la promoción turística de sus elementos. Sin embargo, dicha promoción de la cadena productiva no se vio reflejada en su totalidad. Las autoridades se enfocaron únicamente en promover los palenques de mezcal del municipio y en otorgar apoyos económicos para mejorar la infraestructura de los mismos pero no hubo apoyo ni promoción a la producción agrícola de agave. En contraste, los productores de mezcal comenzaron a planificar eventos en los que los asistentes pudieran conocer los métodos de producción de esta bebida espirituosa. Es así como en marzo de 2017 se realizó el evento *Experiencia: mezcal El Discípulo* que consistía en:

Un recorrido por el palenque donde se llevó a cabo la primera parte de la experiencia con el recorrido por la fábrica de mezcal y la barra donde se degustó mezcal, por la tarde se realizó un paseo por campo de maguey y posteriormente un buffet de comida típica oaxaqueña. Además, en un lugar acondicionado se realizarán pláticas con chamanes y música durante toda la tarde hasta la madrugada. (I. Hombre 29 años, encargado de palenque de mezcal, entrevista marzo 2017)

Los asistentes a este evento fueron en su mayoría visitantes nacionales, jóvenes de 30 años en adelante que se hospedaron en la ciudad de Oaxaca. Este fue el único evento de promoción turística que toma en cuenta la producción agrícola del municipio. Este evento fue planeado por prestadores de servicios cuyo objetivo era aumentar la llegada de visitantes nacionales al municipio y así contribuir a incrementar la derrama económica del municipio. Dicho propósito se alinea con la meta de las autoridades municipales de mejorar el desarrollo regional.

#### **5.4.2 Distribución y abastecimiento de alimentos como recurso turístico**

En cuanto a actividades destinadas a mostrar el abastecimiento de productos que forman parte del patrimonio alimentario local, el caso más representativo es el mercado de abastos que se coloca en la calle Independencia los días previos a la festividad de *todos los santos*. La finalidad de este mercado es que las familias del municipio puedan abastecerse de los insumos necesarios para esta festividad.

El pan de muerto es uno de los productos que más se comercializa en esta época. El CPM y las autoridades municipales diseñaron recorridos turísticos que incluyen la visita al mercado. Además algunos negocios de panaderías están promocionando las visitas a sus comercios para que los visitantes puedan conocer el proceso de elaboración de pan de

muerto. Dichas actividades han permitido que los turistas puedan conocer los hornos de piedra, conversar con los productores de alimentos y tomar fotografías del proceso (Figura 21).



*Figura 21 Turista fotografiando el pan de muerto durante recorrido a altares*

#### **5.4.3 Preparación y consumo de alimentos como recurso turístico**

En contraste con las anteriores etapas del sistema alimentario, la preparación y el consumo de la cocina regional son las etapas con mayor importancia turística para las autoridades del municipio. De modo que la mayoría de la promoción del patrimonio alimentario está enfocada en promover los platillos típicos de la región. Es así como las autoridades municipales en conjunto con el CPM y el DIF municipal realizaron en 2018 la primera edición del *Festival de primavera* con el lema *Tiempo de renovar tu energía* se invitaba a los turistas nacionales e internacionales a participar en rituales de purificación, en la muestra de mezcal artesanal y en la presentación de grupos de danza regional.

La segunda edición del evento fue en 2018. Con el lema *Historia, Cultura y Renovación Espiritual* se invitaban a las turistas a participar en actividades culturales y rituales de silencio en la zona arqueológica. Además, en esta edición se realizó un mercado orgánico en donde los productores locales tuvieron la oportunidad de vender sus productos además de compartir técnicas de cultivo con los visitantes.

De acuerdo con el testimonio del jefe del Departamento de Eventos Especiales de la Secretaría de Turismo Oaxaca “este es uno de los eventos que incentivan la economía del municipio y genera afluencia de turistas locales, nacionales e internacionales, a quienes se les muestra la riqueza cultural, histórica, gastronómica, tradiciones y costumbres”<sup>19</sup>

Este testimonio se encuentra bajo los mismos preceptos del discurso autorizado del patrimonio que propone (Smith, 2006) quien menciona que el objeto último no es la conservación del patrimonio, sino hacer del aprecio al patrimonio el criterio de poder decidir qué se quiere conservar y qué no.

Por un lado, los testimonios de los informantes hablan de mostrar la riqueza gastronómica de la región mientras que en la práctica la venta de comida regional en los eventos incluye mole, molotes, tlayudas y tamales además de hamburguesas, hot dogs y sopas instantáneas. La mezcla de comida regional y comida rápida se debe en gran medida al imaginario que se tienen acerca de que el turista internacional no consume alimentos regionales. Sin embargo, hay que tener en cuenta que si bien este evento es diseñado para aumentar el turismo local la mayoría de los asistentes son pobladores de la región.

---

<sup>19</sup> Invita Sectur a recibir el Equinoccio de Primavera en San Pablo Villa de Mitla  
<http://www.primeralineamx.com/invita-Sectur-a-recibir-el-equinoccio-de-primavera-en-san-pablo-villa-de-mitla/>

Algo semejante sucede con otro de los eventos; la *Villa Mágica en Mitla*, cuya primera edición se realizó en 2017. En este evento los asistentes podían observar figuras con temática navideña iluminadas con luces de colores. De igual forma que en el *Festival de primavera* los asistentes podían probar la cocina regional que para esta ocasión estuvo conformada por panes realizados en el municipio, buñuelos y bebidas como chocolate y café.

En estos ejemplos se analizó al patrimonio alimentario como un atractivo turístico secundario que acompaña a las actividades turísticas principales. Sin embargo, se han promovido eventos en donde la gastronomía regional es el recurso turístico principal por el que los turistas deberían visitar al municipio.

Los festivales que destacan la variedad gastronómica de la región y las tradiciones y costumbres alrededor de ellas se enfocan en un alimento representativo de la comunidad que se utiliza para ejemplificar la riqueza cultural y gastronómica de la región. Tal es el caso de la Feria del Buñuelo y el Festival de pan de muerto.

Se han realizado en el transcurso del año [...] algunas actividades deportivas, culturales, gastronómicas. Se hizo la Feria del Buñuelo, ahorita en septiembre se hará lo que es el aniversario de Mitla como pueblo mágico. Viene lo de día de muertos, igual en este día tenemos programadas actividades en que el turista se involucre, que vaya a algunas casas que se les explique lo que es la costumbre de cómo llegan a visitar a las casas, de cuáles son las comidas tradicionales. Lo que se lleva al panteón, las flores, el copal, el ritual, todo lo que se hace aquí. (E. Hombre de 50 años. Director de turismo durante el periodo 2015-2017, entrevista marzo 2017).

El *Festival de pan de muerto* es uno de los eventos que más ediciones ha tenido y una de las actividades en la que una gran cantidad de habitantes del municipio participa. Este evento es realizado por una galería de arte, producto de un proyecto personal de uno de los jóvenes de Mitla y que en conjunto con un gestor cultural han implementado talleres de lengua zapoteca, exposiciones fotográficas y eventos culturales como el Concurso de pintado de pan en el marco del Festival de pan de muerto.

Este evento se realiza todos los años en época de *todos santos*. En colaboración con algunas panaderías y negocios del municipio se invita a la comunidad en general a participar en este evento que consiste en plasmar con betún imágenes tradicionales de Mitla sobre un pan de muerto. A este evento suelen acudir turistas que en ese momento se encuentran en el municipio y participan a su vez en el concurso (Figura 23). En las últimas ediciones se ha promocionado este evento en la capital del Estado y en los puntos turísticos cercanos al municipio. Estos ejemplos sirven para entender el por qué se han diseñado actividades enfocadas en promover ciertos alimentos y la forma en la que se ha realizado esta promoción.



*Figura 22* Turista participando en el concurso de pintado de pan de muerto

La integración del municipio en dos programas turísticos no solo implicó el fomento del patrimonio alimentario a través de festivales sino que además se han pensado actividades enfocadas a la recuperación del patrimonio cultural. De acuerdo con Contreras (2007) esto responde a la voluntad de recuperar lo que ha desaparecido o está en proceso de desaparecer y, por tanto, se considera como una manifestación de la identidad. Tal es el caso de ciertas preparaciones consideradas regionales y que algunos actores locales consideran necesario incluir en la oferta alimentaria de los restaurantes y comedores tal como menciona el segundo presidente del CPM:

Los restaurantes se dedican más a las comidas conocidas como que no le han apostado un poco más a que cuando venga el turista le ofrezcan un plato típico. A mi parecer es lo que ha pasado, que no se le ha dado el valor o no se le ha apostado a incluirlo dentro de los menús. (A. Hombre de 34 años. Artesano textil y Segundo Presidente del CPM, entrevista marzo 2017).

De acuerdo con la percepción del regidor de turismo la inclusión de platillos típicos que forman parte de la esfera ritual implicaría una forma de transmisión del conocimiento de la identidad del municipio:

Es en lo que el comité y la dirección de turismo trabajamos para que los restaurantes empiecen a involucrar lo que son los platillos típicos de la comunidad dentro de los menús Y así cuando el turista venga pues pueda saber más de Mitla y no sólo de la zona arqueológica y los textiles también la gastronomía y el pan, la segeza, el mole, el higadito, todos eso son los platillos. Por ejemplo, si usted entra a un restaurante y pide higaditos no hay. Esos los consumimos cuando hay una fiesta que se hacen grandes cantidades. (E. Hombre de 50 años. Director de turismo durante el periodo 2015-2017, entrevista marzo 2017).



La idea de incluir platillos tradicionales en el menú de los restaurantes es únicamente compartida por los funcionarios turísticos ya que las dueñas de los comedores y los gerentes de restaurantes coinciden en que estos platillos no serían consumidos por los turistas. A continuación se presenta el testimonio del gerente del restaurante *La Choza* en el que explica el motivo de por qué no se ofrecen estos platillos en su menú:

Los higaditos y la segeza no porque son puro huevo y por el olor, la choquí y todo eso muchos no lo consumen. Hemos trabajado la cegueza es pura cabeza de puerco entonces hay mucha gente que no le gusta mucho la grasa, es grasosa. Hay turista nacional que lo va a probar, lo va a comer y le va a gustar. Por lo general tú vas a los restaurantes a cualquiera de los que están aquí en la zona y tal vez te trabajen el higadito tal vez lo tengan en alguna ocasión en su menú pero la cegueza definitivamente no la van a tener. (E. Hombre de 34 años, administrador de restaurante, noviembre, 2017)

En la actualidad, el patrimonio alimentario que se ofrece para el consumo turístico está conformado por una extensa gama de productos. En gran medida, por la necesidad de los actores locales de diversificar el mercado turístico. Esto coincide con la discusión de Santana (2007) cuando menciona que el proceso turístico otorga a actores políticos, prestadores de servicios turísticos y comunidad en general argumentos socialmente aceptados para justificar la mercantilización turística de áreas y elementos culturales que antes se encontraban al margen de esta actividad.

De esta forma, el interés que se genera por la inclusión de la localidad en programas turísticos amplía la gama de productos turísticos, los actores sociales se ven en la necesidad de renovar y segmentar aún más el mercado. Lo dicho por Santana coincide con la aceptación de utilizar festividades rituales para la promoción turística pero también para la

venta de platillos típicos que anteriormente se preparaban y consumían únicamente en festividades pero que con la diversificación de los elementos turísticos se ha analizado la opción de ofrecerlos en restaurantes y comedores.

La cocina que se ofrece a los turistas es una adaptación de la cocina festiva. Algunos de los platillos que forman parte del inventario de las festividades son elegidos para mercantilizarse. La concepción de comida tradicional está relacionada a dos conceptos; festividades y pasado.

Se conoce como comida festiva o ritual a todas aquellas preparaciones que son utilizadas en festividades sociales y que son transmitidas de generación en generación y que además en su preparación se emplean instrumentos tales como ollas de barro y metate. Estos instrumentos se utilizan cada vez menos en la comida cotidiana y han sido reemplazados por instrumentos modernos. Lo que para algunas personas no otorga la categoría de tradicional.

Sin embargo, en las festividades la preparación de los platillos se sigue realizando de la manera tradicional. Es decir con ollas de barro, metate, utilizando estufas de leña y respetando los tiempos de elección de ingredientes de buena calidad lo que implica una mayor búsqueda en los mercados de abastos. Por otro lado, para la oferta gastronómica turística se utilizan instrumentos modernos como la licuadora, cocinas de gas, ollas de aluminio lo que acorta los tiempos de preparación.

Los restaurantes y comedores son espacios físicos en los que se pueden encontrar platillos que componen la gastronomía la región tales como los siete moles, tlayudas con tasajo, cecina o chorizo, empanadas de verde y amarillo, tacos enchilados, menudo y barbacoa de chivo o de res.

La comida que se comercializa en restaurantes presenta variaciones en comparación con la que se consume de manera cotidiana o en festividades. Esta decisión la toman las cocineras y dueñas de los restaurantes, en gran medida, por la percepción de que el turista no está acostumbrado a la comida picante, grasosa y con gran cantidad de especias. De acuerdo con el testimonio de una vendedora de alimentos en la vía pública cerca de la zona arqueológica los turistas nacionales consumen mayor cantidad de alimentos a diferencia de los turistas internacionales:

Los gringos<sup>20</sup> no comen, son muy especiales. Se van a los restaurantes, eso les beneficia a los restauranteros, a los hoteleros, a las agencias. Pero a nosotros no. Nos consumen más nuestros paisanos, ellos si consumen más, tal vez un agua o una cervecita pero son muy especiales. No comen, son muy desconfiados. Que una fruta, un agua, o traen un *Bimbo* y se sientan con un agua. Tal vez desconfían o no les gusta. (K. Vendedora de alimentos en la vía pública, entrevista, julio, 2015)

De acuerdo con estas experiencias las cocineras deciden modificar las preparaciones con base en el imaginario que se tiene del turista. Por lo que los tacos enchilados se sirven con menos salsa y el mole se prepara con menos manteca y chiles. Las cocineras realizan estas modificaciones pensando en los turistas internacionales pero son los visitantes nacionales quienes consumen una mayor cantidad de alimentos y a su vez modificaciones en su preparación como disminución de algún ingrediente o adición de ingredientes que no pertenecen a la cultura gastronómica de Oaxaca.

---

<sup>20</sup> De acuerdo con datos obtenidos en esta investigación en los municipios que conforman la *Ruta Caminos del Mezcal* los habitantes de la región utilizan el concepto *gringo* para nombrar a los turistas internacionales sin hacer distinción de su lugar de origen.

A este proceso de modificación de la preparación, las cocineras lo viven como mejorar si cocina para agrandar al otro y por lo tanto poder atraer en un futuro más turista como se presenta en el siguiente testimonio de la dueña de un restaurante de comida:

Es mejorar, bajando especies, porque si es cargada la especie con respecto al mole que tiene muchos ingredientes, hemos bajado en eso, tanto en especie como en grasa (V. Dueña de restaurante de comida tradicional San Pablo Villa de Mitla, grupo focal, julio 2014)

El imaginario del turista que no está acostumbrado a la comida con chile, especias y grasas surge de la experiencia personal de las dueñas de los comedores que han ideado formas de retroalimentación de los platillos que preparan. El *Restaurante Doña Chica*, ubicado sobre la Carretera Federal que comunica con el municipio San Pablo Villa de Mitla utiliza un libro de comentarios para conocer las experiencias respecto a la comida y a la visita en general. A partir de esta información se toman decisiones relacionadas con los platillos que se ofrecen y los cambios en la administración del restaurante:

Por ejemplo, los europeos, los de Estados Unidos. Nosotros en un tiempo, hicimos una especie de encuesta en el restaurante. A través de un libro, donde les preguntábamos que les pareció y que nos dijeran que nos sugerían que podíamos mejorar para mejorar el servicio y pues tenemos un historial en libros en donde nos quedó estampados todos los conceptos de diferentes países, de diferentes personas (Dueña de restaurante de comida tradicional San Pablo Villa de Mitla, grupo focal, julio 2014).

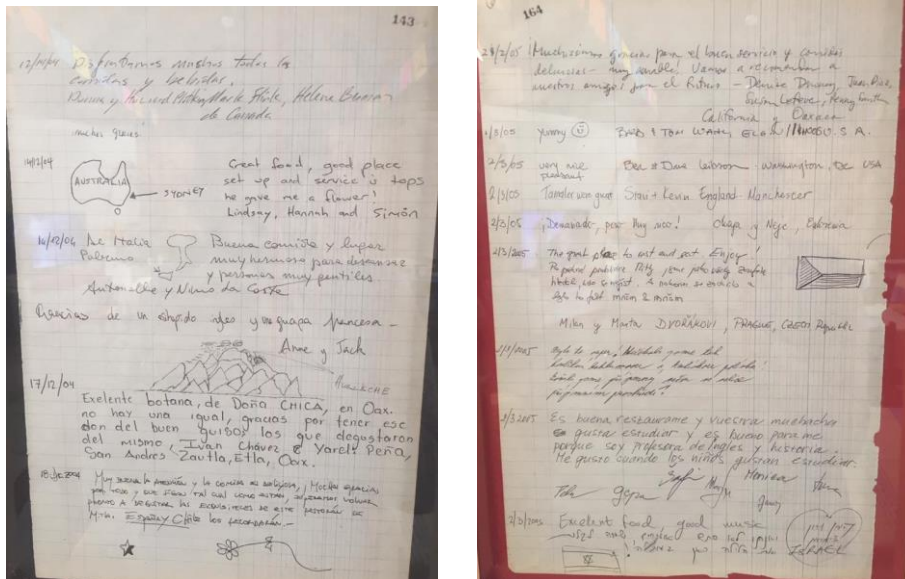


Figura 23 Comentarios de turistas en restaurante Doña Chica

Las modificaciones se presentan también en las bebidas típicas del estado. De acuerdo con el testimonio de una cocinera de un restaurante el chocolate con agua se popularizo debido a que los turistas encuentran extraña la combinación con agua por lo que se empezó a servir chocolate con leche tal como se puede observar en el siguiente testimonio de la dueña de un restaurante de comida tradicional:

Aquí el de leche solamente para el turista, porque se escucha extraño para ellos decirle como chocolate de agua. Se les hace extraño, entonces cuando uno les sirve, uno le explica y les dice que de que se trata y muchas personas nos dicen yo no conozco el chocolate de agua entonces yo prefiero con leche. Bueno, aquí lo que he hecho en ocasiones les doy la bienvenida con un chocolate de agua y me dicen como pues este chocolate que tipo de leche tiene, les digo está derretido en agua y se sirve así y así y ya me dicen ah no pues está muy sabroso, así solamente. De otra manera si usted les dice que el chocolate de leche o de agua, no pues de leche como de agua. La gente de aquí de Oaxaca ya está acostumbrada a tomar

de agua (Dueña de restaurante de comida tradicional San Pablo Villa de Mitla, grupo focal, julio 2014)

La modificación para satisfacer el gusto de los turistas no se da únicamente en los platillos que se les ofrecen. El interés por agradar y satisfacer los gustos de los visitantes traspasa la línea de la infraestructura en la que dichos alimentos serán consumidos. Los dueños del restaurante *Doña Chica* en San Pablo Villa de Mitla comenzaron su negocio en una *pequeña choza* (sic) en la que atendían a los comensales. En ese entonces vendía únicamente tacos asados a los habitantes del municipio. La receta de los tacos se transmitió a partir de la herencia de la madre de la dueña del restaurante. Como recuerdo de esa época se mantiene una fotografía de *Doña Chica* y de su hija frente a un comal de barro.

Esa imagen es el único recuerdo que queda de aquel tiempo. En la actualidad, el restaurante modificó su estructura. El comal se cambió por una cocina de gas y las ollas de barro por ollas de aluminio o peltre. Las cocineras utilizan licuadoras en lugar del metate para elaborar las salsas. Y en una de las paredes cuelgan los diplomas de cocina internacional que la cocinera principal ha cursado porque en sus palabras “hay que estar preparada y saber hacer de todo”<sup>21</sup>. Sin embargo, en la carta del restaurante no figura ningún platillo internacional.

Algunos restaurantes reciben grupos de turistas fuera del horario habitual de servicio. En *Doña Chica* se atienden visitantes que con antelación enviaron, a través de su guía de turistas, sus restricciones alimentarias, alergias, aversiones, gusto por algún alimento, necesidad de disminuir algún condimento como ajo o picante. Estas previsiones no toman

---

<sup>21</sup> Dueña de restaurante de comida tradicional San Pablo Villa de Mitla, grupo focal, julio 2014

relevancia ya que la comida se prepara en el momento de la llegada de los turistas de acuerdo con lo que estos ordenen.

Según el testimonio de una de las meseras, la mayoría de los turistas desperdician gran cantidad de alimentos. El platillo que más solicitan es la *tlayuda de la casa* al ser uno de los platillos típicos de la región, el mole es otro de los alimentos que más se ordenan y es común que varias personas coman el mismo platillo. Aun así el desperdicio de alimentos es elevado ya que la mayoría de los visitantes dejan la comida en el plato.

El restaurante *La choza* atiende grupos de turistas que visitan la zona arqueológica. El contacto con los turistas se realiza a partir de agencias o guías de turistas “la agencia se pone en comunicación directa con nosotros y nos hacen la reservación. Para poder tener este volumen de servicio necesitas tener calidad en la comida” (E. Hombre de 34 años. Administrador de restaurante, entrevista, noviembre 2017)

Este restaurante ofrece un servicio tipo buffet en el que se ofrecen platillos de la región así como barra de ensaladas y pasta (Figura 25). El costo del menú es de 150 pesos por persona. De acuerdo con el testimonio del gerente los condimentos se ajustan al paladar del turista para de esta forma ser de su agrado:

El turismo es muy delicado en cuanto a la higiene y en cuanto al servicio, al sabor de la comida y sobre todo la comida que es muy picante la oaxaqueña, lleva muchos condimentos, lleva mucho picante entonces hay que mediarlo un poco para que sea del agrado del turista aparte de tener variedad no solo mexicana, se trata de tener algo nacional e internacional. (E. Hombre de 34 años. Administrador de restaurante, entrevista, noviembre 2017)



Figura 24 Buffet en restaurante que recibe visitas de turistas internacionales

La elección de los platillos que conforman el menú del restaurante se basa en el conocimiento que se tiene de los turistas. Dicha construcción responde a los imaginarios que se tienen acerca de los turistas, como ya se mencionó anteriormente esta idea se fundamenta en el hecho de que la cocina oaxaqueña es condimentada y alta en grasas lo que podría enfermar a los turistas. De acuerdo con los testimonios recabados los turistas tienden a solicitar alimentos más ligeros como se puede ver en el siguiente testimonio:

En este caso nosotros manejamos *buffet* si tuviéramos un servicio a la carta yo sé que el turista te va a pedir un corte de carne, una pechuga a la plancha o una brocheta de pollo



cosas muy ligeras no va a ser tanto a pedirte mole o algún guisado. (E. Hombre de 34 años. Administrador de restaurante, entrevista, noviembre 2017)

Para San Pablo Villa de Mitla el aprovechamiento turístico de sus recursos gastronómicos se torna esencial para el desarrollo económico y social del municipio, por ende, un ideario de consumo intensivo y acelerado es susceptible de volverse uno de los ideales más anhelados por sus habitantes. El consumo intensivo, la reconfiguración permanente de los platillos forma parte de los elementos del proceso de patrimonialización gastronómica.

### **5.5 El patrimonio alimentario de Mitla como espectáculo**

En relación con el patrimonio alimentario como recurso turístico principal analizaremos como posterior a la denominación de pueblo mágico se diseñaron actividades que mostraran en forma de espectáculo las formas de consumo de la gastronomía regional. Por tanto, la representación de rituales a través de eventos culturales ha tomado relevancia en el municipio. De tal forma que los habitantes de la comunidad se han encargado de mercantilizar su patrimonio cultural convirtiéndolo en mercancía por su capacidad de convertirse en espectáculo.

Una de las primeras actividades culturales que se mercantizaron turísticamente en San Pablo Villa de Mitla fueron las bodas. En Oaxaca las bodas son festividades reconocidas a nivel regional y nacional debido a su importancia ritual. En 2016, un grupo de personas dedicadas a la promoción turística privada organizaron el evento *Xhza' nu*<sup>22</sup> en donde la boda pasaría de ser un evento privado a uno público y se convertiría en una experiencia en

---

<sup>22</sup> Nuestra boda en zapoteco

la que los turistas podrían participar de forma activa. En esta representación los turistas cumplirían el papel de invitados.

Las actividades para este evento estaban planificadas a realizarse la mañana de un domingo, conforme a la tradición en la casa de los padrinos los novios serían recibidos por el *Bengöl* (padrino en funciones de anfitrión). El Hotel Don Cenobio sería el lugar donde se llevaría a cabo dicha representación. Los invitados depositarían su ofrenda bajo el altar y posteriormente el *Bengöl* les ofrecería un cigarro y mezcal servido en carrizos a los invitados.

SAN PABLO  
VILLA DE MITLA  
PUEBLO MÁGICO

**Xhza'nu**  
«Nuestra Boda»

Disfruta de una experiencia extraordinaria  
en una Boda tradicional de Mitla, Pueblo Mágico

¡Tú eres el invitado principal!

**Domingo 20 de Noviembre 2016**

|   |  |   |
|---|--|---|
| 8:00 hrs. ~<br>Presentación de los novios<br>Casa Don Cenobio | 16:00 hrs. ~<br>Fandango de Boda<br>Paraje Xhajo | 18:00 hrs. ~<br>Cata de mezcales tradicionales<br>de la Casa "El discípulo" |
|---|--|---|

19:00 hrs. ~  
Concierto entre agaves "Mezcal, Calenda y Son"  
Orquesta Filarmónica del Instituto Intercultural Calmeca / Dir. Nathanael Hernández

Informes y Reservas: [www.visitamitla.com](http://www.visitamitla.com) y en el [f xhza/nu](https://www.facebook.com/xhza/nu)

Figura 25 Propaganda turística del evento

Después del desayuno los turistas visitarían la zona arqueológica, los palenques de mezcal y los talleres de artesanos. Los turistas en su condición de invitados acudirían al *Fandango de boda*<sup>23</sup> que se tenían planeado en el Paraje Xhajio en medio de campos de agave. Ahí escucharían *el sermón del padrino* y bailarían con el metate y guajolote. Además probarían una variedad de mezcales al mismo tiempo que escucharían música a cargo de la Orquesta Filarmónica del Instituto Intercultural Calmécac.

Este evento se diseñó posterior a la declaratoria de *Pueblo Mágico*, después de que se presentó ante la comitiva de la Sectur la representación de una fiesta tradicional como elemento que le otorga *magia* al municipio. El objetivo de ambas representaciones era atraer a turistas nacionales e internacionales y mostrar la cultura y tradiciones del municipio a través del performance de una de las actividades rituales más importante de la localidad. De acuerdo con testimonios de informantes con reconocimiento social dentro de la comunidad el evento no se realizó por falta de interés de los turistas quienes no acudieron al llamado de los organizadores. Sin embargo no se puede dejar de analizar el hecho de que este evento dejó un precedente para la interpretación de tradiciones que forman parte de la identidad del municipio con su consecuente mercantilización.

A continuación, describiremos otros ejemplos en los que la población recurrió a la presentación de sus tradiciones como un recurso turístico.

La festividad de *todos los santos* es una de las actividades de la comunidad que tiene un gran peso ritual primero por la importancia que tiene el apoyo colectivo en donde los hogares colocan altares adornados con flores alimentos y bebidas que son ofrendados a los difuntos. La tradición marca que los ahijados visitan los altares de sus padrinos y en cada

---

<sup>23</sup> Nombre que recibe la fiesta de boda en el Estado de Oaxaca

visita entregan una ofrenda de pan y tablillas de chocolate a los propietarios del altar, como retribución por la visita los anfitriones ofrecen comida y bebida, primero se ofrece chocolate caliente y tres piezas de pan y posteriormente, se sirve algún platillo como mole negro o barbacoa de res.



*Figura 26 Altar durante la festividad de Todos los santos*

Además de la oportunidad de compartir colectivamente, la festividad de *todos santos* representa un ingreso económico para el municipio. Mitla es una de las localidades de Oaxaca que se caracteriza por la elaboración de pan que se caracteriza por su forma ovalada y decorado que representa elementos representativos de esta festividad.

Las autoridades municipales y el CPM han considerado organizar recorridos turísticos a los altares para que el visitante pueda conocer más acerca de esta tradición, tal como se observa en el siguiente testimonio del segundo presidente del CPM:

Se ha hablado con agencias turísticas para darles la propuesta. El recorrido va a ser así; llegas das un recorrido en el tianguis si gustan van a algunas casas que previamente se van a platicar con los dueños de las casas que si quieren recibir a los turistas y se les de la plática y se les enseñe su altar (A. Hombre de 34 años. Artesano textil y segundo Presidente del CPM, entrevista marzo 2017)

La mercantilización de esta festividad a partir de los recorridos turísticos ha ocasionado molestias en el sector de la población que se encarga del fomento de las tradiciones culturales quienes consideran que realizar estos recorridos deteriora las costumbres al darle mayor importancia a la afluencia de turistas y el ingreso económico que al resguardo y preservación de la cultura. De acuerdo con Santana (2002:13) este tipo de conflictos surgen cuando el desarrollo turístico es viable y exitoso. Además de sobreexplotar el espacio físico y sociocultural se desestabiliza socialmente a la comunidad al favorecer únicamente a algunos grupos sociales que se benefician económicamente del turismo.

Hasta ahora, hemos analizado la promoción turística desde las decisiones de las autoridades municipales. Sin embargo, existen residentes del municipio que por iniciativa propia han realizado actividades enfocadas en mejorar la demanda turística del municipio. Una joven de familia panadera planeó una plática enfocada en mostrar la historia del pan de muerto que se realiza en Mitla. Dicha plática estaba a cargo del cronista del pueblo y estaba dirigida al gremio panadero. Su objetivo era capacitar a los panaderos sobre la historia,

tradiciones y costumbres para así poder ofrecer un mejor servicio a los turistas tal como se describe en el siguiente testimonio:

En esas fechas viene mucha gente y la mayoría son turistas. Quieren saber por qué el pan, por qué esa forma, por qué esa pintura y por qué se ponen el altar. Entonces nosotros como panaderos debemos de saber cómo se originó el pan el pan de muerto qué es el que representa a Mitla. Tenemos la obligación de saber porque, si no sabemos y preguntan ¿qué les vamos a decir? Tenemos que saber qué decirles. Entonces, lo que yo quiero es saber toda esa historia, cómo llegó, quienes fueron los primeros que empezaron hacer ese pan y como se pintaba antes. (W. Mujer de 21 años. Panadera, entrevista marzo 2017).

Este testimonio ejemplifica el deseo de algunos habitantes por mostrar las actividades productivas y la historia que existe detrás de ellas. El diseño de estas actividades ejemplifica la construcción del discurso como parte del proceso turístico. El cronista del municipio que fue el encargado de dar la plática a los panaderos para profundizar en una actividad que ellos han llevado a cabo por varios años. Esta plática no tuvo el éxito esperado pero la panadera ha continuado elaborando talleres prácticos en los que se invita a la comunidad y a turistas nacionales e internacionales a visitar la panadería y a conocer el proceso de pintado de pan de muerto durante la temporada de *todos los santos*.

Este tipo de representaciones origina también disputas por el espacio y la mercantilización de las prácticas. Mientras algunos habitantes comercializan la producción de alimentos otras personas no se sienten cómodas con la mirada de los turistas mientras realizan sus actividades económicas. La presencia continua de los turistas con sus cámaras fotográficas incomoda a las vendedoras de alimentos que consideran que invaden su espacio además de la queja constante de que la mayoría de las ocasiones los turistas internacionales no

consumen sus productos y únicamente fotografían el proceso. En el siguiente testimonio de una vendedora de alimentos en la vía pública que tiene un constante contacto con turistas se ejemplifica la molestia que representa para ella la toma de fotografías por parte de los turistas:

Puras fotos, esta uno haciendo las tortillas, las empanadas, y ahí están tomando fotos o grabando y les digo que deben de consumir porque si no ya ve que van y copian, igual no como uno pero si lo hacen. (K. Vendedora de alimentos en la vía pública, entrevista, julio, 2015)

Para algunos de los habitantes el turismo trae consigo beneficios pero también conflictos y disputas por el espacio tal como se pudo observar en el testimonio anterior en el que existe molestia por parte de los habitantes cuando los turistas se acercan demasiado a sus espacios sin retribuir económicamente.

### **Conclusiones del capítulo**

En este capítulo se presentaron los dos proyectos turísticos que actualmente existen en San Pablo Villa de Mitla. La descripción del proceso de adscripción de cada uno permitió comprender los actores sociales involucrados, los objetivos locales de pertenecer a cada programa y la apropiación local de dichos proyectos. Además se presentó el proceso de las decisiones sobre los atractivos turísticos que existen en el municipio y la forma en la que estos recursos se utilizan para cumplir con la meta de mejorar el desarrollo económico del municipio. En conclusión los proyectos turísticos presentes en San Pablo Villa de Mitla toman elementos del sistema alimentario local para la representación de actividades turísticas.

## **Conclusiones**

Este trabajo constituye un primer acercamiento al análisis del turismo, patrimonio gastronómico y a los elementos que conforman el sistema alimentario local de San Pablo Villa de Mitla con especial énfasis en el conocimiento en los cambios propiciados por la implementación de dos programas turísticos. Con relación a la pregunta rectora ¿cuál es el proceso de incorporación al patrimonio gastronómico de aquellos elementos del sistema alimentario de San Pablo Villa de Mitla que son utilizados como recursos turísticos? A continuación expongo a modo de conclusión la respuesta a la que se llegó posterior a la investigación.

Como se mencionó en el documento, los saberes y las practicas que componen las cocinas regionales constituyen el patrimonio intangible de las comunidades. La cocina local como patrimonio se distingue por su capacidad de evocar imaginarios, valores y sabores que se materializan en un platillo o en un producto que se elabora específicamente para el turismo. De tal forma que se vuelve pieza fundamental de las economías regionales y locales integrándose a programas turísticos como un recurso para mejorar el desarrollo económico de las comunidades.

Históricamente los alimentos han formado parte fundamental de las economías regionales y locales ya sea por actividades relacionadas con la producción en el campo, los sistemas de abasto y comercialización de alimentos y las técnicas y procedimientos de prepararlos. Actualmente, el turismo ha añadido un valor agregado a la cocina al aprovechar sus elementos como recurso turístico. De esta forma los ingredientes, la forma de prepararlos y el lugar en dónde se producen se vuelven un recurso material y simbólico que muestra a los turistas las formas de vida de las comunidades.



En Mitla, la cocina regional está en un proceso continuo de enriquecimiento que se transforma día con día con el impulso de flujos migratorios. La inmigración a Mitla como lugar turístico genera un nuevo paisaje étnico (Appadurai, 2001) en el que conviven habitantes de Mitla, turistas nacionales e internacionales en búsqueda de nuevas experiencias culturales y gastronómicas.

Los habitantes adaptan los lineamientos de los programas turísticos a los flujos turísticos. De tal forma que la definición de patrimonio gastronómico local es una mezcla entre lo que se espera de los programas y lo que los habitantes entienden y esperan recibir de dichos programas.

La cocina local de Mitla está en el centro de procesos de intercambio culturales y regionales que van conformando las identidades en el ir y venir de sus pobladores. Estas dinámicas que se encuentran dentro de la globalización tienen efectos de reconfiguración que están presentes en las dinámicas culinarias.

Las políticas que enmarcan los programas turísticos en San Pablo Villa de Mitla están enfocadas en el turismo y la cultura sin tomar en cuenta políticas de apoyo al campo mexicano que sustente la producción de los ingredientes básicos de la cocina regional. En México no existen políticas de desarrollo agropecuario relacionadas al turismo gastronómico por lo que los programas de turismo gastronómico se enfocan en promover el platillo sin profundizar en la relación de la cocina con la agricultura.

Favorecer únicamente políticas turísticas que promuevan elementos culturales del patrimonio gastronómico fomenta la representación de tradiciones y la mercantilización de los platillos para el consumo turístico sin tomar en cuenta que se conserva formalmente el plato pero existe un cambio en la concepción identitaria del mismo. Ésta transformación

alimentaria se manifiesta en el traslado de la preparación de los alimentos considerados *tradicionales*, consumidos en el ámbito doméstico o privado, hacia el consumo comercial o público, convirtiéndose en parte de las estrategias de obtención de ingreso de las familias. Por tanto se construye el patrimonio gastronómico con base en el consumo y la invención de la tradición. La preparación de los alimentos deja de ser parte de rituales domésticos y se adecua a las necesidades del consumo turístico. La cocina para el turismo se constituye como un espacio en donde las herramientas y utensilios de cocina son adaptados a esta nueva situación; se utilizan ollas más grandes, se usan hornillas de gas o de leña, se utilizan platos y cubiertos desechables.

Los platillos que antes se cocinaban cotidianamente o en fechas especiales se venden en la vía pública y constituyen o representan un nexo simbólico que los visitantes relacionan con la visita turística. De tal forma que la cocina local que se presenta en *Caminos del Mezcal* y *Pueblos Mágicos* ha pasado por un proceso de patrimonialización gastronómica en el que se han reconfigurado las ideas e incluso los alimentos para aumentar el turismo en la región a partir de festivales relacionados con la venta y consumo de productos locales.

Estos festivales destinados a promover la cocina local se enfocan únicamente en la venta de platillos sin tomar en cuenta la cadena alimentaria local. Por tal motivo consideramos que si el turismo no toma en cuenta la relación que existe entre los elementos que conforman la cadena alimentaria se deja fuera el posible impacto entre la seguridad alimentaria y el turismo. La vinculación entre agricultura y turismo puede ser importante para atenuar la pobreza de los sectores rurales y estimular la continuidad de las actividades agrícolas.

Las políticas económicas a nivel global, nacional, regional y local se han visto reflejadas en los cambios ocurridos en la cocina tradicional regional, desde los cambios en los sistemas alimentarios hasta la concepción de la cocina como un elemento turístico y su aporte para contribuir al desarrollo económico de las comunidades. Las propuestas de desarrollo del turismo a partir del patrimonio buscan la solución a ciertos problemas, entre ellos el desempleo y pobreza a través de la diversificación de la economía.

De tal forma que el turismo aparece como una opción válida para crear beneficios para la población. Sin embargo una problemática, que se abordó en esta tesis, son los procesos de valorización y mercantilización del patrimonio gastronómico, así como los mecanismos de apropiación de los diferentes actores involucrados. El turismo puede significar una externalidad negativa, cuyas consecuencias sobre el patrimonio gastronómico se traducen en un proceso de turistificación para satisfacer los deseos de turistas ávidos experiencias auténticas.

Las comunidades se sienten atraídas por adaptar las tradiciones culinarias a los requerimientos de la demanda turística; tanto de los turistas como de los lineamientos de los programas turísticos. Autores como Avieli (2013); Álvarez y Sammartino (2009) (citados por De Jesús Contreras, Thomé Ortiz y Vizcarra, 2017) mencionan que para lograrlo se recurre a la reinvención para presentar tradiciones *auténticas*.

Este trabajo documentó ejemplos de éstas tradiciones *auténticas* tales como las visitas a los altares en la festividad de *todos los santos* o la escenificación de ritos de paso como las bodas. Así como la modificación de los espacios de producción para el cumplimiento de funciones turísticas como los palenques de mezcal y la producción de pan de muerto. En ambos casos se presentan procesos de ritualización, consistentes en dotar de atractivo a los

alimentos para el consumo de los turistas (Murgado, Torres, Parras & Vega, 2012 citados por De Jesús Contreras, Thomé Ortiz y Vizcarra, 2017) mediante mecanismos de invención.

La incorporación de la cocina al turismo ha dado cabida al análisis del turismo gastronómico limitando el estudio a la última fase de la cadena productiva; en las cocinas y las mesas, con lo que se mínima la importancia del resto de los procesos productivos.

Esta investigación dio cuenta del proceso por medio del cual los habitantes de las localidades turísticas adaptan los lineamientos de los proyectos turísticos pero además reconfiguran sus tradiciones y preparaciones tradicionales para presentarlas ante los turistas. En relación con la metodología utilizada las entrevistas informales, semiestructuradas y el grupo focal permitieron analizar los discursos y narrativas de los informantes acerca del proceso turístico y su relación con el patrimonio gastronómico. La observación permitió complementar y contrastar los discursos con las prácticas. Este tipo de estudio ofrece a las Ciencias Agropecuarias nuevas formas de entender el proceso alimentario para profundizar en temas que con otro tipo de metodología sería complicado obtener.

### **Cuestionamientos para futuras investigaciones**

Este trabajo abre la puerta a nuevas posibilidades de estudiar el turismo gastronómico en México a partir de una línea de investigación que analice las implicaciones en el sistema alimentario local de regiones turísticas. Además queda la posibilidad de poder estudiar las consecuencias en la seguridad alimentaria de la población posterior a la incorporación de proyectos turísticos que tienen como meta mejorar el desarrollo económico de la región.

Si bien esta tesis analiza el proceso de patrimonialización gastronómico como recurso turístico no alcanza a explicar de manera profunda cuáles son las implicaciones agrícolas que se gestan a partir de esta acción por lo que se considera que existe la posibilidad de poder analizar ésta temática desde la producción de alimentos. Consideramos que antes de desarrollar un producto gastronómico que pueda convertirse en un atractivo turístico se debe planificar un sistema que asegure la producción del consumo local y la del excedente para el consumo turístico. De tal manera que se evite la escasez y afectación del medio ambiente.

## Referencias bibliográficas

Áltes, C. (2008). *Turismo y desarrollo en México. Nota Sectorial*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Álvarez, M. (2008). El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social. En Álvarez, M. y Medina F. X. (Eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (1era ed., pp. 25-44). Icaria.

Antonioli-Corigliano, M. (2002). The route to quality: Italian gastronomy Networks in operation. En Hjalager, A.M. y Richards, G. (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (Volúmen 11., pp.166-185). Routledge.

Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Fondo de Cultura Económica.

Ayora, S. I. (2014). El performance de lo yucateco: cocina, tecnología y gusto. *Alteridades*, 24(48), 59-69.

Barrera, E. (2012) *Rutas alimentarias. Una estrategia cultural para el desarrollo rural mexicano*. En CONACULTA (Eds.) *Políticas Públicas Y Turismo Cultural En América Latina: Siglo XXI*. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 15.

Belinsky, J. (s/f) *Aproximación indirecta: Lo imaginario en la perspectiva de Jacques Le Goff*.

Bessièrre, J. y Tibère, L. (2010). *Innovation et patrimonialisation alimentaire: quels rapports à la tradition?* Disponible en: <http://www.lemangeurocha.com/fileadmin/>

images/sciences\_humaines/Texte\_exclusif\_BESSIERE\_et\_TIBERE\_\_innovation\_et\_patri  
monialisation.pdf

Bortolotto, C. (2014). La problemática del patrimonio cultural inmaterial. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 1(1), 1-22.

Çalışkan, O. y Yilmaz, G. (2016). Gastronomy and Tourism En Avcikurt, Cevdet et al. (2016). *Global issues and trends in tourism*. St. Kliment Ohridski University Press: Sofia

Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo. (2008). *La gastronomía como atractivo turístico y factor de Desarrollo. El caso de Tomás Jofré (Parte 1)*. Obtenido de Universidad Nacional de San Martín. Disponible en: <http://www.unsam.edu.ar/escuelas/economia/CIDeTur/boletines/Estudio%20Tom%C3%A1s%20Jofr%C3%A9%20-Parte%201.pdf>

Chase, L.C. y L. Ogryzlo. (2014). Economic impact of food and drink tourism. En Wolf, E. Bussell, J., Campbell y C., Lange-Faria, W. y AcAree, K. (Eds.), *Have Fork will Travel: A Practical Handbook for Food and Drink Tourism Professionals*. (pp.53-62). World Food Travel Association.

Christie, M. (2002). Naturaleza y Sociedad Desde la Perspectiva de la Cocina Tradicional Mexicana: Género, Adaptación y Resistencia. *Journal of Latin American Geography*, 1(1), 17-42.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2005). Pueblo de maíz. La cocina ancestral de México. En CONACULTA (Eds.) *Políticas Públicas Y Turismo Cultural En América Latina: Siglo XXI*. Patrimonio Cultural y Turismo

Comisión Nacional Forestal, *et al* (2009). *Estudio de Ordenamiento Territorial de la Comunidad de San Pablo Villa de Mitla. Fase I: Diagnóstico*. Disponible en: [http://www.grupomesofilo.org/pdf/proyectos/OTC/OTC\\_MitlaDiagnostico.pdf](http://www.grupomesofilo.org/pdf/proyectos/OTC/OTC_MitlaDiagnostico.pdf)

Contreras, J. y Gracia, M. (2005). *Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas*. Ariel.

Contreras, J. (2007) El patrimonio alimentario en el área mediterránea En Tresserras, J. y Medina, F.X. (Eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Universitat de Barcelona-Ibertur.

Denicourt, J. (2014) “Así nos tocó vivir”. Práctica de la comunidad y territorios de reciprocidad en la Sierra Mixe de Oaxaca, *Trace*, 65.

De la Calle, M. y García, M. (1998). Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico. *Ería*, 47, 249-266.

De los Monteros, G., Osorio García, M., Torres Nafarrate, J. y Esquivel Solís, E. (2012). Imagen turística y medios de comunicación. Una construcción social. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1409-1432.

De Jesús Contreras, D., Thomé-Ortíz, H., Vizcarra-Bordi, I. (2017). Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y perspectivas en turismo*, (26), 549-567.

Delgado, R. (2001), Comida y cultura: identidad y significado en el mundo Contemporáneo. *Estudios de Asia y África*, XXXVI(1), 83-108.



Díaz Vázquez, J. (2015). *Investigación Histórica en Mitla y Otros Estudios*. Universidad de la Sierra Sur.

Diario Oficial de la Federación. (2015). ACUERDO para instrumentar la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional.

Espeitx, E. (2008). Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa. En Álvarez, M. y Medina F. X. (Eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (1era ed., pp. 45-62). Icaria.

FAO. (2017). *Reflexiones sobre el sistema alimentario y perspectivas para alcanzar su sostenibilidad en América Latina y el Caribe*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

Figuroa, M. E.; López, L. y Valverde, M. (2016), *Los pueblos mágicos como modelo de desarrollo local en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos*. UAM; UNAM. Facultad de arquitectura.

Franch, J. (2006). La recuperación del patrimonio del área metropolitana de Lima (Perú) a través del desarrollo turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 343-350.

Fuentes, J. H. (2012). Los imaginarios del turismo contemporáneo. Balance y perspectivas para la construcción del concepto. *Ensamblés*, 3, 153-175.

Gabbacia, D. (1998). *We are what we eat. Ethnic Food and the Making of the Americans*. Harvard University Press.

Gascón, J. (2018). Turismo, agricultura y alimentación. De la teoría del enlace a la patrimonialización de la gastronomía. En Medina, F.X. y Leal L. M.P. (Eds.), *Gastronomía y turismo en Iberoamérica*.(pp.15-32). Ediciones Trea.

Giddens, A. (1999), *The Consequences of Modernity*. University Press.

Gilabert, C. (2011). *Del paraíso a las puertas del infierno. Evolución biopolítica y sociocultural de Puerto Vallarta*. El Colegio de Jalisco.

Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. CONACULTA-ITESO.

Gobierno Federal (2013) *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*.

González de la Fuente, I. (2011). Comunidad, sistema de cargos y proyecto social. Una propuesta analítica de sociedades locales en México. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 6(1),81-107.

Goody, J. (1995) *Cocina, Cuisine y Clase: estudio de sociología comparada*. Gedisa.

Gutiérrez, M.I. (2006). *Alimentación de los inmigrados marroquíes en Almería: aspectos nutricionales, culturales y tradiciones culinarias*. Universidad de Almería. Tesis doctoral.

Hall, C. M. y Sharples, L. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth Heinemann.

Harris, M. (2012) *Bueno para comer*. Alianza Editorial.

Hiernaux-Nicolas, D. (2002). Turismo e imaginarios. En Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, A., y Van Duynen Montijn, L. (Eds.) *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. (pp.7-35). FLACSO.

Hiriart, C. (2012) *Panorama Mundial del Turismo Cultural*. En CONACULTA (Eds.) *Políticas Públicas Y Turismo Cultural En América Latina: Siglo XXI*. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 18.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2007). *Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007*.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Censo de Población y Vivienda, 2010*.

Kivela, J. y Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30,354-377.

Kurin, R. (2007). Safeguarding Intangible Cultural Heritage. Key factors in implementing the 2003 Convention. *International Journal of Intangible Heritage*, 2,10-20.

Laborde, G. (2017). *Identidad uruguaya en cocina. Narrativas sobre el origen*. (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona.

Langreo, A. (2008). El sistema alimentario mundial. Principales tendencias y efectos sobre los sistemas alimentarios locales. *Distribución y consumo*. 258-274.

Leal Londoño, P. (2013). *Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios*. (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona.

López, L., Valverde, M., y Figueroa, M.E. (2015). Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volúmen I, UAM, UNAM.

López, L., Valverde, M., y Figueroa, M.E. (2015). Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volúmen II, UAM, UNAM.

López, L. y Valverde C. (2016). Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos. UAM. UNAM.

López, L., Valverde, C. (2016). La gestión de la magia en los pueblos mágicos. En L. López, M. Valverde (Eds.) *Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos.*(pp.31-45). UAM. UNAM.

López-Moreno, I. (2016). El método del estudio de caso en la investigación social. En Güereca, R; Blásquez, L. y López-Moreno, I (Eds.), *Guía para la investigación cualitativa: etnografía, estudio de caso e historia de vida.* UAM.

Loverseed, H. (2009). Gastronomic Tourism-International. *Travel & Tourism Analyst*, 4, 1-42.

Luna, J. (2010). El patrimonio cultural como constructo social. En Moragas, N. y Morales, M. A. (Coords), *Arqueología y patrimonio en el estado de Hidalgo. Estudios de Antropología e Historia.* Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Matta, R. (2011). Posibilidades y límites del desarrollo en el patrimonio inmaterial. El caso de la cocina peruana. *APUNTES*, 24(2),196-207.

Matta, R., (2016). Food incursions into global heritage: Peruvian cuisine's slippery road to Unesco, *Social Anthropology*, 24(3), 338-352.

Medina, F.X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología*, 51, 106-113.

Mintz, S. (1996). *Tasting Food, Tasting Freedom*. Beacon Press.

Mintz, S. (2003). *Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. Ediciones de la Reina Roja, CIESAS y CONACULTA

Moreira, R. (2006). Memoria y patrimonio alimentario: la importancia de los saberes empíricos. Comunicación oral. Comité Científico del III Congreso Internacional de la Red SIAL Alimentación y Territorios.

Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A., y Such-Devesa, M. J. (2016). Turismo colaborativo: ¿Está AirBnB transformando el sector del alojamiento?, *Economistas*, 107-119.

Organización Mundial de Turismo. (2012). *Global report on Food Tourism*. <http://www2.unwto.org/publication/unwto-am-report-vol-4-global-report-food-tourism>

Organización Mundial de Turismo. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Padilla C. (2006). Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico, ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural. Quito, Ecuador, 20 –24 de noviembre.

Pereiro Pérez, X. (2012). El turismo indígena Guna (Panamá). Imaginarios y regímenes de mentira de las guías turísticas internacionales. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21.

Pérez F.T. y Alcaraz G.M. (2007). Transiciones y nostalgias: el sistema alimentario de los moradores de Acandí Colombia. *Rev Fac Nac Salud Pública*. 2007; 25(2):65-74.

Pilcher, J. (2001). *¡Vivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad mexicana*, CIESAS. Ediciones de la Reina Roja. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta).

Pilcher, J. (2008). The globalization of Mexican cuisine. *History Compass*, 6, pp. 529-551.  
DOI: 10.1111/j.1478-0542.2007.00509.x

Pintos, J. (2006) Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37-65.

Rebato, E. (2009) Las nuevas culturas alimentarias: globalización vs. Etnicidad. *Osasunaz*. 10, 135-147.

Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption. En Hjalager, A.M. y Richards, G. *Tourism and Gastronomy*.(pp.3-20). Routledge.

Ríos Allier, J.L. (2015). Cuevas Prehistóricas de Yagul y Mitla en los Valles Centrales de Oaxaca, los cazadores-recolectores y el origen de la domesticación de una dieta mesoamericana. En UNESCO (2015) *Human origin sites and the World Heritage Convention in the Americas, volume I*.

Rivera, L., Lanz, A., Peralta, A., Trejo, J. y Guillén, D. (2015) *Dimensionamiento del turismo cultural y propuesta de modelo sustentable para su gestión. Reporte final*. CONACYT-ICTUR-SECTUR.

Rivera, R. y Peralta, A. (2006) Turismo cultural en México. *Reporte Anáhuac de investigación turística*.

Robles, N. (2016). *Mitla. Su desarrollo cultural e importancia regional*. Fondo de Cultura Económica. El Colegio de México.

Rosas, T. y González, L. (2011, enero 25). Felipe Calderón decreta al 2011 como Año del Turismo en México. *El Economista*.

Salazar, N. (2005). Más allá de la Globalización: La «Glocalización» del Turismo. *Política y Sociedad*, 42(1), 135-149.

Salazar, N. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generado por el turismo. *Tabula Rasa*, (5), 99-128.

Santana, M. (2007). Turismo, economía y planificación urbana: Una relación compleja. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 5(1), 53-67.

Santich, B. (2007). The study of gastronomy: A catalyst for cultural understanding. *International Journal of the Humanities*, 5(6).

Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In A.-M. Hjalager, & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 51–70). Routledge

Secretaría de Turismo. (2002). *Pueblos Mágicos. Reglas de Operación*

Secretaría de Turismo. (2010). *El Turismo Cultural en México*. [www.Sectur.gob.mx/wb/Sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.Sectur.gob.mx/wb/Sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud)

Secretaría de Turismo. (2018). *Resultados de la Actividad Turística 2018*.  
[https://www.datatur.Sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-12\(ES\).pdf](https://www.datatur.Sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-12(ES).pdf)

Secretaría de Turismo. (2018a) *Ranking Mundial de Turismo Internacional*.  
<https://www.datatur.Sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2015). *Informe Semanal de Vocero. 3-7 agosto 2015*.

[http://www.shcp.gob.mx/SALAPRENSA/doc\\_informe\\_vocero/2015/vocero\\_32\\_2015.pdf](http://www.shcp.gob.mx/SALAPRENSA/doc_informe_vocero/2015/vocero_32_2015.pdf)

Secretaría de Turismo y Desarrollo del Estado. (2015). *Plan estratégico de la ruta turística-económica Caminos del Mezcal*. Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico

Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. London: Routledge

Suremain, C.E. (2017) Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local (México). *Trace. Procesos mexicanos y centroamericanos* (72), 165-181.

Swyngedouw, E. (2004). Globalisation or Glocalisation? Networks, Territories and Re-Scaling. *Cambridge Review of International Affairs*, 17:25-48

Torres, G., Ramos H.A. y Pensado, M.R. (2011). *Los sistemas agroalimentarios localizados en México. Desafíos para el desarrollo rural y la seguridad alimentaria*. UNAM. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.

Tirzo, J.; Hernández, J.G. (2010). Relaciones interculturales, interculturalidad y multiculturalismo; teorías, conceptos, actores y referencias. *Cuicuilco*. 48.



UNESCO. (1982). *Conferencia mundial sobre las políticas culturales: informe final*.

[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505_spa)

UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*.

[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_spa)

UNESCO. (2010). *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva -*

*El paradigma de Michoacán*. Disponible en: [https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-](https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400)

[tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-](https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400)

[00400](https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400)

Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima. Universidad de San Martín de Porres

Vázquez-Medina, J.A. (2016). *Cocina, nostalgia y etnicidad en restaurantes mexicanos de Estados Unidos*. Ars Alimentaria.

Vázquez-Medina, J.A. (2018). La emergencia del turismo gastronómico étnico en espacios semirurales de México a partir del retorno de migrantes de Estados Unidos. Comer chino en Santa María del Río, San Luis Potosí. En Medina, F.X. y Leal L. M.P (Eds). (pp.159-172).Ediciones Trea.

Valdéz, R. (2012). Funcionamiento De Los Programas De Turismo Cultural En México. Algunas Observaciones Críticas. En CONACULTA (Eds.) *Políticas Públicas Y Turismo Cultural En América Latina: Siglo XXI*. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos. No. 19.

Villaseñor, I. Zolla, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), 75-101.

Zarazúa-Escobar, J.A., Almaguer-Vargas, G, y Ocampo-Ledesma, J. G. (2011). El programa de apoyos directos al campo (PROCAMPO) y su impacto sobre la gestión del conocimiento productivo y comercial de la agricultura del Estado de México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 8(1), 89-105.

Zepeda, A., Medina, L.T., Bañuelos, M.C. (2018). Una mirada histórica a la construcción del imaginario turístico. *Imagonautas. Revista Interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*. 12: 141-162

## **Apéndice A**

### **Inventario gastronómico de San Pablo Villa de Mitla**

**Inventario gastronómico de San Pablo Villa de Mitla**

| <i>ID</i> | <i>Alimento</i>     | <i>Nombre (s) local del alimento</i> | <i>Lengua del nombre local del alimento</i> | <i>Ingredientes</i>     | <i>Género</i>    | <i>Especie</i>      | <i>Subespecie</i> | Variedad o raza nativa | <i>Forma de consumo</i> |
|-----------|---------------------|--------------------------------------|---|-------------------------|------------------|---------------------|-------------------|------------------------|-------------------------|
| 1         | Agua de chilacayota | Nis yitues <sup>3</sup>              | Zapoteco                                    | Chilacayota             | <i>Cucurbita</i> | <i>ficifolia B.</i> |                   |                        | Beb                     |
|           |                     |                                      |   | Agua                    | NA               | NA                  | NA                |                        |                         |
|           |                     |                                      |   | Panela (caña de azúcar) | <i>Saccharum</i> | <i>officinarum</i>  |                   |                        |                         |
|           |                     |                                      |   | Piña                    | <i>Ananas</i>    | <i>comosus</i>      |                   |                        |                         |
| 2         | Agua de horchata    | Agua de horchata                     | Castellano                                  | Arroz                   | <i>Oryza</i>     | <i>sativa</i>       |                   |                        | Beb                     |
|           |                     |                                      |   | Agua                    | NA               | NA                  | NA                |                        |                         |
|           |                     |                                      |   | Nuez                    | <i>Juglans</i>   | <i>regia</i>        |                   |                        |                         |

|   |                         |                         |            |                        |                     |                     |    |                      |     |
|---|-------------------------|-------------------------|------------|------------------------|---------------------|---------------------|----|----------------------|-----|
|   |                         |                         |            | Melón                  | <i>Cucumis</i>      | <i>melo</i>         |    | <i>cantalupensis</i> |     |
| 3 | Agua de limón con nieve | Agua de limón con nieve | Castellano | Limón                  | <i>Citrus</i>       | <i>aurantifolia</i> |    |                      | Beb |
|   |                         |                         |            | Agua                   | NA                  | NA                  | NA |                      |     |
|   |                         |                         |            | Azúcar                 | NA                  |                     |    |                      |     |
|   |                         |                         |            | Nieve de limón (limón) | <i>Citrus</i>       | <i>aurantifolia</i> |    |                      |     |
| 4 | Agua de frutas          | Agua de frutas          | Castellano | Agua                   | NA                  | NA                  | NA |                      | Beb |
| 5 | Amarillo de res         | Amarillo de res         | Castellano | Chile guajillo         | <i>Caspicum</i>     | <i>annuum</i>       |    |                      | Coc |
|   |                         |                         |            | Miltomate              | <i>Physalis sp.</i> | <i>ceraciforme</i>  |    |                      |     |
|   |                         |                         |            | Hierba santa           | <i>Piper</i>        | <i>auritum</i>      |    |                      |     |
|   |                         |                         |            | Jitomate               | <i>Licopersicum</i> | <i>escueltum</i>    |    |                      |     |
|   |                         |                         |            | Ajo                    | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>      |    |                      |     |
|   |                         |                         |            | Hierba santa           | <i>Piper</i>        | <i>auritum</i>      |    |                      |     |

|   |                        |  |            |              |                     |                   |              |  |     |     |
|---|------------------------|--|------------|--------------|---------------------|-------------------|--------------|--|-----|-----|
|   |                        |  |            | Cebolla      | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>    |              |  |     |     |
|   |                        |  |            | Res          | <i>Bos</i>          | <i>taurus L.</i>  |              |  |     |     |
|   |                        |  |            | Masa de maiz | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>       |              |  |     |     |
| 6 | Arroz                  | Arroz                                    | Castellano | Arroz        | <i>Oryza</i>        | <i>sativa</i>     |              |  | Coc |     |
|   |                        |  |            | Jitomate     | <i>Lycopersicum</i> | <i>escuelum</i>   |              |  |     |     |
|   |                        |  |            | Cebolla      | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>    |              |  |     |     |
|   |                        |  |            | Ajo          | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>    |              |  |     |     |
| 7 | Asiento                | zaa, zaamani, zaachi,<br>zaaniza         | Zapoteco   | Asiento      | NA                  | NA                | NA           |  | Fri |     |
| 8 | Atole blanco           | Atole blanco                             | Castellano | Masa de maíz | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>       |              |  | beb |     |
|   |                        |  |            | Agua         | NA                  | NA                | NA           |  |     |     |
| 9 | Barbacoa de<br>borrego | Barbacoa blanca o<br>barbacoa de borrego | Castellano | Borrego      | <i>Ovis</i>         | <i>orientalis</i> | <i>aries</i> |  |     | Coc |

|    |                         |  |            |                |                      |                   |                   |                |     |
|----|-------------------------|--|------------|----------------|----------------------|-------------------|-------------------|----------------|-----|
|    |                         |  |            |                |                      |                   |                   |                |     |
| 10 | Barbacoa de chivo       | Barbacoa enchilada o barbacoa de chivo | Castellano | Chivo          | <i>Capra</i>         | <i>aegagrus</i>   | <i>hircus</i>     |                | Coc |
| 11 | Calabazas               | gueeto                                 | zapoteco   | Calabaza       | <i>Cucurbita sp.</i> |                   |                   | <i>criolla</i> | Coc |
| 12 | Caldillo de quintoniles | Caldillo de quintoniles                | Castellano | Quintoniles    | <i>Amaranthus</i>    | <i>hybridus</i>   |                   |                | Coc |
|    |                         |  |            | Chepiche       | <i>Porophyllum</i>   | <i>tagetoides</i> |                   |                |     |
|    |                         |  |            | Ajo            | <i>Allium</i>        | <i>sativum</i>    |                   |                |     |
|    |                         |  |            | Agua           | NA                   | NA                | NA                |                |     |
|    |                         |  |            | Chile de árbol | <i>Capsicum sp.</i>  |                   |                   |                |     |
| 13 | Caldo de pollo          | Caldo de pollo                         | Castellano | Pollo          | <i>Gallus</i>        | <i>gallus</i>     | <i>domesticus</i> |                | Coc |
|    |                         |  |            | Calabaza       | <i>Cucurbita sp.</i> |                   |                   |                |     |
|    |                         |  |            | Papa           | <i>Solanum</i>       | <i>tuberosum</i>  |                   |                |     |

|    |                         |                                   |            |                   |                     |                    |                  |  |     |
|----|-------------------------|-----------------------------------|------------|-------------------|---------------------|--------------------|------------------|--|-----|
|    |                         |                                   |            | Zanahoria         | <i>Daucus</i>       | <i>carota L.</i>   |                  |  |     |
|    |                         |                                   |            | Cebolla           | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>     |                  |  |     |
|    |                         |                                   |            | Ajo               | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>     |                  |  |     |
| 14 | Caldo de res            | Caldo de res                      | Castellano | Res               | <i>Bos</i>          | <i>taurus L.</i>   |                  |  | Coc |
|    |                         |                                   |            | Papa              | <i>Solanum</i>      | <i>tuberosum</i>   |                  |  |     |
|    |                         |                                   |            | Ejotes            | <i>Phaseolus</i>    | <i>vulgaris L.</i> |                  |  |     |
|    |                         |                                   |            | Cebolla           | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>     |                  |  |     |
|    |                         |                                   |            | Ajo               | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>     |                  |  |     |
| 15 | Camarón seco            | beldabihue, bitèza,<br>manigoxòno | zapoteco   | Camarón seco      | <i>Penaeus</i>      | <i>vannamei</i>    |                  |  | coc |
| 16 | Carne frita en<br>salsa | xhajg, belabiguixo                | Zapoteco   | Carne de<br>cerdo | <i>Sus</i>          | <i>scrofa</i>      | <i>doméstica</i> |  | Coc |
|    |                         |                                   |            | Salsa de chile    | <i>Capsicum sp.</i> |                    |                  |  |     |



|    |                         |  |            |                    |                     |                     |  |  |     |
|----|-------------------------|--|------------|--------------------|---------------------|---------------------|--|--|-----|
|    |                         |  |            | Jitomate           | <i>Lycopersicum</i> | <i>escueltum</i>    |  |  |     |
| 17 | Cegueza de res          | Zi yaas <sup>7</sup> , Sages kun bel kuch <sup>3</sup> | Zapoteco   | Maiz resquebrajado | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>         |  |  |     |
|    |                         |  |            | Chile guajillo     | <i>Capsicum sp.</i> |                     |  |  |     |
|    |                         |  |            | Chile chilhuacle   | <i>Capsicum sp.</i> |                     |  |  |     |
|    |                         |  |            | Jitomate           | <i>Lycopersicum</i> | <i>escueltum</i>    |  |  |     |
|    |                         |  |            | Cebolla            | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>      |  |  |     |
|    |                         |  |            | Ajo                | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>      |  |  |     |
|    |                         |  |            | Hierbasanta        | <i>Piper</i>        | <i>auritum</i>      |  |  |     |
|    |                         |  |            | Res                | <i>Bos</i>          | <i>taurus L.</i>    |  |  |     |
| 18 | Champiñones con nopales | Campiñones con nopales                                 | Castellano | Champiñones        | <i>Agaricus</i>     | <i>bisporus</i>     |  |  | Cru |
|    |                         |  |            | Nopales            | <i>Opuntia</i>      | <i>ficus-indica</i> |  |  | Coc |

|    |             |                |            |              |                    |                      |                  |  |            |
|----|-------------|----------------|------------|--------------|--------------------|----------------------|------------------|--|------------|
|    |             |                |            | Cebolla      | <i>Allium</i>      | <i>cepa L.</i>       |                  |  |            |
| 19 | Champurrado | Cahmpurrado    | Castellano | Atole blanco | <i>Triticum</i>    | <i>aestivum</i>      |                  |  | beb        |
|    |             |                |            | Chocolate    | <i>Theobroma</i>   | <i>cacao L.</i>      |                  |  |            |
| 20 | Chapulines  | uxxaru; guxaro | Zapoteco   | Chapulines   | <i>Sphenarium</i>  | <i>purpurascens</i>  |                  |  | Asa        |
|    |             |                |            | Ajo          | <i>Allium</i>      | <i>sativum</i>       |                  |  |            |
|    |             |                |            | Limón        | <i>Citrus</i>      | <i>limón</i>         |                  |  |            |
| 21 | Chayote     | Chayote        | Castellano | Chayote      | <i>Sechium</i>     | <i>edule</i>         |                  |  | Coc        |
| 22 | Chepiche    | Chepiche       | Castellano | Chepiche     | <i>Porophyllum</i> | <i>tagetoides</i>    |                  |  | Cru<br>Coc |
| 23 | Chepil      | Kuania'        | Zapoteco   | Chepiles     | <i>Crotalaria</i>  | <i>pumila Ort.</i>   |                  |  | Cru<br>Coc |
| 24 | Chicatanas  | Chicatanas     | Castellano | Chicatanas   | <i>Atta</i>        | <i>cephalotes L.</i> |                  |  | Asa        |
| 25 | Chicharrón  | Chicharrón     | Castellano | Chicharrón   | <i>Sus</i>         | <i>scrofa</i>        | <i>doméstica</i> |  | Fri        |

|    |                     |                     |            |                  |                     |               |                  |                      |                   |
|----|---------------------|---------------------|------------|------------------|---------------------|---------------|------------------|----------------------|-------------------|
| 26 | Chicharrón en salsa | Chicharrón en salsa | Castellano | Chicharrón       | <i>Sus</i>          | <i>scrofa</i> | <i>doméstica</i> |                      | Coc               |
|    |                     |                     |            | Salsa de chile   | <i>Capsicum sp.</i> |               |                  |                      |                   |
| 27 | Chile chilhuacle    | Chile chilhuacle    | Castellano | Chile chilhuacle | <i>Capsicum sp.</i> |               |                  |                      | Cru<br>Coc        |
| 28 | Chile chiltepin     | Chile chiltepin     | Castellano | Chile chiltepin  | <i>Capsicum</i>     | <i>annuum</i> |                  | <i>glabriusculum</i> | Cru<br>Coc        |
| 29 | Chile de agua       | Chile de agua       | Castellano | Chile de agua    | <i>Capsicum</i>     | <i>annuum</i> |                  |                      | Cru<br>Asa<br>Coc |
| 30 | Chile relleno       | Chile relleno       | Castellano | Chile de agua    | <i>Capsicum</i>     | <i>annuum</i> |                  |                      | Coc               |
|    |                     |                     |            | Huevo            | NA                  | NA            | NA               |                      |                   |
|    |                     |                     |            | Salsa de chile   | <i>Capsicum sp.</i> |               |                  |                      |                   |
| 31 | Chintesle barra     | Chintesle barra     | Castellano | Chile guajillo   | <i>Capsicum sp.</i> |               |                  |                      | Cru<br>Coc        |

|    |                    |                 |            |         |                   |                    |                   |  |      |
|----|--------------------|-----------------|------------|---------|-------------------|--------------------|-------------------|--|------|
| 32 | Chocolate en barra | cobagana        | zapoteco   | Cacao   | <i>Theobroma</i>  | <i>cacao</i>       |                   |  | Beb  |
| 33 | Chocolate de agua  | Dxuladi nisa    | Zapoteco   | Cacao   | <i>Theobroma</i>  | <i>cacao</i>       |                   |  | beb  |
|    |                    |                 |            | Agua    | NA                | NA                 | NA                |  |      |
| 34 | Chocolate atole    | Chocolate atole | Castellano | Cacao   | <i>Theobroma</i>  | <i>cacao</i>       |                   |  | Coc  |
|    |                    |                 |            | Pataxte | <i>Theobroma</i>  | <i>bicolor</i>     |                   |  |      |
|    |                    |                 |            | Trigo   | <i>Triticum</i>   | <i>aestivum L.</i> |                   |  |      |
|    |                    |                 |            | Azúcar  | NA                |                    |                   |  |      |
|    |                    |                 |            | Canela  | <i>Cinnamomun</i> | <i>zeylanicum</i>  |                   |  |      |
| 35 | Chorizo            | Chorizo         | Castellano | Chorizo | NA                |                    |                   |  | coci |
| 36 | Cecina             | Cecina          | Castellano | Cecina  | NA                |                    |                   |  | coci |
| 37 | Tasajo             | Tasajo          | Castellano | Tasajo  | NA                |                    |                   |  | coci |
| 38 | Coloradito         | Coloradito      |            | Pollo   | <i>Gallus</i>     | <i>gallus</i>      | <i>domesticus</i> |  | coci |

|    |                          |  |            |                           |                     |                    |  |  |      |
|----|--------------------------|--|------------|---------------------------|---------------------|--------------------|--|--|------|
|    |                          |  | Castellano | Jitomate                  | <i>Lycopersicum</i> | <i>escueltum</i>   |  |  |      |
|    |                          |  |            | Chile guajillo            | <i>Capsicum sp.</i> |                    |  |  |      |
|    |                          |  |            | Ajo                       | <i>Allium</i>       | <i>sativum</i>     |  |  |      |
|    |                          |  |            | Cebolla                   | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>     |  |  |      |
|    |                          |  |            | Miltomate                 | <i>Physalis sp.</i> | <i>ceraciforme</i> |  |  |      |
| 39 | Elote amarillo           | xob;<br>zèe; zèhe/zèa; nizaàe; zeye <sup>4</sup> | Zapoteco   | Maíz                      | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>        |  |  | coci |
| 40 | Enchiladas de coloradito | Enchiladas de coloradito                         | Castellano | Tortilla de maíz amarillo | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>        |  |  | coci |
|    |                          |  |            | Mole coloradito           | NA                  |                    |  |  |      |
|    |                          |  |            | Aceite                    | NA                  |                    |  |  |      |
| 41 | Entomatadas              | Entomatadas                                      | Castellano | Tortilla de maíz amarillo | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>        |  |  | coci |

|           |                               |                               |            |                   |                     |                 |                   |  |     |
|-----------|-------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------|---------------------|-----------------|-------------------|--|-----|
|           |                               |                               |            | Jitomate          | <i>Lycopersicum</i> | <i>escuelum</i> |                   |  |     |
|           |                               |                               |            | Cebolla           | <i>Allium</i>       | <i>cepa L.</i>  |                   |  |     |
|           |                               |                               |            | Cilantro          | <i>Coriandrum</i>   | <i>sativum</i>  |                   |  |     |
|           |                               |                               |            | Chile de árbol    | <i>Capsicum sp.</i> |                 |                   |  |     |
|           |                               |                               |            | Queso fresco      | NA                  | NA              | NA                |  |     |
|           |                               |                               |            | Aceite            | NA                  | NA              | NA                |  |     |
|           |                               |                               |            | Huevo             | NA                  | NA              | NA                |  |     |
| <b>42</b> | Enmoladas                     | Enmoladas                     | Castellano | Tortillas blandas | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>     |                   |  | coc |
|           |                               |                               |            | Pollo             | <i>Gallus</i>       | <i>gallus</i>   | <i>domesticus</i> |  |     |
|           |                               |                               |            | Mole negro        | NA                  | NA              | NA                |  |     |
| <b>43</b> | Empanadas de flor de calabaza | Empanadas de flor de calabaza | Castellano | Tortilla de maíz  | <i>Zea</i>          | <i>mays</i>     |                   |  | coc |

|    |                       |                       |            |                           |                      |                    |                   |  |     |
|----|-----------------------|-----------------------|------------|---------------------------|----------------------|--------------------|-------------------|--|-----|
|    |                       |                       |            | Flor de calabaza          | <i>Cucurbita sp.</i> |                    |                   |  |     |
|    |                       |                       |            | Quesillo                  | NA                   | NA                 | NA                |  |     |
| 44 | Empanadas de amarillo | Empanadas de amarillo | Castellano | Tortilla de maíz amarillo | <i>Zea</i>           | <i>mays</i>        |                   |  | coc |
|    |                       |                       |            | Amarillo                  | NA                   | NA                 | NA                |  |     |
|    |                       |                       |            | Pollo                     | <i>Gallus</i>        | <i>gallus</i>      | <i>domesticus</i> |  |     |
| 45 | Espeso de chepiles    | Espeso de chepiles    | Castellano | Chepiles                  | <i>Crotalaria</i>    | <i>pumila Ort.</i> |                   |  | Coc |
|    |                       |                       |            | Chepiche                  | <i>Porophyllum</i>   | <i>tagetoides</i>  |                   |  |     |
|    |                       |                       |            | Granos de elote           | <i>Zea</i>           | <i>mays</i>        |                   |  |     |
|    |                       |                       |            | Masa de maíz              | <i>Zea</i>           | <i>mays</i>        |                   |  |     |
|    |                       |                       |            | Cebolla                   | <i>Allium</i>        | <i>cepa L.</i>     |                   |  |     |
|    |                       |                       |            | Ajo                       | <i>Allium</i>        | <i>sativum</i>     |                   |  |     |

|    |                            |  |            |               |                                 |                    |                  |  |     |
|----|----------------------------|--|------------|---------------|---------------------------------|--------------------|------------------|--|-----|
|    |                            |  |            | Agua          | NA                              | NA                 | NA               |  |     |
| 46 | Frijol blanco              | Frijol blanco                                | Castellano | Frijol blanco | <i>Phaseolus</i>                | <i>vulgaris L.</i> |                  |  | coc |
| 47 | Frijoles cocidos           | bisiaa;<br>bizaayale;bizaanilla <sup>4</sup> | Zapoteco   | Frijol negro  | <i>Phaseolus</i>                | <i>vulgaris L.</i> |                  |  | coc |
|    |                            |  |            | Cebolla       | <i>Allium</i>                   | <i>cepa L.</i>     |                  |  |     |
|    |                            |  |            | Agua          | NA                              | NA                 | NA               |  |     |
|    |                            |  |            | Ajo           | <i>Allium</i>                   | <i>sativum</i>     |                  |  |     |
| 48 | Frijoles con<br>chicharrón | Frijoles con chicharrón                      | Castellano | Frijol negro  | <i>Phaseolus</i>                | <i>vulgaris L.</i> |                  |  | Coc |
|    |                            |  |            | Cebolla       | <i>Allium Cepa</i><br><i>L.</i> |                    |                  |  |     |
|    |                            |  |            | Agua          | NA                              | NA                 | NA               |  |     |
|    |                            |  |            | Ajo           | <i>Allium</i>                   | <i>sativum</i>     |                  |  |     |
|    |                            |  |            | Chicharrón    | <i>Sus</i>                      | <i>scrofa</i>      | <i>doméstica</i> |  |     |
|    |                            |  |            |               |                                 |                    |                  |  |     |



|    |                                    |   |            |              |                    |                     |    |  |     |
|----|------------------------------------|---|------------|--------------|--------------------|---------------------|----|--|-----|
| 49 | Frijoles con nopales               | Frijoles con nopales                                      | Castellano | Frijol negro | <i>Phaseolus</i>   | <i>vulgaris L.</i>  |    |  | Coc |
|    |                                    |   |            | Cebolla      | <i>Allium</i>      | <i>Cepa L.</i>      |    |  |     |
|    |                                    |   |            | Agua         | NA                 | NA                  | NA |  |     |
|    |                                    |   |            | Ajo          | <i>Allium</i>      | <i>sativum</i>      |    |  |     |
|    |                                    |   |            | Nopales      | <i>Opuntia</i>     | <i>ficus-indica</i> |    |  |     |
| 50 | Garbanzos dulces                   | bizaabaaxtilla  | zapoteco   | Garbanzos    | <i>Cicer</i>       | <i>arietinum</i>    |    |  | coc |
|    |                                    |   |            | Panela       | <i>Saccharum</i>   | <i>officinarum</i>  |    |  |     |
| 51 | Garbanzo molido / sopa de garbanzo | da vs'ialá garbanza <sup>7</sup> ,da garbanz <sup>7</sup> | zapoteco   | Garbanzos    | <i>Cicer</i>       | <i>arietinum</i>    |    |  | Coc |
|    |                                    |   |            | Agua         | NA                 | NA                  | NA |  |     |
| 55 | Granada                            | Granada   | Castellano | Granada      | <i>Punica</i>      | <i>granatum</i>     |    |  | Cru |
| 53 | Guía de calabaza                   | Ndo lolyit kun kuania <sup>3</sup>                        | Zapoteco   | Chepiche     | <i>Porophyllum</i> | <i>tagetoides</i>   |    |  | Coc |
|    |                                    |   |            | Elote        | <i>Zea</i>         | <i>mays</i>         |    |  |     |

|    |                   |                              |          |                    |                      |                    |                   |  |     |
|----|-------------------|------------------------------|----------|--------------------|----------------------|--------------------|-------------------|--|-----|
|    |                   |                              |          | Chepiles           | <i>Crotalaria</i>    | <i>pumila</i>      |                   |  |     |
|    |                   |                              |          | Guías de calabaza  | <i>Cucurbita sp.</i> |                    |                   |  |     |
|    | Guajolote         | bejd <sup>4</sup>            | Zapoteco | Carne de guajolote | <i>Meleagris</i>     | <i>gallopavo</i>   |                   |  | Coc |
| 54 | Gusanos de maguey |                              |          | Gusano de maguey   | <i>Aegiale</i>       | <i>hesperiaris</i> |                   |  | Asa |
|    |                   |                              |          | Huevo batido       | NA                   | NA                 | NA                |  |     |
| 55 | Higaditos         | guishen, Gixrin <sup>3</sup> | Zapoteco | Picadillo de pollo | <i>Gallus</i>        | <i>gallus</i>      | <i>domesticus</i> |  | Coc |
|    |                   |                              |          | Picadillo de cerdo | <i>Sus</i>           | <i>scrofa</i>      | <i>doméstica</i>  |  |     |