



GASTRONOMÍA POPULAR COMO PRÁCTICA CULTURAL DE RESISTENCIA
ESTUDIO DE CASO: GASTRONOMÍA TÍPICA EN ACAPULCO DE JUÁREZ,
GUERRERO.

Trabajo terminal de la carrera de Comunicación Social que presentan:

Cervantes Hernández León Felipe
Lozada Lara Pualeth Ameyalli
Mendoza González Hannia Mariel

Asesor responsable:
Dra. María Josefa Erreguerena Albaitero

Metodología:
Dr. Marco Alberto Porras Rodríguez

Asesor de producción:
Lic. Malco Quintero

México, CDMX

Octubre 2021

<p>Cervantes Hernández León Felipe Lozada Lara Pualeth Ameyalli Mendoza González Hannia Mariel</p>	<p>Trabajo terminal para la carrera de Comunicación Social</p>
<p><u>GASTRONOMÍA POPULAR COMO PRÁCTICA CULTURAL DE RESISTENCIA</u></p> <p><u>ESTUDIO DE CASO: GASTRONOMÍA TÍPICA EN ACAPULCO DE JUÁREZ, GUERRERO.</u></p>	<p>Asesor Responsable: Dra. María Josefa Erreguerena Albaitero</p> <p>Metodología: Dr. Marco Alberto Porrás Rodríguez</p> <p>Asesor De Producción: Lic. Malco Quintero</p>

Síntesis

La cocina mexicana fue reconocida por la UNESCO como parte de su Patrimonio Cultural Inmaterial en 2010. Esto demuestra el inmenso valor de nuestra gastronomía que se transmite como una herencia a través de las generaciones y se mantiene vigente y que conforma un pilar fundamental de la cultura que se enfrenta a la presencia de otras formas de expresión gastronómica, producto de la globalización. Mediante un estudio etnográfico complementado por un registro audiovisual en formato documental, se expone este tema a través de la visión y voz de cocineras y cocineros de platillos típicos del municipio. Esta tesis pone en cuestión la cualidad de la comida popular y tradicional como elemento de un proceso de resistencia cultural.

Abstract

Mexican cuisine was recognized by UNESCO as Intangible Cultural Heritage in 2010. This shows the immense value of our gastronomy that is transmitted as a heritage through the generations and it remains in force and that forms a fundamental pillar of the culture that faces the presence of other forms of gastronomic expression, which are products of globalization. Through an ethnographic study supplemented by an audiovisual record in documentary format, this topic is exposed through the vision and voice of cooks of typical dishes of the municipality. This investigation questions the attribute of popular and traditional food as an element of a cultural resistance process.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a todos quienes apoyaron e hicieron posible la realización de este proyecto. A la UAM Xochimilco por ser nuestra casa en un tiempo intrincado. A sus docentes y académicos por compartir valioso conocimiento.

A nuestros asesores, Dr. Marco Porras por el apoyo en la metodología y a la Dra. Josefa por su apoyo en la construcción de esta tesis y por creer en este proyecto.

Cervantes Hernández León Felipe

Lozada Lara Pualeth Ameyalli

Mendoza González Hannia Mariel

A mis amigos y colegas de la UAM por acompañarnos en esta etapa, en aula y en cancha. A los profesores que han sido una inspiración y una motivación para perseguir el sueño. A Hannia, mi compañera, por la compañía, la confianza y por compartir este viaje y emprender un proyecto que va más allá de una tesis. A toda mi familia y a mis padres Rafael y Laura por traerme al mundo y por darme la vida, las herramientas y el conocimiento para llegar hasta aquí, a él por ser una inspiración en vida y en la eternidad para toda la familia y a ella por siempre confiar en mí siempre darme los impulsos que necesitaba.

Cervantes Hernández León Felipe

En primer lugar quiero agradecer a todos los profesores que aportaron cada uno de sus conocimientos para mejorar cada aspecto de este proyecto.

Agradezco a mis amigos Iván Alanís, Izaskun Vallejan, Estefany Garcés, Manuel Valencia, Ivan Vilchis, Rodrigo Sierra y Juan Carlos Guido; gracias por regalarme momentos inolvidables que llevaré en mi corazón para el resto de mi vida.

Por último quiero agradecer a mi familia, en especial a mis padres y hermanos por acompañarme en un ciclo muy importante en mi vida académica y por brindarme las herramientas necesarias para seguir creciendo como estudiante.

Muchas gracias a todos.

Lozada Lara Puoleth Ameyalli

A mis padres, por darme la vida, por la formación y educación que con mucho esfuerzo e ímpetu lograron enseñarme, por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de la vida.

A mi madre, gracias por todo el esfuerzo, el apoyo y la confianza, me has proporcionado todo y cada cosa que he necesitado, por buscar siempre lo mejor para mi y mi hermana, por ello te dedico siempre mis logros. Por tu apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Agradezco que nunca sueltes mi mano y que hayas estado siempre presente en cada paso, corrigiendo y guiando, por inculcarme siempre dar lo mejor de mi. Te amo mamá, amo ser tu familia y apoyarnos mutuamente.

A mi hermana, por creer y confiar en mí, por impulsarme siempre a seguir mis sueños y alentarme a seguir adelante. Gracias por estar en el momento preciso para extenderme tu mano, por escucharme y siempre tener algo que decirme. Te amo hermana, aplaudo tus éxitos pues es por ti que tengo la motivación de crecer como persona. Gracias por las alegrías y los tropiezos, sabemos que siempre salimos triunfando.

A todos los amigos que conocí gracias a la UAM, fue el mejor regalo que la universidad me pudo dar.

A León, por ayudarme a hacer realidad este proyecto y nunca haber dudado de mi. Gracias por las risas, los momentos y todo el aprendizaje que hemos compartido, estoy orgullosa de todo lo que hemos logrado juntos.

Mendoza González Hannia Mariel

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
a. Justificación.....	11
b. Preguntas de investigación.....	11
c. Preguntas específicas.....	12
d. Planteamiento del problema.....	12
e. Objetivo general.....	13
f. Objetivos específicos.....	13
g. Presupuesto.....	14
h. Metodología.....	14
h.1 Muestra.....	17
h.2 Criterios de la muestra.....	17
h.3 Categorías de análisis.....	17
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	19
1.1 Cultura.....	19
1.2 Cultura hegemónica.....	20
1.3 Cultura popular.....	20
1.4 Resistencia cultural.....	21
1.5 Turismo cultural.....	22
1.6 Gastronomía.....	22
1.6.1 Gastronomía tradicional.....	23
1.7 Globalización en la hipermodernidad.....	23
CAPÍTULO 2: MARCO CONTEXTUAL-HISTÓRICO	24
2.1 Historia de Acapulco.....	24
2.2 Ubicación.....	26
2.3 Economía.....	27
2.4 Presencia de los hoteles.....	28
2.5 Gastronomía de Acapulco.....	28

CAPÍTULO 3: ESTUDIO ETNOGRÁFICO DE LA GASTRONOMÍA	30
3.1 Etnografía.....	30
3.2 Chilate.....	31
3.2.1 Chilateria “Lucerito” (13 de junio del 2021).....	32
3.2.2 Observación participante.....	32
3.2.3 Esquema etnográfico (chilate).....	34
3.3 Relleno de puerco.....	35
3.3.1 Relleno “Chely” (20 de junio del 2021).....	36
3.3.2 Observación participante.....	36
3.3.3 Esquema etnográfico (relleno).....	38
3.4 Pozole.....	39
3.4.1 Pozolería “La palmita” (22 de julio del 2021).....	40
3.4.2 Observación participante.....	40
3.4.3 Esquema etnográfico (pozole).....	41
3.5 Pescado a la talla.....	42
3.5.1 “Cira La Morena 2, Juana La Cubana” (23 de julio del 2021).....	42
3.5.2 Observación participante.....	43
3.5.3 Esquema etnográfico (pescado a la talla).....	44
3.6 Importancia de la gastronomía popular como resistencia.....	45
3.7 La comida popular en la red: Youtube.....	46
 CAPÍTULO 4: SABORES DE ACÁ	 49
4.1 Sinopsis.....	49
4.2 Introducción.....	49
4.3 Justificación.....	49
4.4 Objetivo general.....	50
4.5 Objetivos específicos.....	50
4.6 Formato.....	50
4.6.1 Duración.....	51
4.7 Exposición.....	52
4.8 Distribución y difusión.....	53

CONCLUSIONES	55
BIBLIOGRAFÍA	59
Anexo 1 (Cuestionario)	64
Anexo 2 (Locaciones)	66

INTRODUCCIÓN

En su gastronomía, México ostenta historia. Tradición, cultura, aromas y sabores llegan desde el mundo prehispánico hasta nuestros días. (Escamilla y Gortari)

Esta investigación parte del interés por conocer y apreciar la gastronomía o comida típica de Acapulco, debido al poco conocimiento y valoración que tienen los turistas y locales acerca de esta. Es cierto que la gastronomía ha tenido un impulso como recurso turístico en los últimos años a nivel mundial, debido a que representa la satisfacción de una necesidad básica: alimentarse, y para los turistas es una actividad importante de su experiencia. Por esto, consideramos que se necesitan estrategias para rescatar, valorizar y difundir las comidas populares. Y es que dentro de la cultura mexicana, la gastronomía es un elemento cultural muy valioso. En Acapulco, la gastronomía popular es importante y destacan los platillos tradicionales como parte de su cultura e identidad, pero más allá de formar parte de la dieta diaria de la población, estos platillos fungen como una de las principales fuentes económicas y además se han posicionado en el imaginario colectivo, dentro del cual, la idea de un bolillo con relleno acompañado de un vaso de chilate es el símbolo de un domingo en el puerto.

Con el fin de difundir la importancia de visitar México, se han creado diferentes páginas pero no todas mencionan la gastronomía típica, debido a la hegemonía cultural que privilegia cierta parte de los destinos turísticos, es entonces cuando se genera una cultura de resistencia de la gastronomía. Este es el fenómeno que tratamos en esta tesis.

Los alimentos tradicionales han incrementado su popularidad y producción. Sin embargo, los productores rurales se han visto afectados por su incapacidad para competir con compañías grandes debido a la desventaja tecnológica y financiera. Por lo tanto, se considera necesario revalorizar la herencia cultural que la producción artesanal y tradicional lleva implícita (Domínguez et al., 2011).

a. Justificación

Actualmente la gastronomía es uno de los puntos clave para el desarrollo y la potenciación de un destino turístico y tanto organismos públicos como privados deben considerarla como un elemento clave en la promoción y comercialización de las poblaciones (López y Sánchez, 2012).

Consideramos que el turista e incluso el mismo residente, desconoce o no está familiarizado con la gastronomía típica de Acapulco debido a la hegemonía de otras expresiones gastronómicas. No sabemos si existe como tal una resistencia de parte de la gastronomía típica, pero esta investigación pretende aportar alternativas/estrategias para su conservación, para así generar una relación entre turismo y cultura donde se beneficie tanto a extranjeros como a la misma comunidad.

El tema de la gastronomía como producto cultural está tomando importancia académica. Como prueba de ello son los múltiples programas e investigaciones de comida que existen en las redes en general. Pero como estudiantes de la UAM Xochimilco, consideramos que es importante hacer una investigación sobre la resistencia cultural de la gastronomía como cultura alternativa.

Nuestra intención es crear una valorización de la gastronomía típica, para que así el turista como el acapulqueño, puedan ser parte de la resistencia cultural, incrementar la economía consumiendo lo local e involucrando estos platillos típicos como parte del turismo gastronómico convencional. Por tal motivo, queremos investigar sobre la cultura popular, analizar locales y puestos callejeros, pretendemos determinar si dichos establecimientos pueden considerarse como una cultura alternativa o subalterna.

b. Pregunta de Investigación

¿Cómo la gastronomía típica de una colectividad se transforma en un elemento de cultura alternativa?

c. Preguntas específicas

¿La cultura popular se impone ante la hegemonía cultural?

¿Cuáles son los principales platillos típicos de Acapulco?

¿Cuáles son los puestos y locales callejeros más frecuentados por los acapulqueños?

¿Qué similitudes y diferencias existen entre estos puestos/locales?

d. Planteamiento del problema

La gastronomía mexicana tiene su origen en el periodo prehispánico. En esta época, se crearon una gran variedad de platillos que tenían como base tres ingredientes principales: el maíz, el frijol y el chile. Estos eran complementados con hierbas de olor, carnes de animales pequeños, chocolate, aves y pescados, entre otros.

Lamentablemente y de acuerdo con el *Gran Libro de la Cocina Mexicana*, no existen recetas de carácter puramente prehispánico. Esto se debe a la falta de fuentes o códices que las hayan registrado y al mestizaje gastronómico que se dio durante La Colonia. Por lo tanto, los platillos que conocemos ahora han existido gracias a la preservación que han hecho las comunidades indígenas y mestizas. Sin embargo, con la llegada de empresas transnacionales, la cultura en sus diferentes aspectos, específicamente la gastronomía típica de una región, es desplazada por la cultura hegemónica de dichas empresas, la cual influye en el turismo gastronómico y se ve impulsada por diferentes factores, uno de ellos, son los medios de comunicación, los cuales privilegian dichas ideas hegemónicas. Al hablar de un municipio con alta afluencia de turismo, hablamos también de una gran presencia de empresas transnacionales, provocando que lo local se convierta en un elemento subalterno.

En específico la gastronomía persiste dentro de todo este proceso, gracias a un consenso en que si bien la hegemonía cultural impone constantemente sus ideas, la comida popular

también muestra una imposición, como una manera de no devenir en la dominación hegemónica y mantenerse presente dentro de ese contexto.

Durante varios años Acapulco fue y es reconocido por sus emblemáticas playas, zonas turísticas, visitas de celebridades nacionales e internacionales y algunos actos que perjudican a sus habitantes como la delincuencia, desplazando a la gastronomía fuera del atractivo turístico. Entre otros factores sociales, las ideas hegemónicas desplazan a la gastronomía típica fuera del proceso turístico. Es importante la valorización de los alimentos típicos (o tradicionales) como una cultura alternativa en lugares donde la hegemonía cultural impone ideas de manera dominante.

e. Objetivo general

Determinar si la gastronomía típica es cultura popular o subalterna y si es una expresión de resistencia.

f. Objetivos específicos

- Crear un marco teórico para definir los conceptos de: cultura, hegemonía, cultura alternativa, resistencia cultural, turismo gastronómico, gastronomía, entre otras.
- Definir un marco contextual e histórico de Acapulco de Juárez para conocer la importancia del municipio.
- Realizar el análisis de una muestra de cinco puestos o locales callejeros populares en la comunidad.
- Plantear una propuesta comunicativa que resalte la gastronomía popular.

- Redactar conclusiones que acepten o nieguen el presupuesto que presentamos.

g. Presupuesto

La gastronomía tradicional es una expresión de la cultura popular y muestra una resistencia ante la cultura hegemónica.

h. Metodología

La presente investigación se basó en un enfoque mixto. Algunas ventajas de utilizar este tipo de método según Todd et al., (2004) son: lograr una perspectiva más precisa del fenómeno, producir datos más ricos y variados ya que se consideran distintos tipos de datos; el entendimiento es mayor, se exploran y explotan mejor los datos. El análisis de discursos, la observación participante (con su respectivo diario de campo) y la entrevista, son los procesos métodos que aportarán a esta investigación un enfoque más cercano e íntimo para el análisis de la muestra.

Esta investigación está dividida en 4 capítulos, en el inicial, capítulo 1 “Marco Teórico” se definen los conceptos: cultura, cultura hegemónica, cultura popular, resistencia cultural, turismo cultural, gastronomía, globalización en la hipermodernidad.

Posteriormente, en el capítulo 2 “Marco Contextual-Histórico” se sitúa geográficamente la región y se mencionan los principales atractivos que a su vez, conforman un producto turístico al contemplar recursos y patrimonio.

Como herramienta metodológica, hemos creado el capítulo 3 “Estudio etnográfico de la gastronomía”. Este capítulo desglosa detalladamente los conceptos:

- Etnografía

Etimológicamente, la palabra etnografía deriva de (grafé) que significa la descripción del estilo de vida de un conjunto de personas habituadas a vivir juntas (ethnos). Por lo tanto, el ethnos puede ser cualquier grupo humano que constituye una entidad en la que comparten derechos y obligaciones. De igual manera también son objeto de estudio etnográfico los grupos sociales que comparten formas de vida o situaciones semejantes como los alcohólicos, homosexuales, etc. (Martínez, 2005).

Para el análisis de esta investigación se requiere estudiar a ciertos colectivos o grupos y sus costumbres, valores o tradiciones, por lo tanto tomamos la etnografía como eje metodológico. Profundizaremos en un enfoque cualitativo, ya que la importancia de este, reside en la valoración y significado que se les da a los alimentos tradicionales, lo cual permite conocer y analizar si estos alimentos pueden ser considerados como un producto de la cultura popular.

El propósito de esta etapa del proceso etnográfico es registrar y conocer la relación e interacción entre comensales, productores gastronómicos y los platillos, así como el comportamiento de los sujetos consumidores.

- Observación participante

Este ejercicio juega un papel importante para el análisis, pues permite ver de cerca la interacción entre la gastronomía popular, sus productores y sus consumidores, esto es para observar lo que la gente no dice pero se lleva a la práctica. Aunado a esto, el trabajo de campo, permite detectar y describir, lo que las personas expresan acerca de estos alimentos.

- Diario de campo

El Diario de Campo, tal como lo define Fernández (2001, p. 45) es el "...conjunto de procesos sociales de preparación y conformación del sujeto, referido a fines precisos para un posterior desempeño en el ámbito laboral. Además, es el proceso educativo que tiene lugar en las instituciones de educación superior, orientado a que los alumnos obtengan conocimientos, habilidades, actitudes, valores culturales y éticos, contenidos en un perfil

profesional y que corresponda a los requerimientos para un determinado ejercicio de una profesión”.

- Entrevistas

Finalmente, la entrevista y la encuesta se utilizan como un enfoque cuantitativo, aplicadas a consumidores y dueños del local/puesto callejero para identificar el perfil de dichas personas y determinar si realmente contribuyen a la resistencia de la hegemonía.

Las preguntas que se harán a propietarios/productores gastronómicos y consumidores/comensales, cumplen el objetivo de conocer las experiencias personales respecto a la gastronomía como un elemento cultural.

Después de este análisis se llevará a cabo un esquema etnográfico con los resultados obtenidos de las entrevistas a los dueños. De acuerdo al grado de estructuración que tienen las entrevistas, estas pueden ser estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas, la presente investigación se lleva a cabo con entrevistas semiestructuradas, las cuales parten de preguntas planteadas que tienen la ventaja de adaptarse a los sujetos entrevistados con la finalidad de aclarar términos y minimizar formalismos (Díaz et al., 2013).

- Esquema etnográfico

El diario de campo junto con la observación participante ayudaron a recabar datos tanto de lo que sucede dentro del local y a su alrededor, tener un registro de los horarios de todo lo ocurrido durante el día, obtener una descripción más extensa y específica de las actividades dentro de la zona en la que trabajamos y adentrarnos más a la cultura popular en la gastronomía acapulqueña. En el caso de las entrevistas, las preguntas rondaban en torno a cómo el propietario del local percibía la resistencia cultural, su trayectoria laboral y su experiencia con la venta de un platillo típico de la región. Al término de recabar el estudio etnográfico realizamos un vaciado de datos que fue dividido en seis secciones: nombre del platillo, propietario, tipo de establecimiento, ubicación, opiniones y costo.

Para realizar lo anteriormente expuesto, utilizaremos la muestra, los criterios de la muestra y las categorías de análisis.

h.1 Muestra

Como muestra, analizaremos cuatro locales populares y con ayuda de entrevistas, determinaremos si dichos establecimientos pueden considerarse como una cultura alternativa o subalterna.

h.2 Criterios de selección de la muestra

Popularidad: A partir de lo que se considera emblemático, seleccionamos los establecimientos más populares.

Comida: Tomaremos en cuenta el tipo de platillos que se ofrecen en cada uno de los establecimientos.

h.3 Categorías de análisis

Comida

- Platillo
- Origen del platillo
- Preparación
- Costo

Establecimientos (puestos y locales)

- Ubicación
- Tipo de establecimiento
- Tamaño del local
- Propietario

Por ende, realizamos el capítulo 4 “Sabores de Acá”, en el cual describimos nuestro proyecto comunicativo, iniciando con una sinopsis corta y una introducción. Se crearon 4 capítulos en YouTube con el fin de exponer la resistencia de la cultura subalterna, en cada uno demostramos la importancia de estos platillos, la historia de cada familia, de cada puesto y cómo se han ido transformando y creciendo. A su vez, nos enfocamos en describir el formato webserie que utilizamos, hablamos de la duración de cada video, su exposición (YouTube) y su difusión (TikTok).

Como resultado, desarrollamos las conclusiones, hablamos sobre el presupuesto antes mencionado, además de concluir los 4 capítulos, damos nuestras opiniones del proyecto, escribimos las consecuencias y problemas por haber desarrollado este tema en plena pandemia, pero también que gracias al sistema PEER pudimos realizar este proyecto. Finalmente, emitimos una explicación concreta del panorama actual que enfrenta la gastronomía popular como práctica cultural, los retos a los que se enfrenta y medidas alternativas para responder ante ellos e incluso mencionamos preguntas para futuras investigaciones.

Adicionalmente, esta tesis está fundamentada en la extensa bibliografía que consultamos, ya que para nosotros es muy importante citar las ideas de cada autor. Cada referencia fue citada en formato APA, además aclaramos el día que las consultamos, pues puede que en años futuros la información de algunas páginas sea modificada.

Por último en el apartado de Anexos, incluimos información adicional que no tiene cabida en el proceso metodológico de la tesis y que sin embargo, contribuye a complementar y enriquecer la información de esta investigación.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1 Cultura

La noción de cultura tiene varias acepciones. En primer lugar se la entiende en el sentido antropológico como las maneras de hacer, sentir y pensar de las personas en tanto miembros de la sociedad. Esta concepción marca una primera distinción con respecto a la naturaleza: cultura es todo aquello que compete al ámbito humano, a todo lo que se adquiere, construye y transmite. En este sentido la cultura es la base de las identidades, de las representaciones sociales, de las conductas y hábitos: funda las colectividades en torno a los elementos identitarios y culturales.

Asimismo, la cultura abarca diversos elementos que incluye objetos y bienes materiales que un pueblo considera suyos como los sitios sagrados, espacios públicos, instalaciones ceremoniales, los objetos que enmarcan la vida cotidiana, es decir, el repertorio material que ha sido inventado o adoptado con el paso del tiempo (Bonfil, 2012). Dentro de esos elementos que una comunidad hace suyos, se sitúan los ingredientes, alimentos, utensilios, también las recetas y la forma en cómo se preparan para convertirlos en platillos. Por lo cual una vez más se retoma que es necesario que la valorización de dichos alimentos comience primeramente desde la comunidad, ya que si dicha comunidad no se siente identificada, difícilmente podrán transmitir al turista ese conjunto de emociones, costumbres y tradiciones en torno a los alimentos tradicionales.

De ahí que los alimentos se pueden considerar como elemento cultural diferenciador de un pueblo ya que representan valores, costumbres, tradiciones y modos de vida. No obstante, la pertenencia y significado de los alimentos se ha ido modificando por los cambios que sufren las culturas que van desde la eliminación de ingredientes hasta la implementación de otros, lo que es debido a las necesidades, gustos y exigencias de quien los consume.

1.2 Hegemonía

El concepto de hegemonía ha evolucionado a lo largo de la historia. Desde su etimología primigenia, que quiere significar conducir, ser guía, ser jefe, gobernar o dominar que se aplicaba principalmente para referirse a la dirección suprema de los ejércitos, hasta la concepción de hegemonía de Antonio Gramsci.

Según Gramsci, la hegemonía señala la dirección ideológica para la conquista del poder político. Para que se de la hegemonía, una clase debe abandonar su visión exclusivista de corporación. Y la dominación se ejerce no solo por la coacción, sino porque logra imponer su visión del mundo a través de la escuela y los medios de comunicación. (Albaraez, 2016)

La hegemonía es un mecanismo invisible por el cual las posiciones de influencia en la sociedad son ocupadas por clases gobernantes, cuyas ideas dominan y permean la sociedad y son ejercidas por intelectuales. La dominancia de estas ideas se da por un proceso de consentimiento de parte de los subordinados. (Akal, 2017)

Entonces, para esta investigación, entenderemos la hegemonía cultural como una influencia o dominación que ejercen ciertas empresas transnacionales sobre la cultura subalterna.

1.3 Cultura popular

A finales del siglo XVIII, surgió en Alemania el concepto cultura popular. Su estudio abarcó desde el simbolismo de la comida hasta la iconografía y la poesía. No obstante, la recopilación de sus elementos comenzó desde 1508 con los trabajos de Heinrich Bebel, Sebastian Franck y el nacimiento del "folclorismo". Tal y como lo señaló Bajtín con el ejemplo de Rabelais, inicialmente no había tantas diferencias entre la cultura de los instruidos y la cultura popular. Éstas comenzaron a señalarse hasta 1650. (González, 2018)

Existen culturas dominantes en cada época, por lo tanto, existen culturas dominadas de cada época. La cultura dominante no puede existir sin la cultura dominada, ni la cultura dominada sin la cultura dominante.

El primer autor que desarrolla un modelo de la cultura popular en la corriente marxista es Mijaíl Bajtín. Este autor no sólo ha sido elogiado por sus aportaciones a la crítica literaria y semiótica, sino también a la antropología, historia, lingüística y otras ciencias sociales. En su libro “La cultura popular de la Edad Media y el Renacimiento en el contexto de François Rabelais”, Bajtín analiza conceptos como “cultura popular”, “cultura oficial”, “formación socio-económica”, “carnaval”, “diálogo”, “dialogismo”, “polifonía” y “heteroglosia” (Bajtín, 1978).

Desde la perspectiva bajtiniana, según el orden mencionado, lo “popular” se convierte en la antítesis de la cultura oficial hegemónica. Mientras la cultura oficial refiere a la cultura legitimada y reglamentada por el poder, las relaciones jerárquicas, la “inmutabilidad y la perennidad de las reglas que regían el mundo” (Bajtín,1978) ; la cultura popular ve las relaciones sociales al revés, está hecha para todo el pueblo, tiende a abolir las relaciones verticales, hace uso de la relatividad de las verdades y las autoridades dominantes, goza de una alegre profanación, parodia, coincidencia oppositorum, o la unión dialéctica de los opuestos. (Ibídem,1978)

1.4 Resistencia cultural

Para este caso, entenderemos resistencia cultural, como un concepto donde un grupo se opone a las imposiciones de una cultura dominante. Los elementos culturales (que ya se han mencionado) de un colectivo le permiten generar una influencia que se enfrenta a la de una hegemonía. En este proceso, los subalternos a dicha hegemonía deben imponer otro escenario para no devenir en la misma estructura social y cultural. (Spivak,1985)

1.5 Turismo cultural

A nivel nacional, instituciones como la Secretaría de Turismo (SECTUR), define el turismo cultural como: "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, 2002).

Según la UNESCO, el Turismo Cultural es un concepto innovador, eminentemente ético, con el que se busca favorecer la paz, la comprensión entre los pueblos y el respeto por el patrimonio cultural y natural y las especificidades identitarias de las comunidades anfitrionas en el marco de los intercambios que se dan al viajar.

1.6 Gastronomía

La gastronomía es la relación que tiene el ser humano con la comida. Al verse involucrado el ser humano, intrínsecamente, esta disciplina también estudia la relación de la comida con la cultura. La cocina garantiza la articulación del hombre entre la naturaleza y la cultura. (Levi-Strauss, 1970)

La gastronomía mexicana es una expresión viva del patrimonio cultural no sólo del país, sino del mundo; además de ser un elemento que nos da identidad y que nos permite recordar nuestras tradiciones, no debemos dejar a un lado que de igual manera, representa un factor clave en el desarrollo de la economía del país.

Como ya se planteó anteriormente, la cultura es el conjunto de elementos diversos que dotan de identidad a una sociedad. Por lo tanto, cuando se habla de gastronomía y cultura, se entiende que la comida es uno de esos componentes identitarios. Y de acuerdo a Roland Barthes, es un fenómeno que interactúa en el mundo de las relaciones intersubjetivas, que se conforman según un sistema cultural preestablecido (Luis E. Alonso, 2005).

1.6.1 Gastronomía tradicional

Existen diversas definiciones de alimento tradicional. Una de ellas es la expuesta por Bertozzi, para quien un alimento tradicional es “la representación de un grupo, que pertenece a un espacio definido y que es parte de una cultura que implica la cooperación de los individuos que operan en ese territorio” (Bertozzi, 2008)

Asimismo, están centrados en mantener la salud y la cultura de las personas indígenas, y es ampliamente reconocido que contribuyen al desarrollo físico, social y espiritual (Lambden et al., 2007).

Los alimentos tradicionales constituyen un importante elemento de la cultura, la identidad y la herencia gastronómica, unido a que contribuyen al desarrollo y sostenibilidad de las regiones, puesto que dichos alimentos se asocian con una identidad regional (Committee of the regions, 1996; Ilbery y Kneafsey, 1999; Avermaete et al., 2014, cit. en Guerrero, 2012).

Para esta investigación se dará énfasis a los alimentos tradicionales, y aunque existen grandes similitudes entre alimentos típicos y tradicionales, los últimos son transmitidos de generación en generación siendo estos los que se tratan en la investigación.

1.7 Globalización en la hipermodernidad

La globalización tal como se presenta a comienzos del siglo XXI implica considerar una diversidad de cuestiones diferentes, pero que se entrecruzan y en algunos casos retroactúan unas sobre otras, tales como la identidad cultural y la interculturalidad que comprende a su vez lo multicultural, lo pluricultural, lo policultural, lo ecocultural, lo cross cultural. (Ander, E.)

CAPÍTULO 2: MARCO CONTEXTUAL-HISTÓRICO

2.1 Historia de Acapulco ¹

Acapulco, uno de los sitios preferidos por los turistas, cuenta con una gran historia detrás de su famoso puerto. Hernán Cortés fue uno de los primeros turistas europeos en visitar el municipio para ser bautizado como “Santa Lucía, bajo la bandera de Santander, España” (H. Ayuntamiento constitucional de Acapulco, s/f).

En 1521, consumada la conquista de Tenochtitlan, Cortés se propuso buscar un estrecho entre los dos océanos que sirviera de paso a las islas de la especiería y preparó dos grupos de exploración: uno estuvo a cargo de Francisco Chico, quien descubrió para los europeos la bahía de Acapulco en la expedición del 13 de septiembre de 1521, Día de Santa Lucía, según la liturgia; el otro la encabezó Juan Rodríguez Villafuerte, quien en 1523 dirigió la exploración de Zacatula, llegó a Zihuatanejo y continuó hasta Acapulco, donde tomó posesión “oficial” del puerto a nombre de los reyes de España. Le dio el nombre de Villa de la Concepción.

En 1524 sometieron a los indígenas y el capitán Saavedra Cerón fue autorizado por Cortés para establecerse en la región.

Otra versión dice que la bahía fue descubierta el 13 de diciembre de 1526 por tripulantes de un pequeño barco de exploración costera –el patache Santiago– al mando del capitán Santiago Guevara.

En 1531 Cortés cambió el centro de operaciones marítimas de Zacatula a Acapulco, que ya entonces representaba una base ideal para la navegación; abrió el primer camino y unió Acapulco con la Ciudad de México. El 30 de junio de 1532 zarpó del puerto una expedición naval al mando de Diego Hurtado de Mendoza, con el proyecto de explorar la costa del Pacífico rumbo al norte con las naves San Miguel y San Marcos. Tal fecha se puede considerar como la de la fundación del puerto de Acapulco. Ese mismo año se emitió una

¹ Mi Municipio,(s/f). “Historia Acapulco Guerrero”, México. Recuperado de: <https://www.mimunicipio.com.mx/historia/Guerrero/Acapulco/> (Consultado el 22 de febrero de 2021)

orden real en la que Acapulco pasó a depender de la Corona española y se le asignó el nombre de Ciudad de los Reyes.

En 1533 Cortés se instaló en la ensenada localizada entre Punta Bruja y Diamante, que en su honor hoy se llama Puerto Marqués.

En 1535 zarparon los buques encargados del transporte de víveres que Cortés envió al conquistador Pizarro.

Al crearse la alcaldía mayor de Acapulco, ésta alcanzó una gran importancia y llegó a representar la unidad de mando en toda la región, pues el puerto fue asiento de los poderes del alcalde mayor y del gobernador castellano, quien tenía el título de Teniente de las Costas del Mar del Sur y era responsable de las fuerzas españolas encargadas de vigilar la zona costera y de escoltar en la región las mercaderías de la Nao de China cuando eran trasladadas a la Ciudad de México.

En 1539 salió del puerto la expedición de Francisco de Ulloa, quien se proponía la conquista de las míticas ciudades de Cíbola y Quivira. En 1540 zarpó la de Domingo Castillo, a quien se debe la carta geográfica más antigua de las costas occidentales del país.

Con la finalidad de fundar una población netamente española en el perímetro de la bahía, en 1550 se instalaron en el puerto de Acapulco 30 familias, españolas y mestizas, provenientes de la Ciudad de México, encabezadas por Fernando Santa Anna. Por cédula real firmada por Carlos I de España y V de Alemania, emperador de las Indias Orientales, Acapulco fue elevada a categoría de Ciudad Histórica.

En 1570 el rey Felipe II decretó que la ciudad sería el sitio comercial para realizar los negocios entre América y Asia, en especial entre Acapulco y Filipinas. El fondeadero siguió siendo punto de partida y llegada de otras expediciones marítimas, como la de Francisco Galli en 1582. En 1590 salió de Acapulco el franciscano Felipe de Jesús con el fin de cristianizar Asia, donde encontró total oposición a su misión. Fue tomado preso con sus compañeros misioneros, torturado y crucificado en febrero de 1591 en Nagasaki. Felipe sería

declarado el primer santo mexicano (fue canonizado por el papa Pío IX el 8 de junio de 1862).



Figura 1. Mapa de la ruta de la Nao de China también conocida como la ruta del Galeón de Manila. De “El Galeón de Manila: la ruta que unió tres continentes”. Recuperado de <https://xn--gestasdeespaa-tkb.es/2020/06/29/el-galeon-de-manila-la-ruta-que-unio-tres-continentes/>

2.2 Localización

El municipio se localiza al sur de Chilpancingo, entre los paralelos $16^{\circ} 41' 05''$ y $17^{\circ} 11' 37''$ de latitud norte y meridianos $99^{\circ} 30' 00''$ y $99^{\circ} 59' 49''$ de longitud oeste. Su extensión territorial es de 1882.6 km², lo que representa el 2.95% de la superficie estatal. Limita al norte con los municipios de Chilpancingo y Juan R. Escudero, al sur con el océano Pacífico, al este con el municipio de San Marcos y al oeste con el municipio de Coyuca de Benítez. La cabecera municipal es la ciudad y puerto de Acapulco de Juárez, ubicada a 105 km de la capital del estado y con una altitud de 20 msnm. (H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco de Juárez, s/f)

Limita al norte con los municipios de Chilpancingo y Tierra Colorada, al sur con el Océano Pacífico, al oriente con el municipio de San Marcos y al poniente con el municipio de Coyuca de Benítez tal como se muestra en la Figura 4 que ilustra la distribución geográfica del

estado de Guerrero (Centro Nacional de Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Guerrero, 2001, sección de municipios)

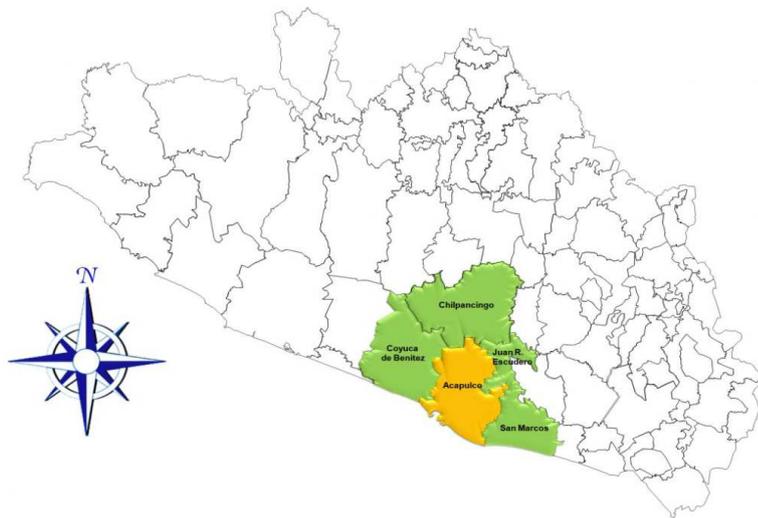


Figura 2. Mapa de ubicación de los municipios del Estado de Guerrero. Gobierno del Estado de Guerrero, (2015). Recuperado de

<http://guerrero.gob.mx/municipios/acapulco/acapulco-de-juarez/>

2.3 Economía

Guerrero continúa siendo el lugar preferido tanto por turistas locales como extranjeros por lo que cuenta con 94 kilómetros de vías férreas, cinco puertos marítimos y dos aeropuertos internacionales. Su actividad principal para el incremento de la economía es el turismo, además de Acapulco el estado de Guerrero concentra otros puntos turísticos dentro de la región: Ixtapa y Taxco. Otro sector económico distintivo del estado es la minería por lo que sitios como Taxco se dedican a la venta de joyería de plata.

Durante la presidencia de Miguel Alemán Valdés (1946 y 1952) fue otorgado el nombre “Acapulco” en honor al presidente lo que impulsó el turismo en la costa logrando ser reconocido por los extranjeros. (Secretaría de Economía, 2012).

2.4 Presencia de los hoteles

A falta de establecimientos para el hospedaje en Acapulco era costumbre recibir a los visitantes en casa de los ciudadanos hasta la construcción del primer hotel “El mesón de Lima”. Durante el siglo XIX el negocio de hospedaje era muy bajo, ya que la temporada con mayor afluencia de visitantes se registraban entre los primeros meses del año (Enero y Febrero) esto por el festejo de la feria comercial durante la Nueva España, para el resto del año el flujo comercial permanecía muy bajo. Después de la revolución dio inicio la reactivación económica en Acapulco, Adrian Castrejón regaló terrenos a los comerciantes para que estos construyeran hoteles; los mesones fueron los primeros establecimientos designados al hospedaje en Acapulco para más tarde contar con casas de huéspedes y hoteles alrededor de la plaza central. (Conóce, 2019).

Acapulco fue una de las primeras ciudades en tener un panorama urbano junto con la Ciudad de México. En los años cincuenta se construyó el primer edificio llamado “Hotel Presidente Acapulco”. Cuenta con cuarenta y cinco metros y catorce pisos a cargo del arquitecto Juan Sordo Maladeno. La ubicación determinaba las zonas urbanas, en su mayoría la presencia de los hoteles se ubican en las zonas con mejores servicios y así dar pie a la construcción de fraccionamientos y residencia a su alrededor. (Conóce, 2019).

2.5 Gastronomía tradicional de Acapulco

La comida típica de Acapulco cuenta con una gran variedad de productos del mar por su cercanía al Océano Pacífico. Uno de sus platillos típicos de esta región de Guerrero es el pescado a la talla.

“El comensal selecciona el pescado fresco que prefiera, el pescado se corta y se asa con sal, especias y chile. El ceviche, trozos de pescado o mariscos macerados con jugo de limón y sazonado con cebolla, jitomates, orégano, sal, cilantro, aguacate y salsa picante, es el segundo platillo más popular de Acapulco” (Price Travel, s/f).

Otro platillo famoso en Acapulco es el pozole guerrerense tanto en color blanco como en verde. “El pozole es una especie de sopa hecha a base de granos de maíz de un tipo conocido comúnmente como cacahuazintle, a la que se le agrega carne de pollo o de cerdo, e incluso sardina como ingrediente secundario, y su color depende del condimento.” (Price Travel, s/f).

La cocada, el tamarindo dulce, salado y enchilado, y el alfajor de coco acapulqueño “similar a la cocada, pero en este caso el coco es rallado mucho más fino y lleva uno de sus costados teñido de rosa.”(Price Travel, s/f).

CAPÍTULO 3: ESTUDIO ETNOGRÁFICO DE LA GASTRONOMÍA

3.1 Etnografía

Los informantes clave son empleados y dueños de establecimientos de alimentos y bebidas. Existe una relación muy clara entre la comida y las comunidades. A través de la alimentación y las preparaciones es posible conocer a una comunidad. Para la presente investigación, la cuestión de estudio son los alimentos tradicionales como gastronomía popular. El lugar a estudiar es el municipio de Acapulco, Guerrero.

tradicionales. Las relaciones de campo se dan a través de la etnografía, que permite que con el paso del tiempo y las visitas a dicho municipio, se deje de ver al investigador como una persona ajena a ellos y que resulta en la confianza depositada para el desarrollo de la presente investigación.

La recogida de los datos en el campo se da a través de las herramientas etnográficas como las entrevistas abiertas y semiestructuradas, que según Ballesteros (2014) permiten obtener información relevante desde el punto de vista de las personas “significativas” del estudio.

Para este trabajo, realizamos la observación participante y diario de campo en cada puesto que visitamos, se escribió todo lo que veíamos según el lugar de cada platillo, describimos el tipo de comensales, la variedad de platillos tradicionales y el tipo de ambiente que se observaba en cada local. Además lo íbamos registrando con fotos y videos con el objetivo de acotar y categorizar la información.

Para las entrevistas debíamos agendar una cita previa, para ello establecimos confianza mutua a través de una conversación fluida. Como resultado, los entrevistados nos proporcionaron una atención amable y singular, nos informaron sobre la historia del platillo, del lugar donde lo venden y de su misma familia, pues la mayoría de estos alimentos los han convertido en un patrimonio familiar.

3.2 Chilate

Una bebida tradicional del Estado de Guerrero, el chilate proveniente del nombre náhuatl “Chilialt” significa “agua de chile” elaborada con cacao, canela, arroz y piloncillo. La base de esta bebida es el cacao cultivado en la región de la Costa Chica también conocido como “la cuna del chilate”.

La elaboración de esta bebida se hace en México y en algunas regiones de América Central. En México inició en el sureste, entre el siglo XV y el siglo XVI, durante la época de la Colonia y se deriva de la bebida xocolatl a la que los indígenas le agregaban miel silvestre y maíz para hacerla nutritiva. Poco a poco se fue perfeccionando la receta y se desarrolló la técnica de la molienda de cacao en metate, que actualmente persiste en la región de Ayutla para prepararlo.

Como dato, cuenta la historia que durante la época prehispánica las bebidas elaboradas con cacao -al que se le conocía como oro líquido-, estaban destinadas únicamente a la élite de la población y se dice que Nezahualcóyotl tenía por costumbre beber 80 tazas de cacao a la semana para aumentar su vigor y resistencia.

La preparación del chilate consta de los siguientes pasos: se comienza tostando las semillas del cacao para después pelarlas; posteriormente el arroz es remojado con canela y el cacao previamente limpio, al tener la cantidad de agua absorbida por los ingredientes estos se muelen en el metate hasta obtener una pasta para así disolverlo en agua y finalmente agregar canela, piloncillo y hielo.

El chilate también está presente en las fiestas como un símbolo importante en la tradición de Ayutla de los Libres. Un grupo de mujeres se reúnen para trabajar moliendo el cacao hasta obtener una pasta y preparar el chilate. Existe una variedad de chilate, esto depende del tipo de cacao, el uso del maíz tostado, chile seco y agregar leche en lugar de agua; creando una variante más del chilate tradicional.



Figura 3. Chilate (Recuperado de [Chilateria Lucerito | Facebook](#))

3.2.1 Chilateria “Lucerito” (13 de junio del 2021)

La primera entrevista se realizó a Carlos Tevez, quien es uno de los principales encargados del establecimiento de la *Chilateria “Lucerito”* y nos habló sobre su experiencia produciendo y vendiendo chilate y aspectos generales de esta bebida y del establecimiento. En una segunda sesión surgió la oportunidad de entrevistar a la principal encargada del establecimiento, quien además de hablar sobre su experiencia, nos contó a profundidad la historia del chilate y el origen de la *Chilateria “Lucerito”*. Lo más destacable de ambas entrevistas es cuando los encargados, desde su experiencia, se refieren al chilate como un producto cultural fundamental para Acapulco y el resto del estado. En palabras de los entrevistados, la producción y venta del chilate es un acto de preservación y promoción de la cultura y tradiciones de los acapulqueños.

3.2.2 Observación participante:

Aproximadamente a las 06:15 am llegamos al Mercado Progreso ubicado en Acapulco, Guerrero, específicamente en la Chilateria “Lucerito”. Dentro del mercado la mayoría de los establecimientos abiertos eran de comida como el relleno, tacos de guisado, tacos de cabeza, un local que se dedica a la venta de comida saludable y puestos de jugos; los cuales

se preparaban para comenzar a vender mientras que locales de ropa y otros productos seguían cerrados.

En la chilateria dos de los trabajadores nos recibieron para iniciar las grabaciones sobre la preparación del chilate, a las 06:30 am comenzaron vaciando un garrafón con agua a una cubeta, después se coloca la masa congelada dentro del agua para así deshacer la masa, todo de forma manual; a las 6:48 la primera olla de chilate ya estaba lista.

Al mismo tiempo otro de los empleados se encargaba de organizar el local con todo lo necesario para comenzar la venta del día como los vasos de litro, bolsas de plástico, los popotes y servilletas. También acomodan otros productos derivados del chilate como los cubitos, envases de cacao en polvo, masa lista para preparar en casa, donas o galletas; en punto de las 6:50 am llegó el primer cliente para llevarse un litro de chilate y a las 7:15 aún seguían preparando más ollas para la venta del domingo.

Dieron las 7:25 am cuando llegó otro de los trabajadores con una bolsa de azúcar, ya que es un ingrediente esencial en la elaboración del chilate, agregando el endulzante dentro de otro recipiente lleno de masa y así obtener un sabor dulce; a las 07:33 cuatro trabajadores atendían la chilateria uno continuaba con la preparación del chilate, otro atendía a los cliente que fueran llegando, mientras otro llenaba bolsas con masa y uno más se encargaba que no faltara nada para la venta.

En punto de las 07:40 am llegaron más clientes al local algunos pedían una bolsa de medio litro para tomar en el camino, mientras que otros llegaban con una jarra o un tupper para evitar el uso de plásticos; a las 9:30 am las personas dejaban de llegar a la chilateria por las lluvias registradas durante el transcurso de la semana y la posible llegada de una tormenta tropical.

3.2.3 Esquema etnográfico (chilate)

Bebida:Chilate	Propietario	Tipo de establecimiento
<p>Del nombre náhuatl “Chilialt” significa “agua de chile” elaborada con cacao, canela, arroz y piloncillo.</p>	<p>La señora Susana, dueña originaria de la chilateria “Lucerito”, convirtió su negocio en un patrimonio familiar y sus hijos (ahora dueños) son los que siguen con esta enseñanza para que siga por más generaciones. Ahora es de su hija, pero cuando inició la pandemia, comenzó la enseñanza a la tercera generación.</p>	<p>Desde hace ya 51 años, el Mercado de la Progreso evoluciona y cambia constantemente y poco a poco se convierte en una tradición que compartimos por generaciones. Este puesto inició con unas mesas en la calle a la altura de donde estaría el mercado y cuando este se fundó, la chilateria fue uno de los primeros locales.</p>
Ubicación	Opiniones	Costo
<p>Chilateria “Lucerito” en Mercado de la Progreso Bernal Díaz del Castillo s/n, 39350 Acapulco de Juárez, Guerrero.</p>	<p>“Nadie sano en su juicio sale del mercado de la Progreso sin su vaso de chilate”, comentan los acapulqueños.</p>	<p>El litro está en \$35 pesos, en bolsa \$20 y un vaso pequeño en \$10.</p>

3.3 Relleno de puerco

Una de las comidas típicas que más aman los guerrerenses es el relleno de puerco, un platillo hecho a base de carne de puerco y verduras que es cocinada al horno, deshebrada y servida en un bolillo de leña. Y aunque este platillo haya sido acogido en el municipio de Tecpan, sus orígenes se remontan a muchos años atrás.

Con la instauración de la Nueva España y el inicio de los viajes de expedición hacia Asia Oriental con el Galeón de Manila, se produjo un intercambio comercial y cultural que propiciaron diversas fusiones y apropiaciones de elementos de ambos continentes en distintos ámbitos que modificaron la cultura popular de aquel entonces: la vestimenta, el arte y sobre todo la gastronomía. Uno de los tantos resultados de esta fusión fue el ahora famoso relleno de cuche, que según historiadores, sus verdaderos orígenes provienen de Filipinas, y que fue traído por habitantes de este lejano país que arribaron al galeón en el siglo XVI con la esperanza de encontrar una mejor vida en el Nuevo Mundo.

La aceptación de este platillo entre los habitantes nativos de la costa de Guerrero logró que fuera adoptado como un platillo principal de las zonas de la Costa Grande, así como sucedió con el arroz, que llegó en el mismo galeón y que fue domesticado y cultivado en toda la costa y sus terrenos pantanosos. (Menú Acapulco, 2020)

Hasta la fecha, este platillo sigue deleitando no sólo a los tecpanecos que han hecho del relleno de puerco todo un objeto de culto (pues hasta existe un festival en su honor), sino a todos los guerrerenses e incluso a personas de otros estados que no están familiarizados con este platillo.

Ya sea con una Yoli o un chilate bien frío, los bolillos con relleno, son uno de los alimentos favoritos de los acapulqueños para desayunar los domingos.



Figura 4. Bolillo con relleno. (Recuperado de [Relleno CHELY | Facebook](#))

3.3.1 Relleno “Chely” (20 de junio del 2021)

Para conocer a fondo este platillo, nos acercamos al Relleno “Chely”, donde la propietaria nos habla del origen del relleno y su evolución a una comida popular de Acapulco. Además de la historia del platillo en sí, Chely nos habla de su historia como productora y vendedora de relleno. Esta actividad ha trascendido en varias generaciones de su familia, pasando de ser un puesto callejero pequeño a un local dentro de uno de los mercados más importantes de la ciudad hasta tener tres establecimientos distribuidos por toda la ciudad.

3.3.2 Observación participante:

Alrededor de las 07:55 am llegamos de nuevo al mercado Progreso ahora en el puesto de relleno “Chely” donde una de las tres charolas de relleno ya estaba lista para ser vendida. Chely, su hija y una de las trabajadoras acomodan el resto de las cosas necesarias para preparar el relleno como los chiles en vinagre hechos en casa, bolsas, servilletas y una cubeta con el jugo de la carne previamente horneada.

La afluencia de personas en el mercado era poca, los puestos de comida se encontraban preparando sus ventas e incluso atendiendo a los clientes que llegaban a desayunar.

A las 8:10 am comenzamos la entrevista a Doña Chely donde nos contaba la historia de su local, el proceso para la preparación del relleno y como la pandemia afecta la venta tanto de todo el mercado como a Chely. Durante la entrevista los clientes comenzaban a pedir su relleno algunos llegaban con tupperes y otros solo ordenaron unos bolillos, el que más pedían era el típico con carne de puerco aunque también contaban con relleno hecho de pollo.

Dieron las 8:30 am y la gente seguía llegando al local donde quien se encargaba de preparar los bolillos es Doña Chely, la trabajadora los guarda en bolsa junto con los chiles y la hija de Chely se dedica a cobrar; después de dos horas las personas aún seguían ordenando su relleno y platicaban por unos minutos con Chely, se notaba que eran clientes frecuentes del establecimiento.

El mercado comenzó a llenarse más y ahora todo se encontraba abierto, además el clima soleado favorecía la llegada de consumidores; aunque en palabras de Chely no estaban llegando los clientes como normalmente suelen comprar relleno, ya sea por la pandemia o por un suceso delictivo que ocurrió días antes de nuestra visita al local.

3.3.3 Esquema etnográfico (relleno)

Relleno de puerco	Propietario	Tipo de establecimiento
<p>El relleno de cuche, como se le conoce por esta región, es preparado un día antes porque se cocina en un horno de barro y en cazuelas de barro, durante más de 12 horas.</p>	<p>Chely aprendió el secreto del relleno de puerco debido a su madre, ella venía de San Jerónimo y ahí es donde ellos crearon su propia receta. A pesar de los años, Chely ha mantenido el gran sazón y pretende que este se mantenga o mejore a través de sus hijos.</p>	<p>Hace 25 años, Chely comenzó con el negocio. A pesar de que su madre ya vendía, no tenía un lugar fijo. Chely inició en el mercado de la Progreso, una vez que su negocio creció, decidió crear nuevas sucursales y hasta el momento tiene 5. En el mercado de la progreso inició con un pequeño puesto y el último año remodeló su lugar, ahora destaca la organización y limpieza del lugar comparado con otros puestos de relleno.</p>
Ubicación	Opiniones	Costo
<p>Mercado de la Progreso Entrando por la barbacoa de la güera, segundo pasillo a la derecha</p> <p>Niños Heroes Esquina con Tepic, Col. Progreso</p> <p>Costa Azul C. Virgilio Uribe 4H, en el interior de Rustiko Food</p> <p>Mozimba A un costado de la tienda Neto</p> <p>Cancún Qroo Tianguis de la 100. C. 129 entre Av. Lopez Portillo y R4</p>	<p>“Recomiendo todo de Relleno Chely, pero sobre todo la cálida atención”; “El mejor relleno que he probado”; “Amables y una calidad de 100%”, son algunas de las opiniones que usuarios de facebook comentan.</p>	<p>El bolillo está en \$25. Aunque muchas personas prefieren llevar su propio tupper y pedir que lo llenen, el precio depende de la cantidad.</p>

3.4 Pozole

Un platillo preparado a base de maíz, carne y chile muy típico en todas las regiones de México. Proveniente del náhuatl “pozolli”, espuma en español, se refiere a los granos de maíz cacahuazintle que al cocerse toma forma de flor; Su receta es originaria de la zona centro del estado de Guerrero y está cuenta con cuatro variedades de pozole.

El pozole blanco es elaborado con granos de maíz hervido junto con cabeza de vaca o cerdo y condimentado con orégano, chile molido, cebolla, rábanos, queso, aguacate y chicharrón prensado. Por la noche los días miércoles se degustaba este platillo convirtiéndose en una costumbre dentro de la región, al ver que sobraba una gran cantidad de pozole surge el “jueves pozolero”. Al surgimiento de este día para comer pozole las cocineras también aprovecharon para crear otra variedad de ese platillo, el pozole verde, que solo constaba en agregar un mole verde hecho de pepita, epazote, chiles verdes y tomates.

Otra variedad de pozoles es el rojo que consta de granos de elote hervidos con espinazo de puerco y pollo, chile guajillo molido, calabacitas, zanahoria y epazot ; la última variedad es llamado pozole de camagua una mezcla de elote desgranado hervido con frijoles negros, elote rebanado, epazote y carne de cerdo.



Figura 5. Pozole verde

3.4.1 Pozolería “La palmita” (22 de julio del 2021)

Si bien es un platillo típico de todo el país, para Juan Carlos y para muchos acapulqueños, el pozole representa un producto de mucho valor cultural, pues tienen una forma de prepararlo que sí es originaria de la ciudad. La pozolería “*La palmita*” es un lugar que pasó de una generación a otra y que sin embargo, conserva su tradición. Pero que conserva fielmente su tradición.

3.4.2 Observación participante:

Nuestra llegada al restaurante “La palmita” fue alrededor de las 16:10 pm el cual se encontraba vacío con excepción de dos mesas donde las familias disfrutaban de su pozole, al fondo un músico se encargaba de poner ambiente y él mismo tocaba la guitarra, el teclado, la armónica entre otros instrumentos.

El establecimiento consta de dos pisos junto con un balcón para tener vista hacia el escenario donde se presentan los músicos, en la planta baja se encontraban laborando alrededor de siete meseros y una barra de bebidas para todo tipo de gustos, la cocina y un espacio designado a la comida para llevar. Eran las 16:10 pm cuando nos recibió el dueño del restaurante llevándonos a su oficina para realizar su entrevista sobre la historia de “La palmita” y como el pozole forma parte importante tanto del establecimiento como de la gastronomía de Guerrero.

Al terminar la entrevista las mesas del segundo piso del restaurante estaban ocupadas por más clientes y la música seguía ambientando el lugar, esto ocurrió alrededor de las 16:27 pm mientras grabamos cada detalle del establecimiento. Eran las 16:40 pm cuando nos sentamos para ordenar un plato de pozole verde y otro de pozole blanco, unos minutos después el mesero llegó con nuestra comida y una jarra con agua de jamaica. El pozole es servido con pollo o puerco además incluye un plato de botanas: tacos dorados, tostadas, chicharrón, rábanos y aguacate. Mientras comíamos llegó otra familia al establecimiento y la parte de arriba se vaciaba poco a poco, el músico seguía deleitando a los clientes diversos géneros musicales y los meseros esperaban la llegada de más personas al restaurante.

3.4.3 Esquema etnográfico (pozole)

Pozole	Propietario	Tipo de establecimiento
<p>Platillo tradicional en la comida mexicana elaborado a base de maíz, chile y carne.</p>	<p>Juan Carlos López, egresado de gastronomía, quien ahora es el encargado del restaurante donde su especialidad es el pozole. El negocio comienza al mando de su madre quien con su experiencia como chef en diferentes restaurantes decidió emprender su propio negocio.</p>	<p>Desde 1989 “La palmita” inició operaciones conservándose en el mismo establecimiento desde hace 32 años con un ambiente familiar acompañado de música en vivo, operando todos los días de la semana.</p> <p>*Por la pandemia el servicio solo es los días jueves.</p>
Ubicación	Opiniones	Costo
<p>Restaurante “La palmita”</p> <p>Durango #6 colonia Progreso 39350 Acapulco, Guerrero, México.</p>	<p>“Muy rico sazón lo recomiendo ampliamente .es familiar, agradable buena música, buena atención”. comentan los clientes en su página de Facebook.</p>	<p>Un plato de pozole verde y blanco tiene un costo de \$85 que incluye un plato con botanas: tacos, tostadas, chicharrón, rábanos y aguacate</p> <p>Cuenta con una serie de entradas que ronda entre los \$16 hasta \$240</p> <p>Los completos tienen un precio desde los \$20 y \$45</p> <p>La carta de bebidas cuenta con una gran variedad de licores además de bebidas sin alcohol. Los precios cambian dependiendo de la presentación de la bebida (copa o botella).</p>

3.5 Pescado a la talla

El pescado a la talla es uno de los platillos representativos del sureño estado mexicano de Guerrero, en especial del puerto de Acapulco, y es reconocido mundialmente a pesar de que su creación data de hace apenas unos 50 años. (Sin Embargo, 2017)

Aunque no es una regla, es preferible utilizar huachinango o robalo para esta receta, ya que el inigualable sabor de estos pescados hace que la composición sea perfecta para todo aquel que la prueba, acompañada con tortillas de maíz hechas a mano y una salsa.

Entre los restaurantes más conocidos por la elaboración de este platillo se encuentran el de Beto Godoy, Cira la Morena, Las Palmeras y Juana la Cubana. Al llegar a cualquiera de estos lugares, eliges el pescado -generalmente es un huachinango- que más te guste, el peso varía desde los 2.5 hasta los 4 kg.

A lo largo de los años Barra Vieja también ha ido evolucionando, pasando de ser puros arbustos a un destino turístico admirable por la cercanía entre la Laguna de Tres Palos y la playa, lo que permite disfrutar de las tranquilas aguas de la primera para hacer un recorrido en lancha o bien de olas perfectas para practicar el surf.



Figura 6. Pescado a la talla.

3.5.1 “Cira La Morena 2, Juana La Cubana” (23 de julio del 2021)

Finalmente, en el restaurante “Cira la Morena 2” de Juana la Cubana, tuvimos la oportunidad de entrevistar a Sandra, quien nos habló del legado familiar que representan los restaurantes de Cira la Morena y del significado que tiene para las tres generaciones que han pasado por

este negocio. Para la familia de Juana la Cubana y en palabras de Sandra, preparar y vender el pescado a la talla es un acto de amor al prójimo.

3.5.2 Observación participante:

Llegamos alrededor de las 14:50 pm a “Cira La Morena 2, Juana La Cubana”, uno de los restaurantes más emblemáticos en zona Diamante por su especialidad de la casa, el pescado a la talla . El lugar es muy colorido acompañado por un par de músicos que ambientan el lugar con buena música para bailar y relajarse, al entrar aplican las medidas sanitarias además de recibirte con una gran actitud; en la misma entrada se encuentra una barra de bebidas para todos los gustos, a un costado las parrillas donde se cocina el pescado y un par de fuentes adornadas con flores decoran la entrada principal, adentrándonos más al restaurante se observan unas cuantas mesas coloridas y detrás de ellas una alberca para los clientes. A las 15:00 pm nos recibió una de las nietas de Juana la Cubana, encargada de una de las cuatro sucursales en Acapulco, platicamos con ella para preparar la entrevista que realizamos cuarenta minutos después. Mientras esperábamos recorrimos todo el lugar , una de las paredes del restaurante se encuentra llena de fotos de Juana la cubana con personajes del mundo del espectáculo y la política, la caja donde aun costado esta una especie de cofre donde guardan diferentes especies de pescado como el huachinango, robalo, entre otros tipos. Del otro lado se encuentra la barra donde colocan los alimentos una vez ya preparados, a un costado una pequeña cocina donde se preparan las tortillas hechas a mano, salsas y entradas que ofrece el restaurante. Al fondo una piscina para los niños y un chapoteadero forman parte del ambiente familiar del establecimiento, otra sección de mesas continua hasta llegar a la playa donde también cuentan con algunas mesas para comer en la arena y disfrutar la vista del mar abierto. Terminando la entrevista uno de los nietos de Juana La Cubana nos dió una explicación sobre los diferentes tipos de pescados, las distintas preparaciones que son la talla, a la diabla y al mojo de ajo, y la venta del pescado por kilo o por la cantidad de personas que acudan a comer.

Dieron 16:15 pm cuando nos adentramos a las parrillas donde uno más de los nietos de Juana La Cubana es el encargado de la cocción del pescado, al entrar es muy caluroso ya que estas parrillas están a temperaturas altas además que todo es cocinado al carbón. El señor nos dió una explicación sobre la preparación del pescado a la talla, está consta en

colocar en una charola el pescado cortado en forma de mariposa, después se unta con mayonesa y la salsa que es una receta secreta de la casa; posteriormente la charola es llevada a las parrillas donde usan unos aparatos para mantener el pescado en el corte mariposa y lograr una buena cocción, diez minutos después se da vuelta para que este pueda ser servido. Mientras eso ocurre el señor nos mostraba otros pescados ya listos para llevarlos a la mesa sin antes colocarle mantequilla derretida y una pequeña ensalada, además de invitarnos una pequeña porción del pescado para tener una idea del sabor. Eran las 16:34 pm la música comenzó a sonar de nuevo y los clientes seguían llegando al restaurante; nos sentamos para probar el pescado a la talla acompañado de una ración de tortillas hechas a mano, un plato de salsa y mayonesa. Muchas personas daban gracias a la sobrina de Juana por la comida e incluso le pedían una foto del recuerdo, los niños no dejaban de nadar en las albercas y la música no dejaba de sonar durante toda nuestra visita al restaurante.

3.5.3 Esquema etnográfico (pescado a la talla)

Pescado a la talla	Propietario	Tipo de establecimiento
Platillo originario de Acapulco, específicamente de Barra vieja que consiste en un pescado Huachinango o Pargo adobado y cocinado a la plancha.	Cira la Morena fundó uno de los primeros restaurantes de pescado a la talla, quien después heredaría a sus hijos un restaurante nuevo para cada uno. En este caso Juana la cubana es la propietaria del restaurante "Cira la morena 2 de Juana la cubana"	Es un restaurante familiar de gran aforo. Cuenta con diversas áreas de cocina, varias zonas de mesas, piscina y acceso directo a la playa. Y mantiene un estilo rústico con mesas de madera y palapas.
Ubicación	Opiniones	Costo
Carretera Barra Vieja San Andrés, Acapulco de Juárez, 39930, Guerrero	La variedad de opiniones destacan el sabor del pescado y el adobo especial de la casa pero sobre todo la atención de los propietarios, la cual se da en un ambiente familiar.	El costo de las guarniciones y otros productos va desde 50 a 150 pesos. El precio de los pescados, el cual es el platillo principal, varía según el gramaje del pescado.

3.6 Importancia de la gastronomía popular como resistencia

Después de visitar cada lugar y probar cada platillo, nos dimos cuenta de la importancia de estos, pues no es sólo una comida más, es la gastronomía que representa al municipio y a su gente.

Existe una conexión entre la historia del platillo y de quienes lo preparan, a través de esto nos hablan de la resistencia que viven mediante los sabores tradicionales del municipio e incluso del estado.

Cada platillo realmente cumplió la función de hablar de la cultura, pues todos mencionaron la herencia que les habían dejado sus ancestros, siempre tienen presente lo fundamental que es cuidarla y protegerla, pero para ello es necesario conocerla. En esta labor, saber cuál es nuestra cultura, reconocer que son saberes adquiridos de generación en generación y ayudar al rescate de productos que se están perdiendo “Nosotros valoramos nuestra herencia, esto va de generación en generación, (...) el secreto para que esto siga creciendo es el amor, la familia es un equipo” mencionaron en las entrevistas.

La gastronomía mexicana es una expresión viva del patrimonio cultural no sólo del país, sino del mundo; además de ser un elemento que nos da identidad y que nos permite recordar nuestras tradiciones, no debemos dejar a un lado que de igual manera, representa un factor clave en el desarrollo de la economía del país. (Entorno Turístico Staff, 2016)

Consideramos que la tradición culinaria nos da identidad y como mencionamos, existe una resistencia, la cual sirve para que nosotros mismos conservemos estas tradiciones. Por ejemplo, se puede decir que el acto de consumir estos alimentos, conocer su historia y darle la importancia que merece, contribuye al fortalecimiento de la gastronomía como expresión de la cultura popular.

La gastronomía tradicional que conocimos, tiene un significado simbólico detrás de los ingredientes y el modo de preparación, un sazón único, que hace querer que todos conozcan su importancia. La tradición nos lleva al arraigo y esto a la permanencia histórica, por esto mismo es que hicimos estas entrevistas e investigación, nos percatamos del cúmulo de saberes depositado en cada cocinero o cocinera, en cada familia y fue lo que nos impulsó crear contenido visual de cada historia y experiencia, pues a pesar de la variedad de

contenido en las redes sociales, siempre puede haber algo más que contribuya al conocimiento cultural.

3.7 La comida popular en la red: YouTube.

Para finalizar el ejercicio etnográfico se realizó un acercamiento a otros discursos donde se aborda el tema de la gastronomía como elemento cultural. Este análisis de productos comunicativos ya existentes referentes a la gastronomía popular es importante para el estudio etnográfico, pues permitió enriquecer la información, esclareciendo el panorama y ampliando el contexto en torno al tema abordado en este trabajo.

Como se mencionó con anterioridad, el análisis de discursos permite tener un acercamiento y un mayor conocimiento del tema abordado. Para este caso se consideró a la plataforma YouTube como el medio principal donde se puede observar una tendencia discursiva en torno a la gastronomía como un elemento de cultura subalterna y partir de esto se pueden retomar algunos ejemplos.

La ruta de la garnacha

Tipo de discurso: Difusión

Este es quizá el producto audiovisual más popular en este medio. Fue creado y conducido por Lalo Villar. En cada video se presenta un establecimiento popular en una localidad o ciudad que es considerado emblemático por los miembros de ciertos colectivos y dicha popularidad se debe en su mayoría al platillo o platillos. El conductor suele hacer énfasis en la naturaleza del lugar, que casi siempre se trata de colonias o barrios populares, tanto de la Ciudad de México, como de otros Estados. Este *vlog* se centra en la experiencia del consumidor (en este caso el mismo conductor) respecto a los platillos que se están presentando. En todos los vlogs se hace una recomendación sobre los platillos y se invita al espectador a visitar el establecimiento.

Al tratarse de un producto audiovisual en formato de *vlog*, el discurso se centra en mayor medida en la acción del anfitrión y en un segundo nivel, se expone la interacción del mismo

con el platillo. La filmación, por una parte, se hace tipo selfie, lo cual le da mayor exposición a la opinión, recomendaciones y comentarios del anfitrión, por otra parte, el lenguaje visual se complementa con tomas de detalle de los platillos, lo cual resalta la esencia del mismo. El uso de insertos enriquece el discurso, mostrando otros platillos, el establecimiento, otros comensales o el entorno.

La participación de los cocineros o dueños también tiene lugar dentro del discurso, quienes hablan de su experiencia dentro de este contexto y con el impulso del anfitrión, proporcionan información sobre el platillo y el establecimiento (horarios, ubicación, oferta, etc.)

De mi rancho a tu cocina

Tipo de discurso: Exposición de platillos

En este segundo ejemplo la anfitriona explica de manera muy orgánica, breve y concisa cómo preparar platillos tradicionales de México y en ocasiones específicas, del estado de Michoacán. En cada episodio se hace una descripción del platillo, se presentan los ingredientes y después se procede con la elaboración. En general se expone la esencia de los platillos dentro de un entorno de cultura subalterna.

El lenguaje visual es bastante sencillo, lo cual lo hace bastante comprensible. Las tomas se centran en los ingredientes y como estos son manipulados por la anfitriona. No hay cambios de escena ni uso de insertos.

Quizá el montaje y edición sea lo más complejo hablando de lenguaje audiovisual, pues a pesar de que en ocasiones, se presentan recetas complejas, el programa se destaca por tener un buen ritmo dentro de una corta duración, lo cual es una constante en todos los episodios y permite que la lectura del discurso sea rápida y efectiva.

Tour gastronómico por el metro

Tipo de discurso: Difusión

El producto audiovisual que mejor podría ejemplificar el concepto de la gastronomía como una cultura alternativa o como un elemento de resistencia cultural es Tour gastronómico por el metro. Aquí el conductor, Lalo Elizarrarás utiliza un lenguaje muy coloquial que encaja perfectamente en los entornos expuestos. El producto muestra la relación de los sujetos

usuarios del metro con la gastronomía que se puede encontrar en las inmediaciones de ciertas estaciones del metro. Y en general hace énfasis en la experiencia de los cocineros o dueños dentro del contexto de la comida popular. También busca enfatizar el costo de la comida, que en su mayoría tiene precios muy accesibles, pues el cliente objetivo es el colectivo de la clase trabajadora. En este programa siempre se menciona (con voz y texto) la ubicación exacta del establecimiento y los precios.

Este producto carece de complejidad en el lenguaje audiovisual así como de calidad en audio y video, sin embargo, se puede notar la intención de generar imágenes que refuercen la información que se está exponiendo.

Dichas imágenes se caracterizan por tener ángulos amplios que permiten enfatizar la interacción del anfitrión con otros sujetos y su entorno.

También se da lugar a la exposición de los platillos mediante tomas de detalle y close ups para mostrar la interacción del platillo con el anfitrión y su reacción.

A pesar de la ausencia de un lenguaje audiovisual complejo, este programa se destaca por su discurso, donde se enfatiza la experiencia de los cocineros y dueños pero sobre todo, se da mayor importancia a la relación de los platillos con sus consumidores donde ambos forman parte de una cultura subalterna.

Identificar los elementos que definen esta tendencia permitió establecer ciertos parámetros para la realización de un proyecto comunicativo que respalda y complementa esta investigación.

CAPÍTULO 4: SABORES DE ACÁ. PROYECTO COMUNICATIVO

Como resultado de este análisis es posible identificar una tendencia narrativa que engloba el tema de la gastronomía como proceso cultural y los hace converger como parte de un discurso que habla de la resistencia cultural de aquellos que producen la comida dentro de entornos subalternos. A partir de esto desarrollamos esta propuesta comunicativa.

4.1 Sinopsis

Sabores de Acá es una serie documental desarrollada en el puerto de Acapulco, Guerrero centrada en la importancia de la gastronomía popular mexicana y sus cocineros. En cada episodio veremos un platillo popular del municipio, su entorno, su origen y su preparación y a través de la conexión que tienen con la historia del platillo, los cocineros acapulqueños nos hablarán de la resistencia cultural por medio de los sabores tradicionales e innovadores del puerto.

4.2 Introducción

La comida se ha convertido en un producto que se expone como un elemento de placer a través de diversos formatos. Desde reality shows, donde se muestran fenómenos que suceden detrás de la cocina, competencias o tours gastronómicos de alimentos exóticos, hasta documentales donde se puede apreciar la relación de la comida con el ser humano.

Dentro de la exposición que tiene la comida, podemos observar que existe una gran variedad de productos audiovisuales, sin embargo, este proyecto parte de un tipo de discurso que habla de la comida como un elemento cultural de colectivos o grupos subalternos.

Retomando aspectos teóricos que se plantearon en la tesis, planteamos una propuesta comunicativa que se sustente en la teoría y que al mismo tiempo contribuya a complementar la investigación. A continuación, presentamos algunos fundamentos para la propuesta.

4.3 Justificación

A pesar de que existen diversos discursos y temáticas en torno a la gastronomía mexicana, consideramos pertinente crear un discurso que hable de la comida como un elemento cultural desde un entorno popular. Esto se hace tomando en cuenta que podemos encontrar

diferentes casos donde la gastronomía popular se impone en resistencia a la hegemonía cultural de empresas transnacionales.

En el caso específico de Acapulco: Existen pocas propuestas que hablen de su gastronomía típica popular, pues existe un imaginario en el que esta ciudad es conocida casi exclusivamente por sus playas, hoteles y restaurantes de la zona turística. Por lo tanto, es importante hablar de este tipo de gastronomía y cómo se impone ante la hegemonía cultural de las transnacionales. Por otra parte también es de consideración, tratar la relación e interacción entre la comida, los establecimientos y los productores de gastronomía

4.4 Objetivo General

Difundir la gastronomía típica de Acapulco como un elemento de cultura subalterna.

4.5 Objetivos específicos

Mostrar la relación de la comida popular con la cultura de sus consumidores.

Profundizar en la historia de la gastronomía acapulqueña como cultura popular.

Demostrar que la cultura popular es una cultura de resistencia.

Conocer la historia y el contexto de los establecimientos populares más emblemáticos.

Sabores de acá es un proyecto comunicativo enfocado en la cultura popular gastronómica y la resistencia cultural. Consta de una webserie, como producto principal, donde nos adentramos a conocer más sobre los diversos platillos típicos de Acapulco desde su elaboración hasta su llegada al consumidor, dando relevancia a los establecimientos que se encuentran alejados de la zona turística y restaurantera. Además de mostrar desde la perspectiva de los propietarios y cocineros, la visión de la familia como uno de los pilares más importantes en la historia de cada local pasando de generación en generación para no perder la tradición de la gastronomía guerrerense y esa personificación en las recetas de sus creadores.

4.6 Formato

El formato serie web documental es un producto audiovisual donde su principal medio de difusión es el internet, teniendo una mayor libertad al momento de elegir la duración, temática, técnicas audiovisuales, etc. A diferencia de las series televisivas la estética suele

ser más como un videoclip, los capítulos suelen tener una duración corta y los temas tocados suelen ser más arriesgados. Cada una de las temporadas son divididas en episodios o también son llamados websodios con una duración entres los tres a veinticinco minutos, y para ser considerado como una serie éste necesariamente debe tener tres capítulos y una relación entre ellos. Otra característica de las webseries es la ausencia de anuncios, su distribución se puede llevar a través de plataformas como Youtube. (Mónica Ponzón, 2018)

4.6.1 Duración

4 - 6 minutos

Cada capítulo cuenta con una duración entre cuatro y seis minutos, relatamos nuestra llegada al local desde que este es abierto, la preparación de los platillos en el caso del chilate y el pescado a la talla mientras que el pozole y relleno conoceremos el emplatado o la forma en que es vendido a los clientes. Las entrevistas a los dueños de cada establecimiento nos relatan la historia detrás del restaurante junto con datos históricos de cada comida típica en Acapulco y su punto de vista frente a la resistencia cultural en la gastronomía guerrerense.

Consta de un primer volumen o temporada donde nos adentramos a conocer más sobre la gastronomía típica de Acapulco con cuatro de los platillos más emblemáticos de la región: chilate, pozole, relleno y el pescado a la talla; relatado desde la perspectiva de los empleados y dueños de los diferentes locales o restaurantes, que abarcan desde la zona centro hasta las afueras de Acapulco. Finalmente todo se conjunta en un capítulo especial donde se plantea el discurso de la investigación. Esta segmentación se hizo tomando en cuenta la naturaleza efímera, viral y fragmentada de las redes sociales y las plataformas digitales.

La serie se divide en cuatro capítulos:

1.- Chilate: La chilateria “Lucerito” es uno de los varios locales especializados en la venta de chilate ubicada en el mercado de la colonia Progreso,

2.- Relleno: “Doña Chely” un local especializado en el famoso relleno ubicado en el mercado de la Colonia Progreso.

3.- Pozole: El restaurante “Las palmitas” especializado en la venta de pozole estilo guerrero en sus diversas presentaciones: verde, rojo, blanco y elopozole.

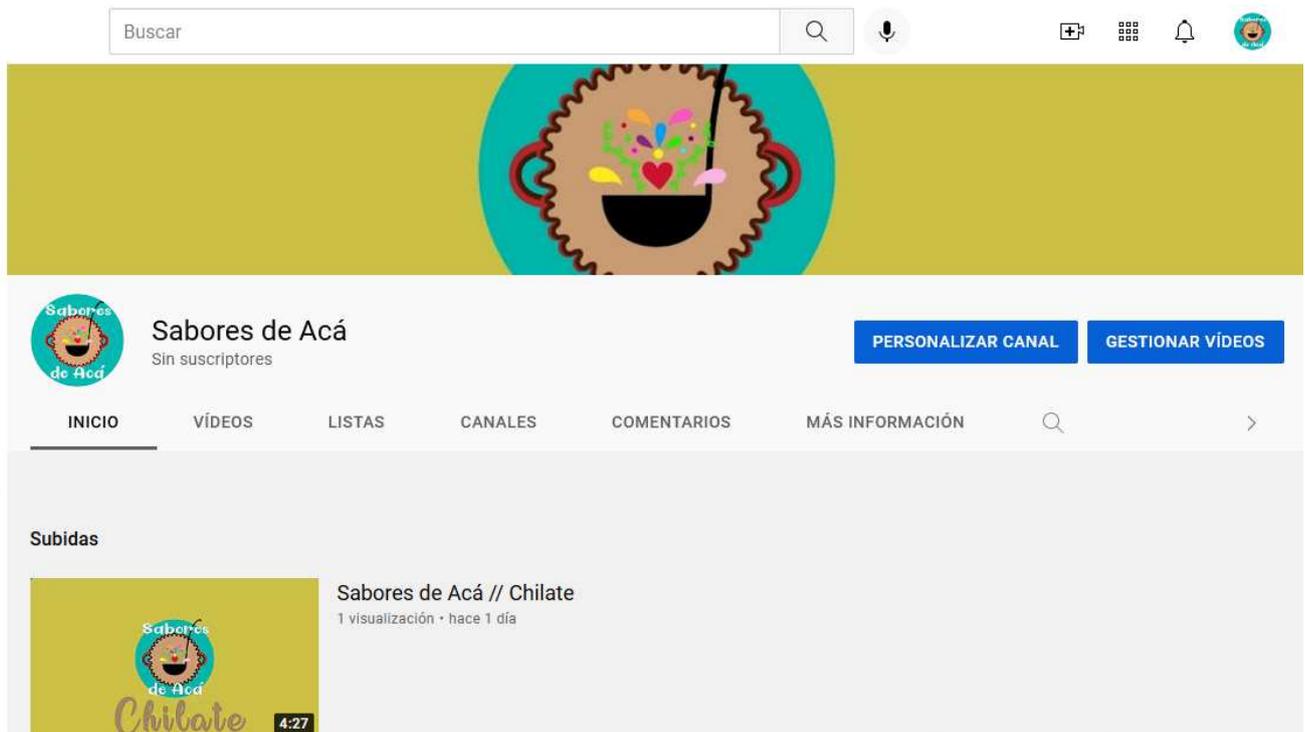
4.- Pescado a la talla: Uno de los cuatro restaurante más conocidos por la su venta del pescado a la talla “Cira La Morena II”

5.- Y un capítulo especial que engloba los cuatro primeros.

4.7 Exposición

YouTube

Las plataformas digitales como Youtube junto con el resto de las redes sociales nos brindan una oportunidad para llegar a diferentes rincones del mundo sin necesidad de estar presentes y despertar la curiosidad en diversos temas con el solo uso de un dispositivo electrónico. En este caso la muestra gastronómica en las redes sociales como . “La ruta de la garnacha”, “De mi rancho a tu cocina” y como lo es esta nueva propuesta “Sabores de acá”, son solo algunos ejemplos de la importancia de la comida en las redes sociales. Y es porque en la plataforma Youtube, este tipo de discursos pueden tener una exposición más prolongada sin verse afectada su visibilidad por otros factores u otros productos más inmediatos. YouTube está diseñado para que la visualización del espectador sea específicamente del video que se está reproduciendo.



<https://www.youtube.com/channel/UC1VZIo2hmYEdC22kWixx3pA/featured>

4.8 Distribución y difusión

Tik Tok

Para concentrarnos en la perspectiva audiovisual utilizaremos TikTok por su plataforma de videos corta entre quince segundos hasta tres minutos y su formato vertical, con un espacio para la interacción entre los usuarios y además de otras herramientas de edición que ofrece la plataforma.

A pesar de su contenido de entretenimiento TikTok ofrece diferente tipo de contenido, dentro del grupo gastronómico existen diversos perfiles donde nos muestran restaurantes ofreciendo una experiencia e información restaurantera.

Los clips son divididos en tres grupos:

- Platos: se repartieron en cinco videos donde cada uno habla sobre los platos con una duración de quince o treinta segundos.

- Locales: Cinco videos enfocados en nuestra visita a cada local además de agregar sus redes sociales y dar promoción al local.
- Sabores de acá: consta en un video para dar a conocer el tema y contenido de la serie.
- Estreno: este último video es para seguir la difusión del proyecto audiovisual y para su estreno en YouTube



Sabores de acá ▾



@sabores_de_aca

Este proyecto audiovisual se publicó posterior a la culminación de esta investigación, por lo que, al momento de redactar este apartado era muy pronto para hacer una medición del impacto en las redes sociales.

CONCLUSIONES

Nuestro presupuesto fue: *La gastronomía tradicional es una expresión de la cultura popular y muestra una resistencia ante la cultura hegemónica*, el cual quedó confirmado mediante los resultados del análisis etnográfico y el proceso de realización audiovisual.

Tal como se ha expuesto en el documento, la resistencia cultural gastronómica, depende de la medida en que los individuos de una sociedad le atribuyen ciertos valores a sus bienes culturales, a sus raíces. Es decir, entre mayor sea el grado de identidad de una sociedad con un objeto cultural, como la gastronomía, mayor será el valor que se le asigne y la importancia de su conservación.

La cultura popular vista a través de la perspectiva marxista de Mijaíl Bajtín, la definición sobre hegemonía según Gramsci, además la resistencia cultural como un concepto donde un grupo se opone a las imposiciones de una cultura dominante, la gastronomía vista como la relación que tiene el ser humano con la comida que al tener la presencia de una persona también es vista como la disciplina que estudia la relación de la comida con la cultura sumando la comida tradicional como una representación de una cultura ; nos permitió comprender cómo Acapulco al ser uno de los principales atractivos turísticos en México refleja la resistencia cultural a través de sus platillos típicos y locales que mantienen su tradición al paso de los años.

Dentro de la cultura mexicana, la gastronomía es un elemento cultural muy valioso. En Acapulco, la gastronomía popular es importante y destacan los platillos tradicionales como parte de su cultura e identidad, pero más allá de formar parte de la dieta diaria de la población, estos platillos fungen como una de las principales fuentes económicas y además se han posicionado en el imaginario colectivo, dentro del cual, la idea de un bolillo con relleno acompañado de un vaso de chilate es el símbolo de un domingo en el puerto.

Al desarrollar los procesos de análisis (etnografía, observación participante, entrevistas y la gastronomía en la red) es posible distinguir que en cada etapa se encuentra muy presente la relación que mantienen los productores gastronómicos con la comida. Este análisis también permite tener un acercamiento al concepto de resistencia en contraposición con las hegemonías, pues desde la experiencia de los productores o propietarios, se puede observar una intención de conservar las tradiciones familiares y la esencia de cada uno de los platillos.

Estos procesos de análisis nos acercan a una conclusión donde la gastronomía popular representa una resistencia cultural, en el sentido de que los platillos en sí mismos se mantienen dentro de un imaginario en que la comida es parte de un proceso de identidad y cultura para sus productores y el hecho de mantenerse arraigados a costumbres y tradiciones generacionales implica un acto de resistencia.

Dentro del proceso etnográfico se realizaron un total de 7 entrevistas, con las cuales se pretendía conocer la experiencia del propietario como un productor cultural de comida popular, la interacción con sus consumidores y su relación con las hegemonías culturales.

La intención inicial era realizar una entrevista por establecimiento, es decir, cuatro en total. Sin embargo, las condiciones de la observación participante permitieron que en un par de establecimientos se llevarán a cabo algunas entrevistas adicionales. El objetivo de las entrevistas fue conocer la experiencia de los propietarios dentro del ámbito de la gastronomía como producto cultural.

Una vez finalizado, los resultados del análisis etnográfico, permitieron desarrollar una propuesta comunicativa "Sabores de acá" es una propuesta comunicativa con el objetivo de resaltar la cultura popular gastronómica de México y cuya intención es hablar de la importancia de otorgarle a la comida popular el valor de producto cultural y en este caso como elemento de cultura alternativa, en esta primera temporada Acapulco es el estreno de nuestro proyecto audiovisual. Con un extenso análisis etnográfico y con la ayuda de las entrevistas enfocadas en cómo los locatarios de cada negocio miraban su platillo típico acapulqueño como parte de su cultura popular, logramos entender cómo a pesar de los años estos locales siguen manteniendo su tradición mientras pasa de generación en generación, creando una resistencia frente a la cultura hegemónica.

Youtube como nuestra principal red social para la difusión en el proyecto audiovisual nos permitió crecer orgánicamente sin ayuda de redes alternativas como Instagram y Facebook, aunque otro soporte para la difusión fue Tiktok al ser también una plataforma de videos cortos fue utilizado más para promocionar la webserie.

De los puestos gastronómicos que visitamos, ninguno cuenta con una difusión explícita de los platillos. Creemos que para enriquecer esta cultura popular se requiere crear asociaciones para su fomento, que productores como vendedores de estos alimentos

tradicionales se les den las mismas oportunidades, en aspectos como publicidad y difusión ante locales y turistas.

Cada uno de los diferentes establecimientos tienen algo en común, además de los años de experiencia centrados en mantener un platillo típico en el imaginario de las personas que los consumen, estos locales se sostienen por su ascendencia familiar pasando de generación en generación, refleja la resistencia cultural que tanto nativos como turistas visitan por su cercanía a la zona costera. La popularidad de estos establecimientos se basa en la preparación de los alimentos, si bien existen otros sitios donde puedes consumir el mismo platillo, estos tienen un toque especial en sus recetas pero sin perder el verdadero origen de la gastronomía guerrerense, ganando popularidad entre los consumidores que acuden desde temprano a degustar de estos platillos.

Este proyecto inició como una idea, eran hipótesis e investigaciones a través de una pantalla, el hecho de haber trabajado una tesis en plena pandemia, no nos daba esperanza alguna de llegar a crear este proyecto como queríamos.

Después de pensarlo un tiempo, decidimos hacer realidad este proyecto y viajar de Ciudad de México a Acapulco para poder concretar esa idea inicial, pues el esquema PEER nos permitió viajar y a su vez tomar clases en línea. El resultado fue el audiovisual, las entrevistas, de lo más importante, pues con ello podemos afirmar sin dudas el presupuesto de este trabajo. Trabajamos 2 meses, adaptándonos al puerto, a su gente y a su cultura, pues para poder atestiguar lo que escribimos sobre cada platillo y lugar debíamos ir y probar.

Algunas de las dificultades al llegar fue buscar locales donde se nos permitiera tanto grabar el establecimiento como realizar las entrevistas a los propietarios, algunas se negaban a salir en video o simplemente se negaban a colaborar. El clima era otro factor importante durante el proyecto, ya que al ser temporada de lluvias y el paso de un huracán por las costas del país, nos impedía trasladarse y además las alertas por tormenta tropical se mantuvieron presentes durante varios días.

Por otra parte, consideramos importante que los habitantes e incluso los encargados del turismo, vean estos alimentos tradicionales como un producto cultural, porque además de generar recursos económicos, ayuda en la preservación de los elementos culturales que

estos alimentos representan para la localidad, así como las tradiciones y costumbres que llevan implícitos.

Sin dudas, este trabajo representa un esfuerzo y una experiencia muy enriquecedora, tanto en el tema de la investigación a través de la etnografía, como en el ámbito de la producción audiovisual de un documental y el desarrollo de un proyecto comunicativo.

Para finalizar habrá que realizar algunos cuestionamientos que permitan a futuras investigaciones profundizar respecto al tema central de esta tesis:

¿La gastronomía popular se puede mantener como un elemento de resistencia? o ¿eventualmente se transformará en una hegemonía?

¿Este tipo de gastronomía llegará a desaparecer debido a las empresas hegemónicas?

¿Qué pasaría si los principales recursos de la gastronomía de Acapulco llegaran a escasear?

¿Podría la gastronomía como resistencia cultural encontrarse en otras ciudades o estados?

¿Es la gastronomía en la red parte del proceso de resistencia cultural?

BIBLIOGRAFÍA

- Acapulco, México. (s/f). Recuperado el 2 de marzo de 2021, de Pricetravel.com website: <https://www.pricetravel.com/Acapulco> (Consultado el 25 de Abril de 2021)
- Acapulco de Juárez, (S/f). Recuperado el 2 de marzo de 2021, de Gob.mx website: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM12guerrero/municipios/12001a.html> (Consultado el 01 de mayo de 2021)
- Albaraez, N. (2016). El concepto de hegemonía en Gramsci: Una propuesta para el análisis y la acción política. Revista Estudios Sociales Contemporáneos. Número 15, 2016, pp. 150-160 (Consultado el 21 de febrero de 2021)
- Alonso, L. (2005). Mitologías alimentarias cotidianas. Una relectura de Roland Barthes. Revista Internacional de Sociología, Tercera Época Número 40, Enero-abril, 2005. pp. 79-107 (Consultado en 13 de marzo de 2021)
- Ander, E. (s/f). El proceso de globalización en la cultura. Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos. Recuperado de <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf> (Consultado el 15 de marzo de 2021)
- Ballesteros, B. (2014). Taller de investigación cualitativa. Madrid: Universidad Nacional de educación a distancia. (Consultado el 6 de agosto de 2021)
- Bertozzi, L. (1998). Tipicidad alimentaria y dieta mediterránea. En A. Medina, F. Medina y G. Colesanti (Eds.) El color de la alimentación mediterránea. Elementos sensoriales y culturales de la nutrición. Icaria. Barcelona, España. pp. 15-41. (Consultado el 21 de marzo de 2021)
- Bajtín, M. (1987). La cultura popular en la edad media y el renacimiento. El contexto de François Rabelais [1941], Madrid, Alianza (Consultado el 22 de abril de 2021)
- Canclini, N. (1984). Cultura y organización popular Gramsci con Bourdieu. Cuadernos Políticos, número 38, ediciones era, México, D.F, pp.75-82. Recuperado de <http://www.cuadernospoliticos.unam.mx/cuadernos/contenido/CP.39/CP.39.7.N%C3%A9stor%20Garc%C3%ADa%20Canclini.pdf> (Consultado en 24 de Abril de 2021)

- Conóce. (2019). *Primer hotel de Acapulco: no imaginarás en dónde estaba*. Casa de la Cultura de Acapulco.
<http://casadelaculturadeacapulco.com/blog/primer-hotel-de-acapulco-no-imaginaras-en-donde-estaba/> (Consultado el 06 de Marzo de 2021)
- Cortés, E. (2014). La hegemonía cultural hoy: la hegemonía como método analítico en los estudios culturales. *Pensamiento actual*. Universidad de Costa Rica, Volumen 14. No. 22, 2014, pp. 13-28 (Consultado el 15 de marzo de 2021)
- Correa, Fernando. (2016, 10 noviembre). El Pozole Guerrerense, tradición e identidad de Guerrero. Mediateca Guerrero.
<http://www.mediatecaguerrero.gob.mx/gastronomia/pozole-guerrerense-tradicion-e-identidad-guerrero/#:%7E:text=El%20pozole%20forma%20parte%20de,la%20impresi%C3%B3n%20de%20ser%20espuma.> (Consultado el 05 de mayo de 2021)
- Domínguez-López, A., Villanueva-Carvajal, A., Arriaga-Jordán, C. M., y Espinoza-Ortega, A. (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso Oaxaca como un caso de estudio del centro de México. *Estudios sociales*, 19(38), 165-193. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572011000200007&lng=es&tlng=es (Consultado el 1 de septiembre de 2021)
- El Debate. (2017). Pescado a la talla, una tradición en el puesto de Acapulco. *El Debate*. México. Recuperado de:
<https://www.debate.com.mx/mexico/Pescado-a-la-talla-una-tradicion-en-el-puerto-de-Acapulco-20170714-0261.html> (Consultado el 28 de abril de 2021)
- Escamilla, E., Gortari, Y.(s/f). La gastronomía como destino turístico, México. *Patrimonio cultural y turismo*. Cuadernos. Recuperado de
<https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo10.pdf> (Consultado el 10 de mardo de 2021)
- Fernández, J. (2001): “Elementos que conducen al concepto de profesión”, en: *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 3. (Consultado el 06 de agosto de 2021)

- Guerrero. (s/f). Recuperado el 2 de marzo de 2021, de Gob.mx website: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/guerrero> (Consultado el 30 de abril de 2021)
- Guerrero turístico. (s/f). “Playa Barra Vieja”, MéxicoXP, México. Recuperado de: https://www.guerreroturistico.com/portal/art428_Playa_Barra_Vieja.html (Consultado el 29 de septiembre de 2021)
- Grupo Akal. (2017). Antonio Gramsci. Hegemonía. España, 27 de abril de 2017. Recuperado de <http://www.nocierreslosojos.com/gramsci-hegemonia/> (Consultado el 21 de febrero de 2021)
- González, C. A. (2018). Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Sobre la cultura popular. Un acercamiento. Época III. Vol. XXIV. Número 47 Colima, pp. 65-82. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6500999.pdf> (Consultado el 13 de Abril de 2021)
- H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco, (2017). Historia, México. Recuperado: <https://acapulco.gob.mx/historia/> (Consultado el 02 de marzo de 2021)
- H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco, (s/f) Conoce Acapulco, México. Recuperado de: <https://acapulco.gob.mx/conoce-acapulco/> (Consultado el 02 de marzo de 2021)
- Historia de los primeros Hoteles Acapulco. (s/f). Recuperado de Blogspot.com website: <http://ingvictorloyo.blogspot.com/2013/03/historia-de-los-primeros-hoteles.html?m=1> (Consultado el 02 de marzo de 2021)
- López-Guzmán, T., Sánchez, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 10(5), 575-584. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_12.pdf (Consultado el 22 de abril de 2021)
- Martínez, M. (2005). El método etnográfico de investigación. Venezuela. Recuperado de <http://investigacionpostgrado.uneg.edu.ve/intranetcgip/documentos/225000/225000arquivo00002.pdf> (Consultado el 4 de agosto de 2021)

- Menú Acapulco. (2020). Breve historia del relleno de cuche. México. Recuperado de: <https://menuacapulco.com/2020/05/18/breve-historia-del-relleno-de-cuche/> (Consultado el 2 de mayo de 2021)
- Morga, L. E. (2012). Teoría y técnica de la entrevista. México: Ed. Red tercer milenio. Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/salud/Teoria_y_tecnica_de_la_entrevista.pdf (Consultado el 07 de agosto de 2021)
- Ponzó, M. (2018, 9 diciembre). WEBSERIES. LA PRODUCCIÓN AL ALCANCE DE TU MANO - Mónica Ponzó. Medium. <https://medium.com/@monicaponzopapi/webseries-la-produccion-al-alcance-de-tu-mano-c3a3df0c5288> (Consultado el 24 de Noviembre de 2021)
- Portal Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero. (2015). Acapulco de Juárez. Recuperado de: <http://guerrero.gob.mx/municipios/acapulco/acapulco-de-juarez/> (Consultado el 10 de mayo de 2021)
- Pueblos mágicos de México. (s/f). Gastronomía de Acapulco, delicia en Guerrero. Pueblos México. Recuperado de <https://www.pueblosmexico.com.mx/gastronomia-de-acapulco-delicia-en.html> (Consultado el 2 de mayo de 2021)
- Rauber, I. (2015). Hegemonía, poder popular y sentido común. AGO.USB Medellín-Colombia V. 16. 20 de noviembre de 2015 . Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/agor/v16n1/v16n1a02.pdf> (Consultado el 2 de marzo de 2021)
- Revoreda, E. (2021, 3 mayo). Chilate: una deliciosa bebida tradicional del estado de Guerrero. Directo al Paladar México. (<https://www.directoalpaladar.com.mx/bebidas-mexicanas/chilate-deliciosa-bebida-tradicional-estado-guerrero>) (Consultado el 03 de Mayo de 2021)
- Rodríguez, Juan Carlos (2016). Gramsci y la cultura popular. Álabe 13 [www.revistaala-be.com]. Recuperado de <http://www.gramscimania.info/ve/2016/06/gramsci-y-la-cultura-popular.html> (Consultado el 21 de febrero de 2021)

- Santos, D. (2021, 25 junio). *Qué es TikTok: cómo usarlo y por qué unirte en 2021*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tiktok> (Consultado el 25 de Noviembre de 2021)
- SECTUR- CESTUR. (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural en México*. México: Autor. (Consultado el 15 de marzo de 2021)
- Sin Embargo. (2017). *Historia del pescado a la talla*. México. Recuperado de: <https://www.sinembargo.mx/18-08-2017/3285076> (Consultado el 03 de abril de 2021)
- Sociólogos, (2015). "La supervivencia de la cultura– Pierre Bourdieu", periódico suizo Tages Anzeiger, 08 de diciembre de 1999. Traducido por Sociólogos. Recuperado de <https://sociologos.com/2015/12/30/la-supervivencia-de-la-cultura-pierre-bourdieu/> (Consultado el 2 de marzo de 2021)
- Todd, Z., Nerlich, B. y McKeown, S. (2004). Introduction. En Z. Todd, B. Nerlich, S. McKeown y D. Clarke (Eds.). *Mixing methods in Psychology* (pp. 3-16). Hove: Psychology Press (Consultado el 10 de abril de 2021)
- Uriarte, J.(2020). *Cultura Popular*. Caracteristicas.co. Última edición: 6 de marzo. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/cultura-popular/> (Consultado el 23 de abril de 2021)
- Valenzuela Valdiverso, E. (2009). *La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco (México)*. Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. (Consultado el 20 de mayo de 2021)

ANEXO 1 (Cuestionario)

Entrevista al dueño o dueña del local

¿Cómo inició su negocio?

Para conocer la historia del local

¿Cómo decidió establecerse dentro de esa zona?

Conocer la popularidad de la zona (ubicación)

¿Cuánto tiempo lleva operando su local?

Conocer la popularidad del local

¿Cómo es un día de trabajo?

Para conocer al entrevistado

¿De qué manera el turismo contribuye a su local?

Saber el porcentaje de turistas (nacionales o extranjeros) que consumen en puestos locales o tradicionales

¿Cuántos platillos típicos de Acapulco ofrece su negocio?

Conocer la popularidad de los platillos en estos locales

¿Cuál es el platillo más pedido por los comensales?

Conocer el platillo más popular entre los comensales

¿Considera que este platillo es representativo de Acapulco? ¿Por qué?

Conocer el significado cultural de la comida según el comensal

¿Cuál es su hora en la que hay más afluencia de comensales?

Conocer el éxito (popularidad) del local

¿Piensa que se está perdiendo la tradición de la comida guerrerense?

Entender la importancia de la relación platillo-tradición

Desde su experiencia, ¿cree que debería existir alguna estrategia para conservar la tradición del local?

Conocer la opinión del entrevistado respecto a esta resistencia de cultura popular

ANEXO 2 (Locaciones)

La Progreso

La colonia Progreso (florida) es una localidad del municipio Acapulco de Juárez, en Guerrero, y abarca un área cercana a 13 hectáreas.

Esta colonia se caracteriza por tener comercios gastronómicos, cualquiera que tenga hambre de tacos o “garnachas” puede pensar inmediatamente en la Progreso, pues el sabor de cada puesto es único, además de la gran variedad de comida que existe.

Alberto López Rosas, ex alcalde de Acapulco, alguna vez comentó que seguiría apoyando toda iniciativa para mejorar las condiciones de vida de la colonia que tiene más de cinco décadas poblada, en donde han pasado hombres y mujeres muy trabajadores que le han dado vida a la colonia Progreso con su pensamiento visionario, “no podríamos entender un Acapulco sin la colonia Progreso”.

Colonia Progreso (florida), 39610. Acapulco de Juárez, Gro.

Mercado de la Progreso

En Acapulco se encuentra uno de los mercados más famosos de Guerrero, en donde locales y turistas llegan para probar de raíz la comida típica de todo el estado, como el chilate. Cada puesto del mercado de la Progreso guarda una historia que se va nutriendo de otras día con día y que se convierte en un mundo con vida propia con diferentes matices, distintos olores, sabores, texturas y gente. (Menú Acapulco, 2017)

Bernal Díaz del Castillo, Progreso, 39350. Acapulco de Juárez, Gro.

Barra Vieja

Uno de los lugares más visitados sin duda es la Playa de Barra Vieja, la cual se ubica a 25 kilómetros aproximadamente del Puerto de Acapulco, un lugar maravilloso y bastante extenso, ideal para el esparcimiento y descanso.

La Playa de Barra Vieja recibe este nombre gracias a las formaciones de barras de arena y sedimentos que se acumulan en la desembocadura del Río Papagayo al mar, muy cerca de ella se localizan las playas de Revolcadero y Bonfil las cuales se ubican en esa zona. (Guerrero turístico, s/f)

Una de las principales características de Barra Vieja es su deliciosa gastronomía, no puedes dejar de probar el pescado a la talla, y lo mejor es que puedes escoger el pez que deseas que te preparen de acuerdo a originales recetas típicas de la región, se acostumbra ser cocinado al carbón con especias y tallado.

Carretera Tres Vidas - Barra Vieja - Las Horquetas, 39930 Acapulco de Juárez, Guerrero