

# Comida callejera y espacio social entre los habitantes de la ciudad de Toluca, México

Héctor Favila Cisneros<sup>1</sup>, Andrés López Ojeda<sup>2</sup> y Ricardo Hernández López<sup>3</sup>

## Resumen:

El fenómeno de la comida callejera es un tema de sumo interés desde hace algunos años, ya que está presente en la cultura y es parte de nuestra idiosincrasia como mexicanos. El objetivo de esta propuesta de investigación, es el de analizar cualitativamente las expresiones socio-espaciales de la comida callejera entre los habitantes de la ciudad de Toluca, así como sus diferentes prácticas culturales, para ello se pretende realizar un estudio etnográfico en el cual se aplicarán unas 30 entrevistas semiestructuradas como abiertas a diversos informante clave, tanto a los que ofrecen la comida callejera como a los consumidores de la ciudad de Toluca, así como de realizar una observación directa para la construcción de un mapa geo-gastronómico callejero de dicha oferta. El estudio que se pretende realizar, sugiere que los hábitos de los habitantes de la ciudad presentan una considerable aceptación sobre los productos gastronómicos callejeros por su cómodo acceso. Finalmente se concluye en esta propuesta, que estos pobladores urbanos están consumiendo más productos por su bajo costo y fácil acceso.

**Palabras clave:** comida callejera, etnografía, cultura gastronómica, culinaria

*Street food, habits and sociality in the city of Toluca, Mexico*

## Summary:

The phenomenon of street food is a topic of great interest for some years, since it is present in the culture and is part of our idiosyncrasy as Mexicans. The objective of this research proposal is to qualitatively analyze the socio-spatial expressions of street food among the inhabitants of the city of Toluca, as well as their different cultural practices, for this purpose an ethnographic study is planned. They will apply some 30 semi-structured interviews as open to various key informants, both those offering street food and consumers in the city of Toluca, as well as direct observation for the construction of a street geo-gastronomic map of said offer. The study that is tried to realize, suggests that the habits of the inhabitants of the city present / display a considerable acceptance on the street gastronomic products by their comfortable access. Finally, this proposal concludes that these urban inhabitants are consuming more products because of their low cost and easy access.

**Keywords:** street food, ethnography, culinary culture, culinary

## Introducción

Existe una tendencia importante y creciente a comer en la calle, se diversifica cada día más, además refleja una forma de vida de las ciudades no sólo de México sino también a nivel mundial. La comida callejera se ha convertido en una tendencia de la gastronomía, que sin lugar a duda es poco estudiada desde la óptica de la socialidad y del patrimonio culinario de las poblaciones. La gastronomía callejera se puede ver como un estilo de vida acelerado que en la actualidad ha incorporado elementos para su mejor aceptación debido a que trata de incorporar productos sanos y de gusto culinario, dicha comida está adquiriendo un significado distinto al que tradicionalmente lo han estereotipado. La comida callejera tiene un origen muy antiguo, desde la antigua Grecia como del imperio romano, la comida publica se preparaba se vendía y consumía en eventos importantes, así como en el simple tránsito por las calles, generando un tipo de convivencia y espacio social característico de las ciudades, por ello esta actividad representa una parte importante de la identidad de los habitantes de las urbes. Un dato interesante es que muchos platillos que ahora son

<sup>1</sup> Favila Cisneros Héctor Javier.- Doctor en antropología Física por la Escuela Nacional de Antropología e Historia ENAH. Director de la Revista Culinaria de la UAEMex. Adscrito al Centro de Investigaciones en Estudios Turísticos (CIETUR) Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMex. [hfavilac@uaemex.mx](mailto:hfavilac@uaemex.mx) (autor corresponsal).

<sup>2</sup> Ojeda López Andrés.- Doctor en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana. UAM. Coordinador del Observatorio Gastronómico del Estado de México. Adscrito al Centro de Investigaciones en Estudios Turísticos (CIETUR) Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMex. [andrew.diorema@yahoo.com.mx](mailto:andrew.diorema@yahoo.com.mx)

<sup>3</sup> Hernández López Ricardo.- Doctor en Historia del Arte por El Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos (CIDHEM). Adscrito al Centro de Investigaciones en Estudios Turísticos (CIETUR) Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMex. [riherlo@hotmail.com](mailto:riherlo@hotmail.com)

de célebres nacieron en las calles y forman parte de la gastronomía popular de cada país o región, demostrando su importancia y no el desacredito que se le ha otorgado. Se puede considerar que otro de los elementos que hacen de la comida callejera un éxito, es que con el paso del tiempo ha conservado su carácter popular, ya que se adapta a los tiempos actuales respecto a la producción y transformación apoyados de en la apreciación de los alimentos locales siguiendo la tradición popular.

Con esto podemos decir que el éxito de la comida callejera actual se posiciona como un aporte importante de servicio gastronómico de las poblaciones, ya que la misma

Organización de las naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), menciona que día a día se come en la calle unos 2,500 millones de personas, por lo cual la comida publica abarca una gama de tradiciones y preparaciones muy diversas. Se podría pensar que los países subdesarrollados esta tendencia gastronómica constituye la dieta esencial de la población, mientras que en los países desarrollados se le puede considerar como una moda o un estilo de vida deliberado hacia las tendencias gastronómicas, ahí tenemos como ejemplo los food trucks. La comida callejera es una de las principales formas de alimentación en México. Este emblema cultural e identitario no se ha abordado desde la perspectiva de la importancia cultural como una tendencia gastronómica, se ha abordado desde lo económico como el ambulante, el subempleo y como comida chatarra, mala para la salud. Algunos estudios en lo tocantes a la geografía han abordado el tema del ambulante (Meissonier, 2007; Monnrt, 2007), como un problema más de subempleo que un de espacios socio espaciales dentro de lo que sería el mercado de alimentos. Por otra parte, se encuentran los trabajos de economistas que reflexionas sobre alternativas de ambulante frente a la exclusión económica de la cual son objeto un sector de la población desempleada (Crevoisier et. al., 2007; Mizrahi, 1989). Los estudios de carácter sociológico y etnológica han abordado este tema de la comida callejera desde la perspectiva de una economía dependiente, es decir la respuesta alternativa de la población frente al capitalismo que ha degenerado en un subdesarrollo característico de la inflación y crisis económica y social (Silva, 2010). Por otra parte, están los estudios que se enfocan en la comida callejera desde un punto de vista nutricional, donde se ve a la comida publica como un mal necesario y dañino para la salud (Vargas, 1993). En este orden de ideas, los estudios sobre la venta callejera de comida se han limitado a las épocas de crisis y de economías en vías de desarrollo (García, 2011). En el ámbito menos académico, las referencias a la comida callejera en particular a la cocina mexicana la tienden a clasificar desde una posición folklorista o como expresión de la cultura popular, sin un examen más minucioso sobre la importancia y significado que tiene esta actividad desde los espacios sociales y del patrimonio alimentario. Ahora bien ¿Cómo la cultura está modificando o conservando las costumbres de la comida callejera más allá de su simple venta, para ser consideradas una aportación gastronómica con identidad propia en la ciudad de Toluca?

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho sobre la situación que guarda la comida callejera, en esta investigación se analizará los aspectos relacionados con la oferta gastronómica sus implicaciones en el ámbito de la socialidad e identidad de los habitantes de la ciudad de Toluca, así como de la diversidad de los productos gastronómicos que son emblemáticos de la ciudad y como parte de la oferta turística de la misma.

## Metodología

La metodología que se utilizará en la investigación será de corte cualitativo, a través del método etnográfica, de manera general, la investigación se desarrollará en tres fases:

**1) Investigación documental.** Incluye la visita a bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación y el acceso a artículos en línea para buscar, identificar, revisar y seleccionar información de fuentes de primera mano impresas y electrónicas tanto de la producción anglosajona como hispanoamericana sobre el Patrimonio culinario o gastronómico, comida o gastronomía de la calle en México como de otras latitudes, así como de temáticas relacionadas sobre la gastronomía y cultura culinaria tradicional. Una vez recabada la información necesaria, se procederá a su análisis e interpretación, lo cual culminará con productos académicos como artículos, tesis y participación en eventos académicos.

**2) Trabajo de campo.** Para el caso de la investigación se entenderá como campo de trabajo la zona objeto de estudio que en este caso se delimitará en la zona centro de la ciudad de Toluca y sus áreas aledañas. En este tenor, el método que mejor responde a las necesidades de la investigación es el etnográfico, el cual constituye una reconstrucción analítica de escenarios y manifestaciones culturales. Una vez que se tiene un conocimiento previo de la realidad de la

oferta de comida callejera, se aplicarán entrevistas semiestructuradas a individuos tanto de los que ofrecen la comida como de los que la consumen, con la finalidad de comprender la percepción de lo que significa la comida de la calle entre los habitantes de la ciudad. Los instrumentos a ocupar para esta investigación serán la guía de observación para la identificación y clasificación de la oferta gastronómica callejera, y para los sujetos a entrevistar será hará a través de entrevistas semi-estructuradas como abiertas.

**3) Análisis y sistematización de la información.** Una vez registrada la información de campo en los instrumentos correspondientes, se procederá a su vaciado, transcripción y ordenamiento de acuerdo a las categorías planteadas. Finalmente se realizará el análisis e interpretación del trabajo etnográfico.

## Resultados

Se presentan algunos resultados preliminares de la investigación en curso. De la guía de observación se obtuvo información del contexto de la oferta gastronómica callejera, así como los hábitos que presentan algunos habitantes de la ciudad al consumir los alimentos preparados o empaquetados en la vía pública, así como también la percepción del espacio social en la cual se ven reflejados los hábitos de consumo derivado de las prácticas culturales de estos consumidores. En un primer momento y de manera preliminar podemos mencionar que los hábitos de consumo callejero se ven reflejados en función de la disponibilidad de tiempo de las personas que hacen uso y compra de la comida callejera, lo que nos hace pensar que los hábitos se ajustan a las necesidades del tiempo para sus actividades laborales los cuales inducen al habitante a tener un acercamiento más permanente con la comida callejera o un excedente culinario sobre su dieta tradicional. El trabajo etnográfico nos muestran que la oferta gastronómica callejera es variada y que se ubica en un espacio social, el cual representa un flujo de movilidad social de la vida cotidiana de la ciudad, considerando a la calle como un espacio gastronómico donde comer en la calle se convierte en parte de las nuevas experiencias de los habitantes de la ciudad.

## Comentarios finales

Lo que se puede comentar de manera precedente es que la comida callejera se convierte en un espacio social importante dentro de la vida de la ciudad, ya que refleja parte de la cultura de alimentares en público dando origen a nuevos espacios de comensalidad, así como de considerar a la calle como escenarios gastronómicos con una gama de experiencias culturales.

## Agradecimientos:

A la Universidad Autónoma del Estado de México UAEM por facilitar los medios para dicha investigación.

## Bibliografía

- Alba de, M. (2005) "Los significados del comercio ambulante y su importancia en las representaciones socioespaciales de la Ciudad de México" en J. Monnet y J.
- Arellano, Gustavo (2012) *Taco USA. How Mexican Food Conquered America*. Scribner, New York.
- Bonnafé (comps.) *El ambulante en la Cd. de México*. México, UAM/CEMCA.
- Ávila-Curiel A., Chávez-Villasana A. y Ávila-Acros MA. (2008). La situación nutricional de la población mexicana. *Rumbo Rural* 4 pp.64-87
- Bertran, M. (2010) "Acercamiento antropológico de la alimentación y salud en México" en *Phycis. Revista de Saúde Coletiva*. Vol. 20, número 2, pp. 387-411.
- Chapa, M. (2008) *Los tacos de México. Bienvenidos al paraíso del sabor*. México, Aguilar.
- Crevoisier, O., Hainard, F. y P. Ischer (eds.), (2007) *L'économie informelle. Une alternative à l'exclusion économique et sociale?* Berne, UNESCO.
- Costa, J (2004). *La imagen de marca, Un fenómeno social*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- García Canclini, N (1992). *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Editorial siglo XXI.
- Geertz, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa. 1987.
- Harris, Marvin. *El materialismo cultural*. Madrid, Ed. Alianza. 1991
- Jeffrey M. Pilcher (2012) *Planet Taco a Global History of Mexican Food*. Oxford University Press. New York.
- Kawulich, Bárbara B. "La observación participante como método de recolección de datos". *Forum: Qualitative Social Research*. Ediciones de la Universidad de Georgia, núm. 2, mayo 2005. Carrolton: Universidad de Georgia, 2005 pp: 1-32.
- Lezama, Jose L. (1990) "Hacia una revaloración del espacio en la teoría social" en *Sociológicas*. México. UAM-A Vol. 5 núm. 12 enero-abril pp.1-10.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA. (FAO). "Street foods (FAO food and nutrition paper) - Alimentation de rue (Étude FAO alimentation et nutrition) - Alimentos que se venden en la vía pública (Estudio FAO alimentación y nutrición)". Calcuta, India. 1995

- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA. (FAO). “Codex Alimentarius: manual de procedimiento - DEFINICIONES PARA LOS FINES DEL CODEX ALIMENTARIUS”. 1997
- Quintero, Pablo. (2005) “Naturaleza, Cultura y sociedad. Hacia una propuesta teórica de la sociabilidad” *Gazeta Antropológica*, Núm.21 [<http://hdl.handle.net/10481/7212/2005/Quintero-Pablo.pdf>]
- ROCHA, Ricardo. SANCHEZ, Fabio. GARCIA, Leonardo. “Ventas callejeras y espacio público: efectos sobre el comercio de Bogotá”. Universidad de los Andes. 2009
- Rützlers, H. (2015) *Food Report Die Wichtigsten Trends für die Ernährungsbranchen*. Francfort. Zukunftsinstitut Verlag.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa, Barcelona España 2009.
- Vargas Guadarrama, Luis Alberto. (2010) “¿Para qué sirven los estudios antropológicos sobre alimentación y nutrición?”. *Diario de Campo* Nueva Época, julio-septiembre, pp: 66-71.
- Vargas, Luis Alberto (2002) *Una visión integral de la alimentación: cuerpo, mente y sociedad*. Publicado en *Cuadernos de nutrición* 25 (2): 88-92, 2002. México.
- Walthall, B. (2014) “Strasse, Essen, Urbane kultur: Street food (mehr) als eine besondere Form des Essen?” [en línea], *Kunst & Kultur, Verbraucher & Consum.*. [Consulta: 23 marzo de 2019]. Disponible en:<http://www.urbanfoodsystems.de/strasse-essen-urbane-kultur-streetfood-mehr-als-eine-besondere-form-des-essens/>
- Wilson, B. (2013) *La importancia del tenedor: historias, inventos y artilugios de la cocina*. Madrid. Turner.