



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y
LETRAS MAESTRÍA EN
ANTROPOLOGÍA SOCIAL

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA
COMENSALIDAD EN EL MERCADO LA
ACOCOTA DE LA CIUDAD DE PUEBLA

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO DE
MAESTRA(O) EN ANTROPOLOGIA
SOCIAL

PRESENTA

DULCE BEATRIZ
HERNÁNDEZ QUEZADA

COMITÉ
TUTORIAL

DIRECTOR: DR. ERNESTO LICONA VALENCIA
MTRA. LAURA PENÉLOPE URIZAR PASTOR
MTRO. RODOLFO GARCÍA CUEVAS



OCTUBRE 2024

**Esta investigación fue realizada gracias
al apoyo del Consejo Nacional de
Humanidades, Ciencias y Tecnologías**

Agradecimientos

Primeramente, doy gracias a Dios por darme la fortaleza de culminar esta etapa tan importante en mi vida académica y profesional, porque las pruebas iniciales me dieron grandes aprendizajes de mí misma.

A mis padres Julián y Sara por impulsarme, mis hermanos Nallely y Tomás que junto a mis sobrinos Maetzin, Andy, Manuel, Saris, Gaby y mi cuñada Laura mandaron los mejores deseos y me cobijaron cuando regresaba a casa. A mis motorcitos caninos, mis más preciados tesoros y grandes amores Poli, Teresita, Rebeca y Mayahuel, que al final llegaban a acompañarme en la etapa final de la escritura.

A mis amigas Elizabeth, Luisa, Caro, Karys, Lucero, Moni, Pau, Elvi, Ale, Pame y Kary, también a Ricardo y Hugo por el apoyo moral que me brindaron a la distancia, los buenos deseos y por darme ánimos cuando sentía que no podía más. A mis compañeros de maestría Gabo, Gaby, Sandra, especialmente a Nata (junto con César) y Pam que hicieron un poquito más luminoso y ligero el trayecto en el posgrado, de verdad gracias por no dejarme claudicar. A mis compañeros de seminario Graciela, Gerardo y Yazmín por sus comentarios, amistad y apoyo en mis actividades de campo. Sin olvidar a Simona, que fue más que un sucedáneo de amor mientras no estaba en mi hogar.

A mis interlocutores don Carlos, Tere, don Ricardo, don Julián (Q.E.P.D.), la señora Marina, la señora Clara y los amables administradores de la Dirección General de Mercados y de La Acocota por todas las facilidades otorgadas y la valiosa información que me proporcionaron, sin ustedes no habría sido posible este trabajo. A la Universidad de Antioquia, al profesor Ramiro Delgado y sus colaboradores (Sebastián, Juliana y Paula) con quienes aprendí mucho en la movilidad y aportaron en la observación de la comensalidad en su bella tierra.

Finalmente, agradezco a mi director de tesis, Dr. Ernesto Licon, por la guía y las enseñanzas; a mis lectores los Mtros. Laura Urizar y Rodolfo García, quienes aportaron valiosas sugerencias para enriquecer esta tesis. Así como el apoyo de Conahcyt que facilitó la realización de esta investigación.

Contenido

Introducción	5
1. La construcción social de la comensalidad: hacia un modelo de análisis	11
1.1 Estado de la cuestión	12
1.1.1 La alimentación desde lo médico-nutricional.....	12
1.1.2 La alimentación desde el enfoque sociológico	15
1.1.3 La alimentación desde el enfoque antropológico.....	18
1.1.4 El estudio del mercado.....	21
1.1.5 Las perspectivas de la comensalidad.....	26
1.2 El espacio culinario como sistema de maneras de mesa	33
1.2.1 Espacio culinario y normatividad en las maneras de mesa	40
1.2.2 El sistema objetual estructurante de la mesa y su estetización	43
1.2.3 Las maneras de mesa producen la distinción social	48
1.2.4 El espacio culinario y las preferencias alimentarias	51
1.3 Modelo de análisis: la dimensión simbólica de la construcción social de la comensalidad	55
2. El barrio y la alimentación	58
2.1 Historia del mercado Carmen Serdán “La Acocota” como sistema alimentario	59
2.2 La comida en el barrio de La Luz	65
2.3 Sistema alimentario del barrio de La Luz	68
2.4 Sistema alimentario y de abastecimiento del mercado de La Acocota ..	77
2.5 Sistema alimentario simbólico estructural	81
3. El mercado como sistema alimentario y las cocinas como espacios culinarios	88
3.1 El mercado Carmen Serdán “La Acocota” y su organización	88
3.1.1 Organización espacial.....	88
3.1.2 Organización social.....	92
3.2 Tiempo y alimentos	104
3.2.1 Tiempo y temporalidad.....	104
3.2.2 Temporalidad y gusto	106
3.3 Los espacios culinarios y los cocineros: los agentes sociales productores del gusto en La Acocota	115
3.3.1 “Cemitas y antojitos Robert & Lulú”	115

“luego surgen los problemas, por ejemplo, que la gente se pone muy grosera... no te quieren pagar, se levanta y se salen —se van sin pagar— como si nada. Y eso molesta porque te la pasas trabajando, guisando y pues no” (González, 2023). 117

Aunque este tipo de situaciones no son constantes, puede ser que por eso don Carlos sea un poco serio con los comensales que llegan a pesar de que le guste conocer gente.....	118
3.3.2 “Antojitos Rosita”.....	122
3.3.3 Agentes productores del gusto, sus comensales y sus preferencias alimentarias	127
3.4 Lo culturizado, emosignificativo y lo típico: el gusto y la vista de La Acocota.....	129
4. La comensalidad en La Acocota.....	132
4.1 Apropriación espacial del mercado y sus espacios culinarios.....	133
4.2 Los modales de mesa estructurantes en los espacios culinarios de La Acocota.....	144
4.3 Las maneras de mesa productoras de la distinción social.....	151
4.3.1 La elección.....	152
4.3.2 La compañía	156
4.3.3 ¿Gastronomía o antojito? Lo que sí construye la comensalidad	157
4.4 Los comensales y la sociabilidad en la comensalidad de La Acocota	162
4.5 Estetización y significaciones sociales en la mesa: más allá de lo hegemónico y la distinción social.....	166
Conclusiones.....	169
Bibliografía	174

Introducción

El objeto de estudio de esta investigación es la construcción social de la comensalidad a través de las maneras de mesa y significaciones entre los cocineros y comensales del mercado municipal Carmen Serdán, conocido como La Acocota, de la ciudad de Puebla. Por lo que la pregunta de investigación es la siguiente: ¿Qué elementos materiales y simbólicos del sistema normativo alimentario del mercado, de las relaciones sociales jerarquizadas y de la construcción social de sabores constituyen la comensalidad desplegada en las maneras de mesa que se desarrollan en el mercado municipal de La Acocota de la ciudad de Puebla?

Así entonces interesó profundizar la relación entre el espacio culinario, el sistema alimentario, la comensalidad y las maneras de mesa. Esto objetivado en la construcción del gusto, la espacialización a través de la estetización, la normatividad de las maneras de mesa y la distinción social. Haciendo énfasis en las prácticas socio alimentarias debido a que el mercado se había estudiado únicamente desde el enfoque economista, y que, desde la perspectiva antropológica, se habían concentrado igualmente en el consumo de ciertos alimentos regionales.

Se eligió este mercado porque se caracteriza por la gran variedad de frutas y verduras, y porque es de los pocos lugares que sigue preparando guisados tan identitarios y cotidianos de la gastronomía poblana. Así como, su ubicación en uno de los barrios fundacionales como lo es La Luz, dentro del cual hay una gran diversificación en las relaciones del sistema alimentario que se desarrolla dentro del mercado.

Por lo que, se retomó lo establecido por Michel de Certeau (2000) quien menciona que las investigaciones en torno a las prácticas sociales cotidianas no se han tomado tan en cuenta porque no se llega a percibir la diferencia cultural. Es pertinente mi investigación porque a partir de la descripción etnográfica de las maneras de mesa podemos comprender al otro a través de la alimentación en un contexto como el mercado.

Por otra parte, la conveniencia personal de este trabajo de investigación fue la finalidad de complementar la formación inicial que tengo con las técnicas metodológicas de la antropología social para una mejor comprensión de la alimentación dentro del contexto en que las personas que acudan a una asesoría nutricional, esto para mejorar el ejercicio profesional como nutrióloga. Ya que considero que la nutrición como disciplina tiene puntos de encuentro con la antropología de la alimentación, y así continuar creando puentes entre la nutrición y la antropología social.

Se estableció un modelo de análisis en el que las formas de expresión de la comensalidad se objetivaron en la distinción y complementariedad del espacio culinario del mercado La Acocota como sistema alimentario, las cuales se caracterizarían por lo normativo. Siendo este hermenéutico, complejo y etnográfico con respecto a la comensalidad, donde se dialoga con autores que me permitieron proponer categorías como sistema alimentario barrial, espacio culinario y comensalidad tensionada, partiendo de esos conceptos mencionados.

Esta tesis parte de un eje de investigación nombrado “El espacio culinario como sistema de maneras de mesa”, mismo que se conforma de cuatro sub-ejes de investigación: 1) Espacio culinario y normatividad en las maneras de mesa, 2) El sistema objetual estructurante de la mesa y su estetización, 3) Maneras de mesa productoras de distinción social y, por último, 4) El espacio culinario y las preferencias alimentarias.

Teniendo como objetivo general, construir un modelo de análisis simbólico – estructural – espacializado en el que se da énfasis a esas significaciones que cocineros y comensales le otorgan a la comensalidad para comprenderla a través de las maneras de mesa, la estetización, los guisos y las relaciones sociales que se desenvuelven en el mercado Carmen Serdán. Mientras que los objetivos particulares son:

- Describir e interpretar la dimensión material y simbólica del espacio culinario del mercado.

- Analizar dos espacios culinarios de La Acocota para la interpretación de los procesos de la dimensión simbólica de las maneras de mesa que producen la comensalidad.

De igual manera, hipotéticamente se planteó que la comensalidad es producto de las maneras de mesa, la jerarquización social, la distribución de la mesa y sociabilidad de los comensales; objetivado en las tensiones con lo normativo, los roles sociales y el sistema objetual de la mano con la apropiación simbólica del espacio y las preferencias alimentarias dentro del mercado La Acocota que los cocineros emosignifican juntos con los comensales para que se produzca la continuidad de estos espacios culinarios.

Con respecto a la metodología, el enfoque fue cualitativo, puesto que en el contexto llevado a cabo se recopiló la información gracias a la interacción directa. Esta investigadora se basó en la guía de investigación presentada en el protocolo para encausar las entrevistas para los actores sociales de interés. Se realizó una etnografía espacializada con una observación participante desde las cocinas de La Acocota.

Este trabajo se hizo en dos espacios culinarios, el primero tiene una trayectoria de 50 años aproximadamente, un negocio familiar en el que actualmente la tercera generación se encarga de atender. El principal interlocutor en esta cocina fue el señor Carlos González, su cocina se llama “Cemitas y antojitos Robert & Lulú”. El segundo espacio culinario fue “Antojitos Rosita”, que tiene aproximadamente 25 años de presencia en el mercado, aquí conté principalmente con el apoyo de Teresa Portada.

En el primer espacio mencionado, la implicación etnográfica consistió en ser comensal, ya que no hubo acceso como ayudante general debido a que contaban con el personal suficiente. Los acercamientos con ellos se dieron desde octubre del 2022 y las entrevistas se seccionaban en lapsos de 20 a 30 minutos, en un inicio se acudió los sábados, posteriormente los jueves en horarios establecidos por el entrevistado.

Mientras que, en el segundo, la observación fue más accesible porque entré como ayudante general todos los domingos, desde atender a los clientes sirviendo las bebidas, despachando pedidos de tortillas de comal y, ocasionalmente, tomando las órdenes. Con ellas se trabajó desde agosto del 2023 hasta marzo del 2024 y, en este caso, las entrevistas se realizaban los lunes por la tarde presencial y ocasionalmente a través de videollamadas.

Respecto a los comensales, se efectuaron dos grupos de discusión, uno en marzo del 2023 y el otro un año después. De igual manera, se concertaron al menos tres entrevistas semiestructuradas con comensales de “Antojitos Rosita” y otra cliente frecuente de las cocinas del Carmen Serdán. Igualmente, se entrevistaron a los administrativos del mercado, desde el jefe de la dirección general de mercados del municipio de Puebla, hasta representantes de locatarios agentes sociales secundarios, con quienes también se agendaron entrevistas semiestructuradas. Así mismo, se realizaron recorridos del mercado para conocer el contexto interno de este.

No obstante, el mercado tuvo momentos de tensión a causa de la reorganización social interna, esto hizo que el trabajo de campo en un inicio fuera mucho más espaciado y siempre discreto. Esta situación ocasionó que en el área seca no pudiese realizar observación participante, más que como comensal. Ya que, la mayoría de los comerciantes prefieren no dar información, aunque el tema central de esta investigación sea meramente sobre la comensalidad y la alimentación en La Acocota.

Para poder elaborar el capítulo de la contextualización del barrio de La Luz, se dio el acercamiento a la señora Marina Ortiz, quien trabaja en la Asociación de Barrios Fundacionales y, además de otorgarme entrevistas a profundidad. También me presentó con otros comerciantes de La Acocota para tener pláticas informales, dio facilidad para tener un espacio en su casa y llevar a cabo uno de los grupos de discusión. Adicionalmente, indicó a dónde acudir para hacer algunas preguntas a los alfareros del barrio.

Todo esto con la finalidad de obtener las perspectivas de los actores sociales involucrados porque era necesario comprender qué era lo que los llevaba a elegir estos espacios y hacer consumo de los platillos que ofrecen. Es decir, la investigación buscó una doble hermenéutica, ya que se logró comprender el significado de los comensales les otorgan a esos espacios culinarios a través de la sazón, los costos, la ubicación de las cocinas, la atención brindada por los cocineros y la estetización del espacio culinario.

La segunda interpretación que requería tener fue la de los cocineros, pues el espacio culinario es otra casa, patrimonio y fuente de ingresos. Esto objetivados en los saberes culinarios heredados, la organización interna espacial y social, las relaciones sociales de intercambio con otros comerciantes, así como los signos que hacen que se distingan de los demás cocineros y comerciantes. Es por lo que este trabajo de investigación es complejo, al establecer la relación entre el objeto de estudio y las perspectivas de los cocineros, los comensales y la de la investigadora.

Esta tesis consta de cuatro capítulos, en el primero de ellos se desarrolla teóricamente el eje y los cuatro sub-ejes de investigación, el segundo aborda el contexto del barrio de La Luz y la relación con el sistema alimentario; el tercero se centra en el contexto, la organización social del mercado La Acocota, haciendo énfasis en los cocineros, además del desarrollo de la construcción del gusto en los espacios culinarios, y el cuarto capítulo, entreteje la estetización, las maneras de mesa y la distinción social, enfocando la atención a los comensales.

Capítulo 1. La construcción social de la comensalidad: hacia un modelo de análisis

1. La construcción social de la comensalidad: hacia un modelo de análisis

Las formas de expresión de comensalidad se observan en las maneras de mesa objetivadas en la distinción y complementariedad del espacio culinario de las cocinas del mercado Carmen Serdán como sistema alimentario, las cuales se caracterizan por ser normativas y hegemónicas. Muchas veces conservamos las maneras de mesa que nos enseñan desde casa y que se demuestran en lugares públicos para distinguirnos entre quienes nos acompañan a comer nuestros alimentos. Es por lo que este primer capítulo tiene como objetivo, presentar el modelo de análisis de la construcción social de la comensalidad a través de las maneras de mesa y significaciones entre los cocineros y comensales del mercado municipal de La Acocota, como también es conocido.

Para cumplir dicho objetivo, primeramente, se presenta un estado de la cuestión, en el cual se hizo una revisión de autores que han trabajado diferentes enfoques sobre la alimentación, desde lo médico nutricional, sociológico y el enfoque de la antropología, que es el principal interés de esta investigación. Posteriormente se abordará el estudio del mercado en el estado de Puebla y, además, de algunas perspectivas con las que se ha estudiado la comensalidad en algunos países de Latinoamérica —Perú y Ecuador— y México. Posteriormente, se desarrolla a mayor profundidad el modelo de análisis hermenéutico, complejo y etnográfico sobre la comensalidad, discutiendo con algunos autores, entre ellos Luckmann, Berger, Lévi-Strauss, Bourdieu, Canclini, Harris y Mintz que permiten proponer categorías novedosas a partir del eje de investigación.

Por lo que, los principales argumentos del modelo analítico son: la alimentación es un hecho social total y por ende lleva al aprendizaje de ciertas conductas y normas que se aplican en el momento de alimentarnos, estas normativas son las mismas que generan la distinción social, un estilo de mesa y también ayudan a configurar la construcción del gusto a través de las materialidades, significaciones y preferencias alimentarias de los comensales y los cocineros en La Acocota.

Es así como el único eje de investigación está centrado en el espacio culinario como sistema de maneras de mesa, el cual se sustenta en cuatro sub-ejes, los cuales son: 1) en todo espacio culinario se estructura un tipo de normatividad, 2) el sistema objetual estructurante de la mesa conlleva una estetización popular, 3) las maneras de mesa producen la distinción social y 4) el espacio culinario genera ciertas preferencias alimentarias.

1.1 Estado de la cuestión

1.1.1 La alimentación desde lo médico-nutricional

Ahora bien, de acuerdo con Miriam Bertrán y Ayari Pasquier, en la introducción del libro “Alimentación, salud y sustentabilidad. Hacia una agenda de investigación”, como parte de una nueva visión relacionada con la nutrición como un proceso biosocial, los sistemas de producción y distribución industrial de alimentos han provocado consecuencias graves en los ecosistemas, volviendo vulnerables los recursos y servicios ambientales de los cuales dependen la producción de alimentos. Por lo que, recalcan la importancia y urgencia de crear sistemas alimentarios que permitan garantizar seguridad alimentaria y, de alguna manera, poder terminar con la malnutrición, desde y a través de las prácticas agropecuarias.

De este mismo texto, es pertinente rescatar la siguiente cita: “los alimentos se convirtieron en mercancías movilizadas por el mundo y entraron a los mercados financieros internacionales como <<commodities>>, promoviéndose además la estandarización de las prácticas de producción, distribución y consumo de alimentos” (Bertrán & Pasquier, Introducción, 2020, pág. 18). Así mismo, las autoras remarcan que la urbanización también ha impuesto fuertes cambios en los sistemas alimentarios; puesto que se ha reducido el número de personas dedicadas a la producción de alimentos, a su vez, aumentó la demanda y dependencia del mercado, así como la distancia y número de intermediarios entre productores y consumidores.

Sin embargo, en las ciudades hay mayor estabilidad del abasto y una amplia diversidad de oferta alimentaria, lo que sí es una realidad es que también se redujo el tiempo que las personas dedican a la preparación y consumo de alimentos, lo que provocó un incremento en la demanda de alimentos preparados. Los procesos anteriormente mencionados, han contribuido al cambio en las dietas y, por lo tanto, ha aumentado el consumo de carbohidratos y proteínas de origen animal, pero la calidad nutricional no es la adecuada (Bertrán & Pasquier, Introducción, 2020).

Siguiendo a las autoras, refieren que se debe considerar que las tendencias actuales del consumo alimentario, las prácticas y decisiones alimentarias se dan bajo un marco de una muy amplia cantidad de información sobre los efectos que causan los alimentos en los cuerpos, por lo que los consumidores deben enfrentarse a:

“una infinidad de fuentes de incertidumbre. Se suma una larga lista de prescripciones alimentarias (de origen social, cultural, médico, estético y ahora también de responsabilidad ambiental) y la promoción de discursos institucionales que responsabilizan a los consumidores de los efectos que tienen en sus prácticas alimentarias en sus cuerpos, en la economía y en el planeta” (Bertrán & Pasquier, 2020, pág. 20)

No obstante, hay que recordar que, como lo mencionan Bertrán y Pasquier, estas tendencias son resultado de las “malas prácticas alimentarias de los consumidores”; sin embargo, también debemos recordar que estas mismas tendencias coinciden con unos ideales alimentarios ligados al “progreso y modernidad” que han sido impulsados durante décadas y también por la misma industria alimentaria (Bertrán & Pasquier, 2020).

De igual manera, se debe contemplar que los consumidores son sólo una parte de todas las que conforman el sistema alimentario, pero sus capacidades de acción están dentro de una compleja sociedad global contemporánea, en la cual las formas de comer están profundamente ligadas a los procesos económicos y sociales a gran escala, que ayudan a articular las decisiones cotidianas para organizar la comida diaria (Bertrán & Pasquier, 2020).

Por otro lado, de acuerdo con Ellen Messer en su capítulo de “Dieta y globalización” (2006) menciona que los antropólogos que se han interesado por estudiar la alimentación humana y los sistemas alimentarios han tomado principalmente tres rutas para ello:

“a) la disponibilidad ecológica y mercantil de los alimentos; b) las clasificaciones socioculturales de los alimentos como comestibles o incomedibles, rangos como preferidos y menos preferidos, y las reglas para la distribución, y c) las consecuencias sobre la nutrición y la salud de ciertos patrones alimentarios culturales, incluida la distribución de los alimentos” (Messer, 2006, pág. 39)

Además, conviene destacar que para Messer los métodos antropológicos pueden ser de gran ayuda a los nutriólogos para poder registrar y analizar de manera más sistemática el consumo de alimentos, para así poder dar recomendaciones de dieta que sean culturalmente apropiadas, que se pueda considerar a la tortilla como un “acompañamiento” más no un elemento definitorio y principal fuente de nutrientes y energía, dietas que tengan opciones variadas de alimentos “primarios, secundarios y periféricos” (Messer, 2006).

Messer también menciona que parte de las dimensiones socioculturales de la elección de alimentos, son ciertas reglas alimentarias que van a estructurar “las rondas diarias, semanales y de temporada de los platillos y eventos culinarios, que determinan quién come, con quién, en qué orden, y qué alimentos son apropiados para las comidas ordinarias, y cuáles para las festividades” (Messer, 2006, pág. 47). Esto porque la dimensión social puede describir patrones de consumo de comidas a lo largo de ciclos diarios, semanales, anuales o de temporada.

En cuanto a la dimensión temporal, va a describir el horario para el consumo de los alimentos, los formatos de las comidas acorde al sitio en que se consumen —la autora refiere a si se trata de un contexto urbano o rural— (Messer, 2006, pág. 48). Lo anteriormente mencionado se liga a la comensalidad, pues es uno de los componentes de dicho concepto, ya que no se comparten los alimentos o se dispone de la misma manera la mesa en el desayuno, la comida o la cena.

En sí, la comida se ha estudiado en función de la nutrición humana, se ha abarcado desde la producción de alimentos hasta el consumo de ellos. En otras palabras, desde la rama de la nutrición “los dietistas, médicos y nutriólogos han desarrollado un área de investigación cuyo interés central es la relación entre la alimentación y la salud, entendidas como procesos complejos en los que intervienen múltiples factores biológicos, económicos, sociales, culturales y políticos” (Good & Corona, 2015, pág.16).

1.1.2 La alimentación desde el enfoque sociológico

Primeramente, se retoma a Michel de Certeau, debido a que es de interés el estudio de las prácticas cotidianas como lo es el consumo de alimentos, este autor menciona que en las prácticas no se logra encontrar la diferencia a menos que se enfoque en los procedimientos de consumo (De Certeau, 2000). Es casi automático el acto de consumir alimentos, a tal grado que no nos percatamos que podemos encontrar diferencias en los lugares, la compañía, la manera en que nos distribuimos en la mesa para comer, a menos que sea para una ocasión en particular.

En la misma Introducción de “La invención de lo cotidiano” (2000) del autor anteriormente mencionado, apunta que dentro de las “maneras de hacer” las personas pueden reapropiarse de un espacio organizado por los actores sociales, quienes se encargan de la producción sociocultural, por lo que “*se trata de distinguir las operaciones cuasi microbianas que proliferan en las estructuras tecnocráticas y de modificar su funcionamiento mediante una multitud de <<tácticas>> articuladas con base a los <<detalles>> de lo cotidiano*” (De Certeau, 2000, pág. XLIV y XLV).

Es pertinente ya que la alimentación va muy de la mano con el espacio en que se consumen, y si bien alimentarnos fuera de casa tiene una connotación ambigua, porque dependiendo el lugar en el que decidamos realizarlo puede ser seguro o no, por las cuestiones de higiene. Esta narrativa viene desde una disputa histórica en torno al espacio “*que privilegia las formas de consumo de clases medias y altas en espacios privados, y estigmatiza las prácticas de organización y apropiación del espacio público entre sectores populares*” (Villagómez, 2021, pág. 2).

En tanto a alimentarse fuera de casa, en ciertos espacios culinarios, se retoma un artículo escrito por la doctora en sociología Paloma Villagómez (2021) en el cual muestra que el trabajo de alimentar en un espacio público llega a tener una faceta doméstica, refiriéndose a las relaciones de jerarquización, pero así como en el hogar, esta labor podría ser resignificada a manera de satisfacción personal y prestigio relacionado con la satisfacción personal y prestigio ligado a obtener reconocimiento social y económico de contar con habilidades culinarias y estar dispuesto a brindar un buen servicio. Aunque el consumo en el mercado se considera un tanto efímero, pues muchas veces de paso, a pesar de contar con una estructura fija o semifija, no necesariamente llegan a tener condiciones para contar con electricidad, gas y agua (Villagómez, 2021).

Ahora bien, desde la formación como nutrióloga de la investigadora, ha notado que la alimentación se estudia dando una mayor importancia a los beneficios para nuestro organismo, así como las funciones de los nutrientes que forman a los alimentos. Por otro lado, conviene destacar que la autora Sandra Franco (2010) en que la alimentación forma parte intrínsecamente de la existencia de la humanidad, en diferentes temporalidades no se le ha considerado como un hecho generador de conocimiento, esto porque muchas veces lo hemos interiorizado y hecho tan cotidiano que simplemente lo damos por sentado y deja de asombrarnos, o nos dejamos de molestar por reflexionarlo o cuestionarlo. Dando paso a generar conocimientos sin un carácter social o cultural.

Por ello, de acuerdo con la autora anteriormente mencionada, inicia su artículo “Aportes de la sociología al estudio de la alimentación familiar” (2010) con el concepto de comida, señala que: *“la comida adquiere usos y significaciones diversas según el contexto histórico y social; no obstante, el proceso de socialización e interacción que ocurre en torno de la alimentación es el eje fundante del acto alimentario”* (Franco, 2010, pág. 140). Desde hace tiempo, gracias al ejercicio como nutrióloga y al acercamiento a la antropología de la alimentación, se considera que la alimentación va más allá de la ingesta de energía y nutrimentos, está influenciada por el contexto en que las personas se desenvuelven, además de

sus percepciones y creencias. Además de que la alimentación es y será siempre parte del bagaje cultural.

De igual forma, para el tema de interés de esta investigación, como lo es la comensalidad, es pertinente rescatar esta otra cita: *“El estar juntos, el encuentro regularizado y pautado respecto al proceso de alimentación, permite superar el nivel instintivo y fisiológico de satisfacer el hambre, para convertirse en un proceso socializador que supera la significación personal”* (Franco, 2010, pág. 140).

Dicho lo anterior, el hecho de alimentarnos implica la sociabilidad de los individuos y, a su vez, en lo colectivo. Pues no siempre se disfrutará el comer en solitario, siempre se saborea mejor cuando se está acompañado. Compartir los alimentos ayuda a reforzar nuestros afectos en las relaciones sociales cercanas que tenemos. O bien, habrá algunas situaciones en las que se prefiera comer a solas, ya sea porque disfrutamos ciertos momentos y alimentos de este modo, o porque en caso de que se tenga que compartir la hora de comer con alguien que no es de nuestro agrado.

Por otra parte, retomando el punto de vista sociológico, el cual ha estudiado la alimentación y que: *“analiza la alimentación como una práctica social cotidiana que permite la supervivencia humana y la posibilidad de reproducción de las actividades sociales”* (Franco, 2010, pág. 143). Además de que implica la comprensión de los significados que van construyendo las personas a partir de la experiencia individual y familiar con respecto a las prácticas alimentarias, además de los procesos que pueden ocurrir en el ámbito familiar.

Es por lo que también, la sociología *“busca reconocer la alimentación como práctica social que contiene una dimensión simbólica común a diferentes grupos sociales a lo que el individuo pertenece”* (Franco, 2010, pág. 148). Por lo que se comprende es que la función social de la alimentación con las relaciones sociales, en un contexto temporal y espacial, definen una interacción construcción de la vida social. Al igual que, *“pretende modificar la perspectiva teórica y las herramientas analíticas centradas en el consumo, para focalizar en el comportamiento de los sujetos,*

respecto a intereses y condiciones que intervienen en el acceso, preparación y disposición de los alimentos y en el acto alimentario” (Franco, 2010, pág. 148).

El mercado Carmen Serdán “La Acocota” es un mercado de tradición con cierta importancia e identidad al estar dentro de uno de los barrios fundacionales de la ciudad de Puebla, en el cual se dice que puede ser de alguna manera turístico por la oferta de alimentos que tiene. Ante ello, Sara Gómez menciona que:

“la búsqueda de estas experiencias gastronómicas asociadas a espacios particulares en las ciudades no está solo restringida a los turistas que vienen de fuera, sino que los propios residentes de las ciudades que se comportan cada vez más como turistas locales. Buscan experiencias gastronómicas, fuera de la vida cotidiana” (Gómez, 2018, pág. 3).

Esto se puede observar en las personas que acuden al mercado estudiado porque hay gran variedad de frutas y verduras, así como el mole de zancarrón en las cocinas del mercado, o bien porque pueden adquirir los espinazos y caderas para preparar el afamado “mole de caderas” en cierta temporalidad del año. Por lo que, el mercado tradicional de abastos, también puede ser un espacio ideal para que se presenten los procesos de turistificación, gourmetización y gentrificación¹. Así mismo, el mercado a veces debe abandonar su función de espacio público, como el lugar en que se puede comprar productos de la canasta básica con precios accesibles, para ser un destino de ocio que se especializa en experiencias auténticas y gastronómicas (Gómez, 2018).

1.1.3 La alimentación desde el enfoque antropológico

Desde la antropología, la alimentación tiene que ser comprendida como un proceso complejo. Mientras que el objeto general de la antropología es básicamente el estudio de la cultura y en lo que respecta a la alimentación humana, se le mira como una “expresión sociocultural” a la cual se estudia, desde sus *“elementos significativos, determinantes y determinados, en el ámbito de los sistemas y*

¹ Si bien dentro del mercado La Acocota no se han dado estos procesos, sí ha pasado de forma paulatina en el barrio de La Luz con la presencia de algunos restaurantes, hoteles, propiedades hechas Airbnb –donde se concentran principalmente los turistas extranjeros– y centros comerciales, de los cuales se hablan más adelante. En cuanto a la turistificación, en recientes fechas se les otorgó el nombramiento de “barrio mágico” y los vecinos están en la búsqueda de promover las visitas no sólo en La Luz, también en El Alto y Analco, por ende, incluye la alimentación en el mercado.

procesos relacionados con el acto mismo de la alimentación en tanto conjunto de acciones sociales” (Aguilar, 2014, pág. 12).

Para mayor precisión es desde la antropología de la alimentación que el presente tema de investigación se está abordando. Esta subdisciplina está en constante diálogo con otras disciplinas propias de la antropología en general, con las que comparte métodos, enfoques, conceptos, técnicas, etc. (Aguilar, 2014).

Uno de los primeros antropólogos interesados en la alimentación fue Manuel Peláez Casablanca que en colaboración con el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el entonces Instituto Nacional de Nutrición “Salvador Zubirán” realizaron la compilación de propuestas e investigaciones que “representaran vertientes de la investigación antropológica en los estudios sobre la alimentación” (Aguilar, 2014, pág. 16).

Es entonces que esta serie de investigaciones llevo el título de “Presencia de la antropología en los estudios sobre alimentación” y la cual contó con cinco artículos de Gonzalo Aguirre Beltrán (“Cultura y nutrición”), Margaret Mead (“Contextos culturales de las pautas de nutrición”), Luis Alberto Vargas (“¿Por qué comemos lo que comemos?”), Isabel Kelly (“Cambios en los patrones relacionado con la alimentación”) y Mario Humberto Ruz (“La alimentación de los grupos mayas: del Popol Vuh a nuestros días) (Aguilar, 2014, pág. 16). Sin embargo, Peláez se percató que los estudios que se habían llevado a cabo en México estaban dispersos y desiguales, aunque existen algunos autores que fueron constantes al menos a partir de la década de los 80 hasta la actualidad.

Y de acuerdo con Paris Aguilar (2014) se han desarrollado dos ramas en lo que respecta a la antropología en el país:

“la antropología de la nutrición, centrada en los estudios de nutrición en relación con el crecimiento y desarrollo en comunidad, y los estudios de antropología de la alimentación propiamente dichos, que dirigen la mirada a los aspectos culturales y simbólicos de la alimentación en contextos históricos y sociales concretos” (Aguilar, 2014, pág.16).

Por lo que, también desde la antropología, la alimentación se ha estudiado desde la religión y sus rituales —como las fiestas patronales—, esto en la época de

colonización. Mientras que, en la época del porfiriato, se desarrollaron teorías sobre la relación de la dieta y las razas, basando la superioridad e inferioridad con los alimentos básicos preponderantes como el maíz y el trigo; es decir, los pueblos europeos y estadounidenses eran superiores debido al consumo de trigo, mientras que los mexicanos presentaban cierto rezago por el consumo de maíz.

Uno de los primeros antropólogos mexicanos en interesarse por la alimentación fue Manuel Gamio quien buscaba mejorar las condiciones de los indígenas, Guillermo Bonfil tocó el tema del hambre en Yucatán y propuso un proyecto de antropología aplicada para lograr un entendimiento sobre el asunto. Larissa Adler y Claudio Lomnitz propusieron dar importancia cultural a la comida y considerarla para la toma de decisiones en las políticas públicas de los programas de alimentación. Lucía Bascuñán estudió *“el impacto nutricional de la alimentación festiva a partir de la descripción de la alimentación como parte del conjunto de rasgos socioculturales y económicos”* (Bertran, 2010, pág. 392). También está el trabajo de María de la Luz Valle, quien hizo un análisis de la alimentación ritual de Xochimilco (Bertran, 2010).

Es por lo que, de la lectura de Paris Aguilar, *“El maíz en la evolución cultural de Mesoamérica: desarrollo de saberes e inteligencia alimentaria”* (2010), retomo la parte en que apunta a que se debe comprender el problema de cómo se generan las concepciones y prácticas sobre la alimentación en términos socioculturales requiere de herramientas conceptuales que nos permitan distinguir los espacios y los tiempos en los que se expresan y generan socialmente los principios materiales e inmateriales con que se construyen los universos de la alimentación humana.

De hecho, este autor anteriormente mencionado crea el concepto de la inteligencia alimentaria, pues es este tipo de inteligencia lo que *“nos permite ubicar e interpretar las condiciones, en diferentes momentos y espacios de la construcción social, al distinguir algunos de los indicadores subjetivos que giran en torno a la alimentación como fenómeno cultural e histórico”* (Aguilar P. , 2010, pág. 28).

En cuanto a la lectura de Cristina Barros, es pertinente señalar la siguiente cita, pues pareciera que: *“desde el inconsciente colectivo, y quizá como un asunto de*

sobrevivencia, hay un movimiento social importante que reivindica el poder del consumidor y las prácticas alimentarias tradicionales” (Barros, 2010, pág. 54). Estos han sido algunos de los textos que se revisaron para este apartado.

1.1.4 El estudio del mercado

En el libro “Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas” (2021), mencionan que es relevante entender los mercados como espacios en los cuales una sociedad determinada lleva a cabo más allá de su práctica de abastecimiento. Esto debido a que son espacios en los que coinciden mercancías, actores sociales y, por ende, diversos tipos de relaciones. Es por lo que son lugares que forman parte de nuestras vidas cotidianas y, además, pueden configurar parte de la identidad de un barrio, colonia o calle en particular (Moctezuma, 2021).

Dentro del mismo texto ya mencionado, me parece importante que los mercados y tianguis² se conceptualicen con un “*repositorio de agrobiodiversidad*”, pues los insumos que se compran en estos lugares —como los vegetales, hongos y carnes— además de formar parte de la dieta, también “*son un reflejo de nuestros ecosistemas*”, pues en muchos de ellos nos encontramos con ingredientes como “*chiles, jitomates, ajo y cebolla*” (Moctezuma, 2021, pág. 11).

Por lo regular, los tianguis y mercados se sostienen por las relaciones económicas, debido a que se acuden a estos lugares para comprar o vender, sin embargo, en este libro también se toman en cuenta estos espacios como parte del esparcimiento, pues “*se puede aprovechar el día de plaza para pasear, recorrer calles y pasillos simplemente por el gusto de mirar*” (Moctezuma, 2021, pág. 12). Es así como no descarto la posibilidad de que ir a comer en el mercado, también entra dentro de este aspecto, pues es donde podemos ir a hacer un poco de sobremesa con compañeros de trabajo o los fines de semana con nuestra familia.

Y es en todo el libro antes citado que estudian el mercado y el tianguis como espacios en donde se llevan a cabo diversos procesos, en el cual resaltan el trueque

² La diferencia entre uno y otro es que los mercados son espacios fijos y funcionan toda la semana, mientras que los segundos se colocan semanalmente y tienen lugares distintos para su ubicación cada día de la semana.

en los tianguis de Pátzcuaro (Vera, 2021) y con las “ahorradoras” en Tehuacán Puebla (Licona, Pérez y Licona Gámez, 2021) —de este último se hablará más adelante a detalle—, los cuales se toman como ejemplo de aprendizaje cultural – económico desde la niñez y en la vida cotidiana. Así como el reiterar que son espacios en los cuales se pueden dar interacciones sociales a través de la alimentación, pues están presentes ingredientes que dan ingredientes que conforman la identidad y cultura alimentaria (Moctezuma, 2021, pág. 14), que en el caso de este trabajo de investigación es de interés para la construcción social del gusto entre los comensales del mercado La Acocota.

Como parte del componente cultural, ya sea porque estos espacios llevan nombres de algunos personajes históricos importantes, además de que nunca falta la presencia de algún santo o virgen. Así mismo, son lugares donde se pueden intercambiar recetas, técnicas o modos de preparación, o bien, recomendaciones de integrar otros ingredientes para mejorar el sabor de algún platillo; sin olvidar las actitudes y atención de los “marchantes” que nos invitan a regresar a comprar y consumir alimentos (Moctezuma, 2021, pág. 13), como me han contado qué sucede en el mercado en el que se realizó esta investigación, donde se enriquecen los saberes entre los comensales y los cocineros. Así como el modo en el que invitan a los clientes que pasan a que se sienten a comer.

Si bien dentro de los aportes contemporáneos, se han dedicado más a estudiar cuestiones relacionadas con “*las plantas medicinales, los insectos comestibles, hongos de temporada o de plantas alimenticias silvestres o cultivadas (como los quelites)*”. Aunque también han surgido los estudios de los mercados alternativos con productos orgánicos, en los cuales lo que importa es el “comercio justo” (Moctezuma, 2021, pág. 27 y 28). Es decir, esto apunta a nuevos tipos de consumidores que se preocupan por lo que comen, que sean alimentos más naturales, locales y que el precio sea el adecuado para los productores y pequeños empresarios.

Regresando al capítulo que escribieron Licona, Pérez y Licona Gámez (2021), en el cual hacen la comparación etnográfica de dos tipos de “*sistemas de intercambios*

de bienes socializantes a manera de estrategias de sobrevivencia de compradores y vendedores de bienes de uso doméstico cotidiano” (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 177), esto en el contexto del mercado La Purísima en Tehuacán y el tianguis de Santiago Mixquitla de San Pedro Cholula.

El tipo de intercambio que se realiza dentro del mercado de La Purísima tiene la finalidad “*de abaratar los costos de los bienes a partir de compras por mayoreo realizadas por mujeres*” (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 177), las cuales organizan estas compras semanalmente y así llevar una gran cantidad de insumos por un bajo costo, para posteriormente distribuir de los mismos. Esto se lleva a cabo con tres fines: porque es parte de la “*estrategia socioeconómica de las clases populares para el ahorro*”, así como una práctica que deriva en la consolidación de las relaciones sociales y económicas, y finalmente, “*un sistema de saberes de compra y repartición*” (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 179).

Los insumos que suelen comprar estas mujeres son alimentos básicos como jitomate, chiles, cebolla; sin embargo, también puede haber cierta variedad tanto de frutas como de verduras que va acorde a la temporada, pues esto garantiza la calidad y precios bajos, estas adquisiciones consisten en mandarinas, naranjas, guayabas, tunas, uvas, por mencionar algunos (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 180).

En cuanto al mercado / tianguis de Santiago Mixquitla, se destaca que los tianguistas de este lugar también suelen ser productores que “*se distinguen por producir, distribuir y ofertar sus bienes*” (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 185) basados en toda una organización familiar consanguínea, en donde cada familiar tiene un rol a desarrollar en todo el proceso (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 185). Respecto a las fondas que se localizan dentro de este lugar, así como en la mayoría de las cocinas de La Acocota, son negocios familiares en los cuales los abuelos o padres son quienes preparan los guisos, mientras que los hijos o sobrinos atienden a los comensales.

En este mercado / tianguis el trueque o intercambio responde a lógicas socioeconómicas, pues quienes lo impulsan son los “*productores directos*” para

crear “alianzas, vínculos sociales y comerciales”. Dicho intercambio se mira como una “continuidad histórica-cultural y vigente”, además de que se hace con bienes, sujetos y temporalidades específicos; se da cuando está terminando el día de plaza, ya que ha disminuido el flujo de quienes acuden a este sitio y aún hay productos que no fueron vendidos, como los “del campo” y aquellos que también son de temporada, es decir frutas, verduras y algunas semillas. Dichos alimentos se intercambian, como bien señalan los autores, “un productor de frutas busca siempre el intercambio con alguno de verduras o semillas” (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 186 y 187). Lo que me lleva al tipo de intercambio que se realizan en las cocinas del mercado de La Acocota, pues son dados a realizar intercambios por guisados o preparaciones como quesadillas, memelas y cemitas, o por algún tipo de servicio como el gas o garrafones de agua.

Otro tipo de intercambio que se señala en ese capítulo se da cuando los comerciantes fijos y productores directos dan mayor peso a la ganancia en moneda nacional y entonces ofrecen alimentos industrializados que se usan regularmente a cambio de productos agrícolas. Por lo que buscan el intercambio de “aceite, bolsas de arroz, pastas, quesos” y otros (Licona, Pérez, & Licona Gámez, 2021, pág. 187). Sin embargo, son trueques que se dan entre actores que tienen algún vínculo, como pueden ser entre familiares, comadrazgos o simbólicos. De acuerdo con lo observado en el mercado Carmen Serdán, he visto este tipo de intercambio de platillos y materias primas como los desechables, entre lo que aparentemente es una familia, es decir, es dentro de un círculo más reducido. Y ocasionalmente, con otros cocineros aledaños al local del señor Carlos.

Otro artículo que retomo es “Prácticas alimentarias en México y el papel estratégico de los mercados y ferias campesinos”, escrito por Catharine Good (2019), en el que se presentan algunos datos etnográficos de los mercados y ferias regionales, pues en ellos se llegan a reflejar la sustentabilidad ecológica y que aportan a “la transmisión de prácticas alimentarias culturalmente arraigadas en México” (Good, 2019, pág. 119).

En dichos espacios, además de las prácticas culinarias, también se pueden obtener “*utensilios e ingredientes especializados, y alimentos preparados de acuerdo con las recetas y gustos regionales*” (Good, 2019, pág. 124). Además, primeramente, caracteriza los mercados campesinos semanales, en los cuales los vendedores montan puestos fijos por la mañana y que pueden recoger al final del día y así poder continuar con la siguiente plaza; otros de ellos colocan sus productos en el piso, o bien, los van vendiendo de manera ambulante.

La autora afirma que, en ese sentido, la organización espacial de los mercados “*obedece a una lógica establecida por prácticas acostumbradas y lineamientos que adoptan las autoridades del pueblo anfitrión*” (Good, 2019, pág. 124), y dichos lugares son asignados por estas mismas, además de que les cobran los puestos de venta.

Así como en el mercado de la Purísima en Tehuacán, en el de Zacualpán también se da el trueque, el cual sigue intensamente hasta el día de hoy y aparentemente está en expansión, junto con la venta que lleva de por medio las monedas nacionales. Añadiendo que, dentro de estas maneras de realizar los trueques, aún circulan “*artículos locales de los mismos productores y bienes manufacturados comprados*” (Good, 2019, pág. 126) con el fin de intercambiarlos. Tal como sucede en La Acocota, donde llegan insumos nacionales y locales del estado de Puebla, donde se puede dar, de igual manera, el trato directo con los productores de ciertos productos.

Ahora bien, entrando de lleno a los alimentos que se ofertan en algunos de estos mercados y tianguis, Good menciona que, por ejemplo, en Zacualpan hay una sección exclusiva para la venta de frijoles. Este alimento lo venden a granel o por costales, pueden ser de origen local, nacional e incluso importados. Hay otra sección para la venta de maíz, aquí se puede encontrar desde maíz “*híbrido y criollo, blanco, amarillo, rojo y azul*”. Las medidas en que lo venden son la maquila -1.4 kg aproximadamente—, o bien, por costales.

De igual manera, se pueden encontrar la venta de dulces —de los pueblos vecinos Huazulco y Jantetelco— cacahuete crudo, tostado en comal y hervido con cáscara,

dorado con ajo y chile—, pan artesanal y café —que puede ser de grano o molido—. En cuestión de las proteínas, se puede comprar carne de res, puerco y cecina; crema, nata y queso de rancho; manteca y chicharrón; finalmente, pescado fresco y algunas piezas estén preparadas para consumir en el lugar.

De comida preparada, se puede comprar quesadillas y gorditas, barbacoa y su respectivo consomé, mixiotes de pollo, carnitas, tamales —dulces y con carne de cerdo y pollo—, tacos y guisados locales. Está la venta de tortillas hechas a mano —que venden por docena—, frutas, quelites, verduras —quintoniles, verdolagas, alaches, guajes, chipilín—. Variedad de frutas: “*peras, manzanas, duraznos, chabacanos o aguacates*”.

Otros productos que se producen localmente a pequeña escala como: “*hongos, chapulines, caña de azúcar pelada, dulce de calabaza, frambuesa o zarzamora, camotes y chayotes cocidos o crudos*”. La venta de insumos para la preparación de ciertas comidas también está presente como la “*cal, carbón, ocote, tequesquite y sal artesanal*” (Good, 2019, pág. 127 y 128).

Por último, también se puede dar la venta de algunos productos de abarrotes provenientes de Estados Unidos. En el caso del mercado en cuestión, se ha llegado a dar la venta de carne proveniente de Europa, dichos productos pueden llegar a encarecer el abastecimiento para los cocineros del mercado La Acocota. Lo que ocasiona que haya algunos platillos que no se preparen, aunque sean de tradición.

1.1.5 Las perspectivas de la comensalidad

Un texto revisado fue el elaborado por una historiadora y un antropólogo Elsa Sinchini y Alberto de Campo en el contexto andino ecuatoriano (2019), dicho trabajo de investigación etnográfica analiza el impacto y funciones que tiene la comensalidad en los ritos funerales rurales domiciliarios en las parroquias Baños y Sinincay, que están ubicadas al sur de los Andes ecuatorianos —en Cuenca-Azuay—, esto con el fin de exponer e intercalar las narraciones de la espiritualidad andina a través de la comensalidad (Sinchi & De Campo, 2019).

Los autores mencionan que:

“La presencia constante de la alimentación en los ritos de paso hace considerar que su compartir sea un espacio ideal para la representación... La comida consagra, fortifica los lazos creados por las relaciones familiares, vecinales y los creados por el trabajo, reforzando la solidaridad, la amistad y la convivencia” (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 101 y 102).

Así mismo, dentro de este escenario fúnebre la comida abona a la unión de los dolientes, ya que el compartir el alimento es sinónimo de *“cooperación mutua – don y reciprocidad”* (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 102). También involucran costumbres, código y valores, lo que se llama un mismo lenguaje simbólico.

Con este telón de fondo, los familiares del difunto reciben el apoyo de los asistentes al funeral, quienes hacen una ofrenda de bienes, servicios o alimentos. Lo que ofrecen en primera instancia son el café y las galletas, ya que necesita de *“poco esfuerzo y se caracteriza por la sencillez de su presentación: un vaso de café y una fuente de galletas de sal”*. Además, los asistentes llevan “pequeñas ayudas” de alimentos como “granos secos, fundas de fideos, atados de frescos³, animales vivos, zhumir.⁴ Dichos alimentos pueden ser compartidos al momento, o bien, se pueden reservar para los ritos siguientes en el contexto como el entierro y “el cinco” (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 102). Respecto a la bebida puede comunicar el carácter festivo y comunitario en este escenario, el aguardiente está dentro de la lista de dones, con él preparan y ofrecen “canelazo”⁵. Se les ofrece a todos los asistentes, sin embargo, predomina el consumo entre los hombres.

Lo que resaltan los autores es que la comida *“se caracteriza por ser totalmente incluyente”*, ya que expresa que el café y las galletas son para todos. Por otra parte, en caso de que algún doliente se haya retirado sin haber tomado café y galletas, se toma como una falta de hospitalidad y reciprocidad, por lo que se puede tornar como un malentendido y entonces la viuda y la familia debe extender sus disculpas por la desatención (Sinchi & De Campo, 2019).

En tanto a la ingesta de alimentos en los funerales andinos de la zona de Ecuador, mencionan que no es cualquier tipo de carne la que se consume, principalmente

³ Plantas aromáticas: hierba luisa, ataco, cola de caballo, cedrón, claveles y limón.

⁴ Bebida alcohólica a base de caña de azúcar

⁵ Consiste en servirse agua caliente con canela, azúcar y el alcohol.

son la res y las gallinas en Baños, mientras que en Sinincay, además de los anteriormente mencionados, se pueden incluir el cuy, cerdo y de bebida la chicha —que es un fermentado a base de maíz—. Dichos insumos dependen de la condición socioeconómica de los familiares dolientes.

Los preparativos se realizan un día antes del entierro, determinan los alimentos que se compartirán con los asistentes en una reunión familiar. Si la familia cuenta con buena posición económica, entonces se pueden preparar hasta más de dos platillos, que pueden ser: *“uno de caldo, otro de arroz con carne, otro de papas doradas, otro de locro de algún grano”*. Pero en caso de que la posición socioeconómica es media o baja, los platillos y porciones son más modestos; puede que ofrezcan únicamente caldo y arroz con carne o solo el segundo plato.

Los hombres adultos y ancianos son quienes se encargan del sacrificio de la res. Las mujeres son quienes se encargan de la preparación del banquete, aunque es una mujer adulta quien lleva la batuta en la preparación de platillos que se llevan a cabo en el fogón, además de repartir las tareas entre el grupo de mujeres. Y a pesar de que se llegue a tratar de la muerte, tienen una atmósfera alegre dentro de la cocina.

Sin duda, la comida que se comparte con los invitados se vuelve un instrumento para *“la continuación social y material del grupo... , permite a los dolientes elevar un homenaje al difunto y por su intermedio darle paz a su ser querido en el más allá y alcanzar la tranquilidad terrenal”* (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 109).

En Baños, puede darse el caso de que la invitación al banquete después del entierro sea excluyente, pues solamente se invita a los familiares directos, amigos cercanos y *“personas de prestigio en la localidad”*. Si acaso les brindan un vaso de refresco y una copa de aguardiente a todos los asistentes, pero la invitación se hace en privado al oído. Sin embargo, en Sinincay la invitación se hace a través de un micrófono estando en el cementerio, aunque igualmente no acuden todos sino los familiares, amigos y vecinos allegados.

El tamaño de las porciones cambia, pues se les da más abundantemente a quienes cargaron el ataúd como parte de “protección”, debido a que no solo implica un desgaste físico y psicológico, sino que se ven expuestos “*a absorber las malas energías que transmiten los cuerpos en descomposición, lo que pueden producirles una enfermedad que se evidencia con dolor de cabeza y náuseas*” (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 111). Por ello, deben ser bien atendidos, pues la recuperación depende de la cantidad de comida y bebida, y consideran que entre más es mejor.

Señalan que la comensalidad es parte de la construcción de lo social, ya que la comida constituye “*el soporte emocional y de reciprocidad*” en apoyo a que las relaciones sociales no se diluyan. Dichas relaciones derivan en una comprensión que se entreteje a su vez con el espacio geográfico, social y económico, así como de las concepciones que giran alrededor de la vida, también de la muerte. En este contexto ayuda principalmente a asimilar la muerte, pues “*incorpora al difunto al mundo de los muertos y permite el retorno del curso normal de la vida*” (Sinchi & De Campo, 2019, pág. 113)

Según lo anteriormente expuesto, en diferentes contextos en el que se lleve a cabo la comensalidad, estarán presente los intercambios. Así mismo, está inmersa en hacer la distinción de la clase social al mencionar los tipos de guisados, ingredientes y bebidas que se utilizan para compartir. Si bien dentro de La Acocota se refieren al uso de ingredientes frescos y de la mejor calidad para la preparación de los guisos, los comensales refieren la elección de lugares por la atención, la sazón y el apetito.

Por último, otro artículo revisado y que fue realizado por un gastrónomo y un antropólogo en una zona otomí al norte del Estado de México, específicamente en la comunidad de San Gregorio Macapexco. En dicha investigación, los investigadores observaron los protocolos de mesa que tienen en este sitio, los cuales también situaron en un contexto funerario y el social festivo⁶.

Primeramente, entrelazan estos protocolos de mesa con el sistema alimentario de San Gregorio Macapexco. Este consiste en alimentos relacionados con la milpa⁷,

⁶ Como bautizos, XV años, primeras comuniones, bodas, etc.

⁷ Maíz, calabaza, huitlacoche, quelites, por mencionar algunos.

alimentos de temporada⁸, en cuanto a las proteínas principalmente se basa en pollo, guajolote, borrego y res. Sin embargo, ocasionalmente pueden llegar a consumir ardillas, tlacuaches y zorrillo. El tlecuil es parte fundamental de la materialidad para poder preparar sus guisos; que es

“un sistema que se integra de tres piedras colocadas en el suelo y encima de ellas una placa circular de barro llamada comal, y en el centro de las piedras se enciende el fuego que calentará el comal para la preparación de los alimentos” (Miranda & Favila, 2012, pág. 1584).

Por lo cual, sus principales técnicas de cocción consisten en el tatemado⁹ y lo hervido. Es así como los pobladores tienen un profundo respeto por la naturaleza, ya que los provee de alimentos y recursos. Dicho respeto, los pobladores de San Gregorio Macapexco lo plasman en *“sus actividades cotidianas y, desde luego, en sus modales de mesa”* (Miranda & Favila, 2012, pág. 1584).

En esta comunidad, los investigadores identificaron tres distintos escenarios en que se demuestran esos modales de mesa: alimentación doméstica o cotidiana, funeraria y la religiosa / social. En estos ámbitos, se pueden dar con la compañía de las familiares nucleares, familiares, amigos íntimos, amigos de familiares e invitados externos. Los roles sociales que cada integrante toma se divide en tal manera; el jefe o padre de familia es quien decide qué, cuándo y cómo se come, además de que es el encargado de reprender a aquellos miembros que no cumplan esas normas sociales. En cuanto al ama de casa o madre de familia, es quien se encarga de inculcar a los hijos dichas reglas.

Además, es muy importante el espacio en el que se da la comensalidad, pues estos se asignan de acuerdo con el nivel de confianza que les tienen a los invitados. Es decir, si son invitados que apenas conocen, entonces la comida se hará en el patio o tejaban¹⁰. De hecho, llegan a incluir a las mascotas dentro de la alimentación cotidiana. Los alimentos —que deben ser de la mejor calidad—, se colocan al centro de la mesa, alrededor de esta se acomodan la mayor cantidad de sillas posibles; y

⁸ Escamoles (huevecillos de hormiga) y hongos de monte.

⁹ Se refiere a tostar principalmente alimentos vegetales en el comal.

¹⁰ Construcción rústica en la que el techo se hace con tejas.

en caso de que no alcancen, los hijos menores pueden comer en la cocina, pues tienen la prioridad los invitados.

Por otra parte, los invitados, cuando son amigos íntimos de la familia, pueden pasar a la cocina a comer lo que estén preparando como uno más de la familia. Si un invitado, especialmente los que no pertenecen a la comunidad, llega a incumplir alguna norma, deja de ser bien visto y no se le vuelve a invitar “*debido a que no valoró la confianza que le fue otorgada*” (Miranda & Favila, 2012, pág. 1587).

Con este telón de fondo, al momento de comer, los menores tienen prohibido intervenir en las pláticas de los mayores, dichas pláticas se desarrollan en la lengua nativa para que los invitados no se enteren. También es fundamental tener respeto a la comida, “*ya que es lo que le da vida al cuerpo, y si no se cuida probablemente después se desee lo que en un momento se despreció*” (Miranda & Favila, 2012, pág. 1587). Por ello, es que hacen hincapié en que es obligación de los padres enseñar a los hijos estas maneras de comer, ya que si algún miembro llega a infringir es sancionado y deja de ser bien visto dentro de la comunidad.

Con respecto a la comensalidad funeraria, los alimentos que no pueden faltar son el café y los bolillos, dependiendo del estado civil, a los hombres les ofrecen bebidas alcohólicas como pulque o alguna otra para que se mantengan despiertos. Incluso, se les ofrece a las personas que ayudan a enterrar al familiar, sirviéndoles en el mismo panteón el guisado junto con cigarros “*con la finalidad de que no les dé aire mientras están cavando la tumba*” (Miranda & Favila, 2012, pág. 1588). Algo en común en ambos escenarios es que el padre de familia y el padrino de mortaja son quienes obtienen las piezas de carne más jugosas y grandes —ya que se ha levantado la cruz—. La diferencia es que mientras sea el novenario se prohíbe la ingesta de carne roja particularmente. Y la comensalidad se da en la casa del difunto o afueras del panteón.

Para la cuestión socio festiva, también hay repartición de piezas carnosas de guajolote y un mole distinto al de la fiesta, dentro de un chiquihuite con tortillas —al que le llaman “taco”—. Esta se lleva a cabo en “*la milpa que se encuentra cerca de la casa de los dueños de la fiesta*” (Miranda & Favila, 2012, pág. 1589), además de

que se encargan de emparejar la tierra y arreglar el lugar. También se asigna un lugar acorde al rol social dentro de la fiesta, pues depende si son padrinos, familiares invitados o invitados de los invitados.

Es entonces que, estos protocolos de mesa están orientados a demostrar que las maneras de mesa son para aquellas buenas personas; además de que demuestran que son excelentes anfitriones, y, por lo tanto, también los invitados deben de corresponder con respeto (Miranda & Favila, 2012). Es, en pocas palabras, el modo de distinguirse de otras comunidades otomíes.

En este último caso, los actores sociales le dan énfasis al sistema alimentario, pues es lo que rige la comensalidad además de los propios modales en la mesa. Es parte de lo que hace normativa a la comensalidad, así como los comportamientos y las posturas corporales. Mientras que en el mercado de La Acocota son cuestiones que deben tener cierto orden y posturas corporales, sobre todo porque es un espacio muy transitado.

Considero que la comensalidad, solo se ha investigado desde el contexto ritual funerario, lo social festivo y desde el tabú del canibalismo. Y podría decirse que también se ha visto desde lo cotidiano, pero solamente desde casa, sin considerar la socialización de los alimentos, que está en una especie de limbo, que no es dentro de casa, pero es tan cotidiano como ese.

Comer en los mercados con la familia, amigos o compañeros de trabajo también forma parte de esta cotidianidad; como los mismos cocineros del mercado, que cuando su propio trabajo se los permite, conviven con su familia o parte de ella, más los trabajadores que no forman parte de, en el sentido de lo consanguíneo, y a veces, llegan a compartir el alimento con sus mismos comensales, esos clientes hijos de años que hasta llegan a ser confidentes.

Resumiendo, la comensalidad la comprendo como una construcción sistémica que se vale de lo normativo y en el cual se denota la distinción de las personas, crea cierta estetización de las cocinas y la mesa, así como la influencia de las preferencias alimentarias de los actores sociales involucrados. Sin dejar de lado la

relación con las temporalidades y horarios que también estructuran el hecho social de la alimentación.

1.2 El espacio culinario como sistema de maneras de mesa

Aquí se establece que el espacio culinario está determinado por un sistema de maneras de mesa. Es entonces que la comensalidad se define a partir de la normatividad, la distinción social, el estilo de mesa y la construcción del gusto. El espacio social, lo comprendo como un lugar físico que tiene un contexto histórico, en el que se desarrollan relaciones sociales con jerarquía, lazos emocionales, y se pueden desenvolver y transmitir aprendizajes. Y en el cual, hay límites físicos, hay cierto tipo de objetos y decoraciones que responden al tipo de espacio.

Ahora bien, según Henri Lefebvre (2013), el espacio social:

“... envuelve a las cosas producidas y comprende sus relaciones en su coexistencia y simultaneidad: en su orden o desorden (relativos)... permite que tengan lugar determinadas acciones, sugiere unas y prohíbe otras... unas remiten al universo de la producción, otras al del consumo (es decir, al disfrute de los productos). El espacio social implica múltiples conocimientos” (Lefebvre, 2013, pág. 129).

El mercado como un espacio social, se estudia como el sistema alimentario que regula los argumentos dados en la presentación de este apartado y que se desarrolla en líneas más adelante. El espacio social está lleno de objetos naturales y sociales, entre ellos las redes que derivan en intercambios dentro y fuera de La Acocota. En este caso de los insumos para los guisos, las propias relaciones sociales —entre los mismos locatarios, clientes habituales y comensales—. Mismos que se transforman y se sitúan acorde a las temporalidades, los tipos de comensales, preferencias alimentarias y presupuestos de los clientes.

Lo anteriormente mencionado, se considera que se da por hecho, pues no se le presta atención a las *“relaciones inherentes a las cosas sociales, el conocimiento se extravía, mostrándose incapaz de constatar la indefinida e indefinible variedad de cosas. El conocimiento se pierde en las clasificaciones, en las descripciones y en definitiva en las fragmentaciones”* (Lefebvre, 2013, pág. 138). Sin embargo,

podría ser contradictorio al hacer esa precisión de separar al mercado como el sistema alimentario y no únicamente considerarlo como espacio social, ya que es universo en que se hace la presente investigación sobre la comensalidad.

Si el espacio social se define así porque en él hay relaciones sociales, también se debe visibilizar el intercambio de objetos, productos, significados, saberes, sentires, y elecciones de quienes trabajan en La Acocota. No obstante, hay que agregar lo que los comensales / clientes aportan a dicho espacio. Pues lo comprendo como el que estos segundos agentes sociales son quienes ponen en el mapa al mercado de La Acocota, las cocinas dentro de este y, por ende, les dan la distinción de otros mercados que hay en la ciudad de Puebla. Por lo tanto, es indispensable no separar las actividades, usos, necesidades de los actores sociales que se encuentran en el mercado y las cocinas.

Continuando con el concepto espacio, es importante dar paso a la categoría de espacio culinario, el cual además de espacio social.

“... es un campo de luchas simbólicas por la diferenciación y legitimación en donde sus agentes (actores sociales relacionados) movilizan capitales económicos, simbólicos, culturales y sociales para constituirse legítimamente por medio de prácticas particulares de preparación y consumo de alimentos que condensan complejamente en un guiso o sabor producido...” (Licona, García, & Cortés, 2019).

La cita anterior proviene desde una visión bourdiana, por lo que, desde mi perspectiva, el espacio culinario es un sitio donde convergen la materialidad y ciertas cuestiones simbólicas. Es decir, además de la organización física del espacio —espacios a los que se les designa una actividad específica como: lavar, picar, cocinar y consumir—, también es un espacio en el cual se aprende, se explica, se estrechan vínculos afectivos, o bien se jerarquizan las relaciones sociales. Sin olvidar que, es parte de la comensalidad, el cual permitirá o no ciertas prácticas alimentarias y comportamientos.

Es entonces, que se puede comprender a este espacio culinario también como un espacio producido, ya que básicamente las actividades económicas y técnicas se ven combinadas. Y además se ven envueltas en productos políticos, y están

situadas en espacios estratégicos (Lefebvre, 2013). Ya que, por sí solo este mercado está dentro de uno de los barrios fundacionales de Puebla y fue construido con partes de una feria de San Manuel, según lo conversado con el señor Julián Díaz, uno de los representantes de los locatarios. A su vez, las áreas de las cocinas se ubican en los extremos de La Acocota, muy cerca de algunos de los accesos de este y que evidentemente están a la vista de quienes acuden a hacer las compras.

De igual manera, el espacio culinario está ligado con las “*relaciones de propiedad*” así como con “*las fuerzas productivas*” (Lefebvre, 2013). Esto entendiéndose con la organización y jerarquización social que hay en el mercado, pues gran parte de los locatarios no son dueños de sus puestos, sino que el ayuntamiento les proporciona la concesión de los locales (Díaz, 2023). Así como, de las redes de cambio y flujos de las materias primas al interior y con los negocios cercanos al mercado.

Por lo tanto, se estudiará como varios espacios sociales, ya que se observa como una superestructura, además de una escala global del sistema alimentario, con los intercambios a nivel nacional y estatal —verduras, carnes, cereales y semillas—, más la oferta alimentaria en el barrio de La Luz —franquicias, restaurantes, fondas y puestos callejeros— y, por último, todas las cocinas que comparten la estructura con ingredientes y platillos. Produciendo así, el entrecruzamiento y visibilización de estas redes y ramificaciones que menciona Lefebvre (2013).

Además,

“todo espacio social tiene una historia a partir de esta base inicial: la naturaleza, original y púnica, en el sentido en que está dotada siempre y por doquier de características específicas... El espacio generado por el tiempo es siempre actual, sincrónico y dado como un todo; lazos internos, conexiones que ligan sus elementos, también producidos por el tiempo” (Lefebvre, 2013, pág. 164).

El contexto del mercado municipal de Carmen Serdán, popularmente conocido como La Acocota, fue construido hace 58 años, se estableció sobre lo que era un muladar¹¹, se inauguró el 3 de marzo de 1965 durante el gobierno de Arturo

¹¹ Lugar donde se acumula la basura, cosas inservibles o estiércol, según la consulta de diccionario en Google.

Fernández Aguirre y la presidencia municipal estaba a cargo de Carlos Vergara Soto. Este mercado fue un proyecto que no contaba con los recursos suficientes para llevarlo a término (Díaz, 2023).

También se puede comprender como un espacio vivido, pues *“una representación tan exacta como fuera posible de este espacio diferiría mucho del espacio de representación que los habitantes tienen en su mente, que constituye, pese a todo, una parte integrante de la práctica social”* (Lefebvre, 2013, pág. 148). Ya que, como se ha planteado párrafos anteriores, se observa en escalas, La Acocota es un punto de referencia dentro del barrio de La Luz. Para los locatarios es como un segundo hogar, su fuente de ingresos. Para los clientes y comensales, puede ser el lugar donde encuentran cierto platillo —en el caso del mole de zancarrón—, donde les gusta la sazón, un lugar de paso, o bien, que sea pueden hacer rendir su dinero porque pueden comer consistentemente por un precio relativamente accesible.

No hay que pasar por alto que *“el espacio, la manera de medirlo y hablar de él, representaba para los miembros de una, la sociedad una imagen y un espejo viviente de sus cuerpos”* (Lefebvre, 2013, pág. 165). A lo que me lleva al punto central de esta tesis, la construcción de la comensalidad dentro del mercado Carmen Serdán “La Acocota”, las significaciones de los cocineros y los comensales; además del sistema alimentario, también interesan los otros elementos que determinan la hegemonía en las maneras de mesa. No considero que solamente el sistema objetual establezca el estilo de mesa, me parece que va más allá con los guisos, las temporalidades y horarios de comida —como desayuno, almuerzo o comida—.

Es entonces que podría definir al espacio social-culinario como una realidad, se desarrollan relaciones, intercambios y prácticas, y se mueven capitales culturales, que son más que los saberes culinarios. También convergen las materialidades, afectos y símbolos que aportan en el estudio de la comensalidad, que permite ir resolviendo estas relaciones sociales que se dan en las cocinas y mesas dentro del mercado.

Por otro lado, es importante es comprender lo que es un sistema, según Francisco Parra (1981) es:

“un conjunto de elementos de interacción donde la modificación de uno de ellos afecta al todo y donde se postula que no es posible conocer la parte sin una referencia a la totalidad, al tiempo que el conjunto así forma no coincide con la mera suma de todas sus partes” (Parra, 1981, pág. 79).

Entonces, se debe comprender que el sistema de las maneras en el mercado La Acocota, tiene como elementos: la normatividad, el estilo de mesa, la distinción y la construcción del gusto. Todo esto da pie al estudio de la comensalidad que, a su vez, se sostiene del sistema alimentario del lugar.

Cabe señalar que, en un sistema social, da lugar a transformaciones y flujos de comunicación, las cuales tienen como finalidad de adquirir conocimientos y hacer partícipes a los miembros de la colectividad, y entonces elevar y satisfacer las necesidades personales (Parra, 1981). Con base a esto, se considera obtener la perspectiva de los cocineros y los comensales sobre la comensalidad, ya que al ser una práctica cotidiana se pierde el asombro por alcanzar otro punto importante del acto alimentario.

El sistema alimentario se entiende como la producción, distribución, transformación y consumo de los alimentos. Sin embargo, Paris Aguilar apunta que:

“... es un conjunto de elementos y operaciones vinculados y dinamizados por el proceso de la alimentación, interactuando unos con otros de manera orgánica, conformando un conjunto relativamente repetitivo de acontecimientos... Intercambian materia y energía con el medio circundante... Funciona a partir de la interacción de dos factores que constituyen su fundamento: los componentes objetivos, cristalizados en los alimentos mismos, instrumento y técnicas asociados directa o indirectamente con la obtención y manejo de los mismos” (Aguilar, 2012, págs. 65 y 66).

Así mismo, a través del sistema alimentario, se observan las capacidades de “autotransformación y autoinvención” que lleva hacia lo cotidiano, como lo puede ser la comensalidad en La Acocota. Igualmente, permea y constituye el espacio social, en el cual “lo ancestral” está en constante “reactualización y resignificación” (Aguilar, 2012).

Si bien el autor se refiere a lo ancestral como sinónimo de tradicional, especificando en tanto a las técnicas de organización para la producción y el consumo de alimentos, y que van a establecer las condiciones tanto materiales como simbólicas de la vida cotidiana. Lo cual no he observado con los cocineros, pues siguen cocinando lo mismo desde que han llegado, lo que pueden reinventar es su sistema de organización interna, más no los platillos. Esto último puede darse al escuchar los consejos que les dan los propios comensales para mejorar la sazón.

En esta investigación lo que interesa son el consumo y la transformación, por ello el modo en como lo aborda la investigadora ecuatoriana Catalina Unigarro (2015), para complementar lo señalado por Aguilar, se deben considerar cuatro puntos para organizar los conocimientos y prácticas alimentarias: “*i) los alimentos que se seleccionan del medio, ii) la forma de prepararlos, iii) las reglas sobre el comer, y iv) el principio del sabor*” (Unigarro, 2015, pág. 22).

Considero que, además de la transformación, que es la parte en la que se abarcan la selección de los insumos —o ingredientes—, las técnicas de preparación para que sea atractivo para los comensales de La Acocota, están los “*valores simbólicos que responden a la manera en la que está organizada la estructura social del grupo que las reproduce*” (Unigarro, 2015, pág. 23). Ya que con estas se denotan las relaciones de poder, jerarquías y concepciones alrededor de los alimentos, consumos de cierta temporalidad, más las significaciones de la comida —respeto, agradecimientos, prestigio o reciprocidad—.

De igual manera, el sistema alimentario también es permeado por “*los elementos ideológicos y legislativos que articulan e inciden en el sistema alimentario*” (Clotet, Colomer, Jarauta, & Mayor, 2013, pág. 13). Es decir, se adscribe a las normativas que el municipio les dicta y sitúo estas reglas como una suerte de políticas públicas, ya que la administración del mercado solicita tener cierta regulación para el espacio delimitado de los locales, además de las normas sobre prácticas de higiene, más el pago de impuestos de los locatarios para solventar las necesidades del mercado. Y, vale la pena agregar, la regla de la venta de bebidas alcohólicas —principalmente cerveza— con el consumo de alimentos.

Entonces, a mi entender, un sistema alimentario se conforma de elementos tanto materiales como simbólicos que se relacionan con un espacio y diferentes lugares, actores sociales y prácticas, mismos que irán entrelazándose para determinar significados y sentidos a un hecho social. Es decir, el sistema alimentario que se reproduce en el mercado Carmen Serdán se conforma por sintagmas: alimentario a base de los platillos, objetual formado por las materialidades y utensilios, de lugares que se establecen con el tipo de saberes con los que cuentan los cocineros.

Podría definir el sistema alimentario del mercado La Acocota como regional, pues con base a lo indagado en campo mencionan que la carne que compran para la preparación de los platillos en el local de don Carlos provienen de Cholula, Zacatelco, Tepeaca o del rastro municipal de Puebla. Mientras que las verduras, la mayoría de ellas también provienen de otros poblados del estado de Puebla, a excepción del jitomate, el cual tiene diferentes orígenes, pues puede provenir del estado de Chihuahua o el Estado de México. Siendo parte de la relacionalidad con la estructura primaria del sistema.

Para otros insumos, como el pan cemita, tienen a un costado el único horno que ha sobrevivido al paso del tiempo en el barrio de La Luz. Así como alrededor del mercado están presentes los locales en donde venden chiles secos, semillas, tortillerías, panaderías, abarrotes e incluso las materias primas; que conformaría la hiperestructura del sistema.

O como en el caso de Teresa y su familia, quienes provienen de La Resurrección y venden antojitos poblanos en La Acocota. La mayoría de sus insumos ellos lo producen, pues cuentan con milpa propia y la compra de los ingredientes restantes son también de donde viven, y de algunos de los locatarios del mismo mercado, quienes se hacen de proveedores de la central de abastos -en su mayoría-.

Ahora bien, las maneras de mesa las entiendo como una serie de normas que moderan el comportamiento, discurso, manejo de cubiertos e incluso el cuerpo de los actores sociales. Así como la carga moral y de distinción social que se les da, esta clasificación entre lo bien visto y lo que no se debe hacer mientras comemos.

Además de la sobremesa, que entiendo son estos temas pertinentes o no de tratar cuando compartimos la mesa. Y como he mencionado anteriormente, estas a su vez son dictadas al sistema alimentario en el que estén inmersas dichas prácticas.

1.2.1 Espacio culinario y normatividad en las maneras de mesa

En este subapartado se explica cómo es que se estructura la normatividad de las maneras de mesa que responde al espacio culinario en las cocinas del mercado Carmen Serdán. Esto se observa en que, desde un plano administrativo, el área de las cocinas debe estar regularizadas en cuanto a las normativas de higiene.

Deben sacar sus botes de basura a los contenedores que están por fuera del mercado para que no haya malos olores y sus espacios se vean limpios. Así como, deben pagar algunos permisos e impuestos para que puedan seguir trabajando, apropiarse de sus locales y hacerles mejoras, en caso contrario pueden imponerles algunas multas. Dándole así, como otra característica al mercado Carmen Serdán, de ser de los más limpios de la ciudad de Puebla.

De igual manera, he observado que la venta de cervezas se da si hay consumo de alimentos, no pueden vender únicamente las bebidas y, como máximo, se permiten tres cervezas por mesa. En el caso de compartir la mesa, si se trata de una comensalidad familiar, digamos extensa, puede ocupar un mesón completo. Y si bien no existe una regla para tomar lugar en las mesas que tienen menos sillas, muchas veces, quienes van en solitario prefieren tomar estas mesas con cuatro sillas que compartir con varias personas los tablonés.

Suele suceder que mejor quienes acuden en pareja, se sienten en las mesas comunitarias sin tener objeción alguna. Mientras que los que van solos, son quienes argumentan que “están esperando a sus familiares” y no permiten que alguien más se siente con ellos a comer. Especialmente los fines de semana o en horarios muy concurridos —entre las 14:00 y 16:00 horas—.

Caso contrario en el negocio de Teresa, que solo cuenta con la barra que tiene el mismo local. Pues he observado que, el trato es mucho más amable entre los

comensales, pues procuran comer con algo de prisa si es que hay gente esperando su pedido. Mientras que los fines de semana, aumentan los pedidos “para llevar”, pues es cuando más gente demanda las gorditas, tlacoyos, atoles y tamales, que la barra y las bancas de madera en el pasillo no son suficientes.

Ahora bien, el acto alimentario es un total acontecimiento social, que es más que satisfacer la necesidad fisiológica de los individuos, también parte de un sistema de signos que generan ciertos tipos de conducta y pensamiento. Dicho esto, también hay que considerar que “*están dotados de un poder imperativo y coercitivo*” (Durkheim, 2001, pág. 39), lo aprehendido en casa lo considero como esta parte coercitiva, pues es lo que se luce en lo público.

Además, lo que se consume en el mercado, pues si bien les dan cierta connotación de “sucio” porque no siempre se dispone de agua suficiente para tener la limpieza del lugar y las manos, pues también se ofertan platillos que no requieren de cubiertos para poder comerlos. Es por eso por lo que se establece que el sistema alimentario estructura junto con el espacio culinario las modales y, por lo tanto, son hegemónicos.

No obstante, algunos actores sociales —por ejemplo, los comensales— puede ver al mercado como un espacio de paso, como la mayoría de las veces damos, por hecho, podría considerar las cocinas de La Acocota como un “*espacio de reencuentro y gratificación*” (Lefebvre, 2013, pág. 188). Pues para un grupo de trabajadores tome al mercado como un punto de encuentro para tratar otros temas que no sean trabajo, y gratificación para los cocineros al ver que es del agrado de sus comensales su sazón en los guisados.

Otra cuestión relacionada con lo hegemónico es que las maneras de mesa pueden ser más relajadas, pues el atravesarse para tomar las salsas o los limones no causa tanto conflicto. O bien que se sienta tal comodidad que incluso haya personas — niños y adultos— que se quiten los zapatos mientras comen, hasta el sentarse de un modo diferente al subir una o ambas piernas a la silla.

Pues como bien menciona Lefebvre,

“el <<usuario>> lleva a cabo espontáneamente una abstracción de sí, de su presencia, de su <<experiencia vivida>> y de su cuerpo... engendra tanto esta abstracción práctica del <<usuario>> que no se percibe en él, como la abstracción de la reflexión incapaz de concebir la crítica” (Lefebvre, 2013, pág. 149).

Además, se puede estudiar el espacio a modo “determinado”, si lo colocamos bajo esa característica se aplica para comprender para los comportamientos y significaciones de los comensales, pues como señala el autor “... *Necesariamente acepta algunas cosas y rechaza otra (relegándolas a la nostalgia o sencillamente prohibiéndolas) ... Posee ciertas características del <<sujeto>> y algunas otras del <<objeto>>*” (Lefebvre, 2013, pág. 154).

Esto puede ser la relación que llegan a tener algunos de los comensales con las cocinas del mercado Carmen Serdán, bien sea que les guste la sazón, porque es un lugar de tradición entre su familia, el hecho de que preparen los guisos en cazuelas de barro, que las tortillas son hechas a mano, que es el platillo que se les apeteció, o simplemente porque es para lo que les alcanza.

Debido a lo anteriormente mencionado, se deben objetivar como estrategias del espacio, la eficacia de estas es para “*engendrar un espacio global, el suyo propio, y erigirlo en absoluto, aporta otra razón, y no la menor para el desarrollo de un nuevo concepto de espacio*” (Lefebvre, 2013, pág. 160), el cual sería el espacio culinario junto con la comensalidad. Pues esta se dará dependiendo del platillo que se ofrezca, aunque para la cocina hay varios lugares que se requerirán, la apropiación es diferente, pues en donde ofrecen comida corrida asemeja a una cocina de casa, mientras que en los antojitos basta con la presencia del comal, la barra o donde sentarse.

Por otro lado, lo normativo también depende de la organización social del mercado y de los espacios culinarios. Para la comensalidad, que ya se estableció que es un hecho social, hay “*una organización definida*” (Durkheim, 2001, pág. 42), además de las que ya la administración establece. En tanto, la atención de los cocineros a

los comensales —al menos en el caso de “Cemitas y antojitos Robert y Lulú”— quien atiende a los clientes, debe también de preparar y servir la orden. Mientras que en “antojitos Rosita” la matriarca de la familia es quien manipula la masa junto con una de sus hijas, las demás se encargan de atender, llevar pedidos y la compra de los insumos que hagan falta.

De alguna manera, se establece que el espacio culinario —con su organización social— entrelazado con el sistema alimentario y el hecho social de alimentarse, hay *“un esfuerzo continuo por imponer... formas de ver, de sentir y de actuar”* (Durkheim, 2001, pág. 43). Desde el punto de la disponibilidad de ingredientes fuera y dentro del mercado, va a determinar los guisados que se ofertan en el mercado. Luego, desde la infraestructura de este espacio social y la organización de este, se van a enmarcar las prácticas que sí se pueden realizar. En cuanto a los comensales, dependiendo de su cuestión económica, el tiempo que disponga y la compañía determinan parte de los demás argumentos que sostiene la construcción social de la comensalidad.

Complementando con el espacio vivido que menciona Lefebvre, y según Berger y Luckmann (2003), los actores sociales, interpretan y dan un significado a la vida cotidiana, misma que da cierta coherencia que influye en los comportamientos de las personas (Berger & Luckmann, 2003). Esto porque los locatarios ven al mercado como el sustento de sus casas, los habitantes del Barrio de La Luz como un espacio de abastecimiento, y los comensales pueden darle significados más amplios que pueden ir ligados a la nostalgia, que es parte de una experiencia turística — sensorial—, o porque tienen un guiso en específico, así como el que sea un lugar de paso y degusten porque los espacios culinarios tienen cierta fama o antojo de algo particular.

1.2.2 El sistema objetual estructurante de la mesa y su estetización

En este apartado se aborda cómo los utensilios de la cocina y la mesa producen gran parte de la estetización que se relaciona con lo “popular”. Esto desde las formas que tienen las cocinas y las mesas en el mercado, además de los materiales

que se ocupan para este tipo de espacios, así como dichos artefactos influyen en la apropiación de los lugares.

Es decir, las cocinas del mercado Carmen Serdán son abiertas, por lo cual están a la vista de clientes y comensales. Se pueden observar las cazuelas y arroceras de barro, acero y peltre, con los guisados que se ofertan más los cucharones, así como los refrigeradores surtidos de jugos, refrescos y cervezas, o las vitroleras llenas de aguas frescas —de Jamaica, horchata, tamarindo, piña, entre otros—. Sin olvidar los menús que tienen cierta tipografía y dan cuenta de la variedad en los guisados, o bien las cartulinas con el menú de la comida corrida del día.

Incluso los colores que se utilizan para la decoración de las cocinas muchas veces usan el color blanco que se relaciona con la higiene, el naranja para despertar el apetito, el rojo que es llamativo, además de unos verdes y amarillos que también saltan a la vista. Mientras que las marisquerías utilizan más los colores azules y decoran con imágenes que aluden al mar. Quienes mantienen una decoración más sencilla son quienes venden memelas, tacos y tlacoyos, pues su carta de presentación son prácticamente los aromas y la vista de esos manjares en sus comales; y solo se limitan a colocar cartulinas fosforescentes, incluso lonas, anunciando los antojitos poblanos que preparan.

Ahora bien, lo que llamamos “mesas colectivas” o barras, también se colocan en puntos estratégicos, pues por lo general están en los extremos o cerca de las parrillas. Donde están los ingredientes complementarios que también se comparten, en dichos espacios, están los botes más grandes de gel antibacterial. Además de que es donde conviven los comensales que van solos, parejas de mediana edad o, si no alcanzaron mesa para un grupo pequeño. Mismas que se desocupan pronto, especialmente si se trata de los locales que venden antojitos, pues como son espacios más reducidos y concurridos, solamente si no hay tanta afluencia de gente se lleva a cabo la sobremesa.

La comensalidad en el espacio culinario en La Acocota, considero que se estudia al ver a los sujetos como un cuerpo o “*sujetos colectivos*”, pues para ellos “*la*

disposición de las formas y de las estructuras corresponde a funciones de conjunto” (Lefebvre, 2013, pág. 185). Ya que, se pueden observar el conjunto de signos que forma el conocimiento, además del sistema objetual que se debe de utilizar en la mesa de las fondas. Ya que las significaciones, van a potenciar el acto de alimentarse y el compartir con otros la mesa, lo que produce un proceso significativo.

En cuanto al espacio social y el tipo de mesa con el sistema objetual, se debe de establecer que el tipo de materialidad en las mesas del mercado son evidentemente *“indispensables y duraderos”*, además de que *“se compone de útiles, reglas de uso...”* (Lefebvre, 2013, pág. 160). Específicamente refiriéndome a los cubiertos y la materialidad de los platos, pues en estas cocinas abunda el uso del barro para cierto guisado —especialmente los moles y pipianes—, así como la cerámica —esa vajilla que predomina en los hogares— y para otros el plástico —especialmente para la venta de antojitos—, sin olvidar el desechable para las bebidas —o para los pedidos que son “para llevar”—, en su mayoría.

“El término <<forma>>... su uso implica la descripción de contornos, la determinación de fronteras, de límites externos, áreas y volúmenes” (Lefebvre, 2013, pág. 198). Es importante retomar que, y a su vez como Bourdieu lo menciona, en el espacio —en este caso la mesa— se debe considerar que es donde se demuestran los capitales culturales de los actores sociales, y que van a responder cierto tipo de estética, formas y materialidades. Por ejemplo, en la mesa, el tipo de mantel plastificado que siempre colocan en las cocinas, así como las salseras, servilleteros y tortilleros, que en la mayoría de los casos son de acero inoxidable o bien de un plástico muy resistente al uso rudo.

De igual manera, Berger y Luckmann señalan que hay un orden de los objetos, dicho orden ya es designado incluso antes de que los actores sociales aparezcan en esta escena de la realidad (Berger & Luckmann, 2003). Pensándolo en el sistema objetual de la mesa, incluso desde cómo se han apropiado de los locales los cocineros, pues para la organización espacial hay una estructura y orden para la preparación de los platillos. Al momento de comer, en el mercado proporcionan el

platillo con todo y cubiertos, a diferencia de un restaurante donde por lo general primero te brindan el servicio —salseras, cubiertos, servilletas, pan o tortillas—.

Para este argumento, lo que se resalta es la disposición estética, como ya se ha expresado, la intención de esto es que haya una delimitación a pesar de que llegue a ser incierta y cambiante (Bourdieu, 1998). Si bien el sistema objetual no varía drásticamente al que se maneja en casa, puede haber algunos recipientes extras, como las salseras, podrán faltar algunos como las jarras para el agua, ya que en la mayoría de las cocinas ofrecen únicamente vasos para medir las porciones —como el agua “chica” que es el equivalente de medio litro, con un costo de aproximadamente \$15 y el agua “grande” que es el litro, con un precio de \$30—. De igual manera, no necesariamente la vajilla es homogénea y la mantelería puede que no sea desmontable, por mencionar algunos.

Así mismo, se observa que el emplatado no responderá obligatoriamente al de un restaurante, a menos que se trate de un platillo de temporada —como el caso del chile en nogada—. El comer en el mercado definitivamente está inclinado hacia una estética popular, nuevamente haciendo esta diferenciación con lo burgués (Bourdieu, 1998). Así como la disposición de las mesas, que generalmente se comparten con personas externas al círculo social de los comensales, o bien, dar el argumento de que esperan a alguien para no tener invitados “indeseados” como se mencionó anteriormente.

La disposición de las mesas, la decoración de los locales y la ubicación de estos dentro del mercado es lo que determina si solo son barras o el espacio para llevar a cabo la comensalidad puede ser muy reducido, que entonces lleve a que se hagan filas muy largas. O que simplemente, te atiendan más rápido para que otros comensales se sienten. Esto especialmente los fines de semana —sobre todo los domingos—, ya que son los días en que la mayor parte del día acuden muchos clientes.

Otro punto es que algunos de los actores sociales que están relacionados con el mercado, podría decirse que están en el proceso de modernización de La Acocota. Ya que hay un cruce sociocultural entre “*lo tradicional y lo moderno*” (García

Canclini, 1989), que desde mi perspectiva diría que es más entre lo popular y lo moderno. Popular porque La Acocota es un lugar de referencia para consumir guisos que, en otros mercados, no se encuentran tan fácilmente o no los hay. Moderno porque en la búsqueda de la contextualización, se encontró con algunos videos de la oferta alimentaria y de personajes —como un boxeador— que trabajan dentro de este espacio, mismos que aportan a la difusión que los locatarios solicitan. A pesar de que, el prestigio que goza el mercado es por la venta de comida preparada, dicha distinción, acorde a lo expresado tanto por los administrativos como por los propios locatarios, es gracias a la gente que viene de otras partes de la ciudad de Puebla para comer en las cocinas.

Si bien el interés es únicamente lo que hay dentro del Barrio de La Luz, es importante mencionar que este, se encuentra en medio de los Barrios de Analco y El Alto. Pues para algunos habitantes, es difícil situar todo en un solo barrio, hay una conexión entre estos tres, pues “... *se derrama más allá de lo que podemos relacionar, nadie abarca todos los itinerarios, ni todas las ofertas materiales y simbólicas...*” (García Canclini, 1989, pág. 16). De esto me percaté en una entrevista realizada con la señora Marina Ortiz, una habitante e investigadora de La Luz, pues para ella los lugares en que hace sus comprar o lleva a cabo la comensalidad, no lo reduce únicamente a este barrio, también tiene algunas predilecciones para comer en Analco, Los Remedios y El Alto.

La estética popular del mercado La Acocota, se mira desde el exterior con algunos murales que persisten al paso del tiempo, que hacen alusión al barrio y las tradiciones. Las mesas y sillas también se ven populares y tradicionales —comedores de madera, sillas con decoraciones, bancos de plástico—, los utensilios de las cocinas entran y salen de la modernidad, pues en algunos locales para atraer a los comensales, sirven los guisados en cazuelas grandes de barro. Mientras que para la preparación utilizan, generalmente, cazuelas y ollas de acero; por lo que se considera que esto reivindica los saberes y prácticas tradicionales, lo cual produce la estética popular, según García Canclini (1989).

1.2.3 Las maneras de mesa producen la distinción social

Para este argumento de la línea de investigación, se habla de los factores —o capitales culturales y materiales— que otorgan la distinción al momento de compartir la mesa con los nuestros y extraños. Ya que el espacio en sí, por su historia o el lugar geográfico en el que se encuentran, dan cuenta de signos distintivos respecto a lo material. Por parte de lo cultural y simbólico, se verá a través de los platillos que se ofertan y cómo es que permean en las maneras de mesa dentro de La Acocota.

Dentro del Barrio de La Luz, se puede tomar como atracción turística el horno de barro más antiguo de América Latina, y que acudan los visitantes locales y externos de Puebla a comprar los utensilios de ese material, puede tomarse como el signo de distinción (García Canclini, 1989) tanto del barrio como de algunas de las cocinas en el Carmen Serdán que aún ofrecen sus guisados en cazuelas de barro para abrir el apetito. Además, la producción de los ingredientes sigue siendo de manera muy artesanal, como el caso de la pasta de los moles y pipianes. Igualmente, aplica para la producción de memelas y tortillas que son hechas a mano o con ayuda de la prensa.

Es por lo que, otra cuestión por tratar y a relacionar, es que el espacio determina la morfología social, es decir, *“el espacio es a lo <<vivido>> lo que al organismo vivo es su propia forma, íntimamente ligada a las funciones y estructuras”* (Lefebvre, 2013, pág. 149). Esto si lo proponemos para entender a los grupos sociales que acuden a comer en La Acocota, principalmente quienes acuden son de clases sociales media y baja, al menos para el consumo de alimentos. Aun así, personas de clase social alta también acuden para hacer la compras de insumos, en el caso de las cocinas llegan a comprar platillos para llevar a casa, rara vez consumen en estos espacios culinarios.

No se puede confrontar lo “real” de lo verdadero, es decir, lo que viven los cocineros y comensales con el concepto de la comensalidad, pues se pueden distorsionar o concebir de diferente manera (Lefebvre, 2013) según lo que han aprendido en cada

contexto del que provengan. Es decir, podría decirse que lo verdadero es que representa una segunda casa para los cocineros, ya que es su fuente de ingresos y patrimonio para sus descendientes; mientras que lo real es que para los comensales es un lugar de paso, emosignificación —como la nostalgia de la infancia— y donde pueden encontrar buena comida que les dé saciedad a un precio accesible.

Por consiguiente, las maneras de mesa son un tipo de códigos que transmitían mensajes distintos (Lévi-Strauss, 1970). Sin embargo, a través de la estetización —o apropiación del mercado—, también podemos observar la distinción de los actores sociales. Esto a través de los capitales materiales de un modo mucho más evidente, no obstante, no olvidemos los capitales simbólicos que también “*determinan la posición en el espacio social*” (Bourdieu, 1990).

Con respecto al capital cultural-simbólico, se objetiva en los saberes de los cocineros, así como en las significaciones que tienen los comensales al elegir la cocina, o el platillo que se les apetece comer, además de las personas con quienes deciden compartir en dichos espacios culinarios. Sin duda, también emergen los modales de la mesa como parte de estos capitales y que en párrafos posteriores se desarrollarán.

Por ello, al entrelazar el concepto de espacio social, sistema alimentario con las prácticas alimentarias que producen la comensalidad da como resultado lo que Bourdieu define como sistema simbólico. Dicho sistema, da una lógica a la diferenciación que da pie a la distinción significativa. Es entonces que, entre el espacio social y estas diferencias, producen un espacio del estilo de vida (Bourdieu, 1990).

Bajo este tenor, considero que las maneras de mesa son esta práctica que funciona como el signo distintivo, mientras que el manejo del sistema objetual, los modales y el consumo son los signos de distinción (Bourdieu, 1990). Es decir, los comensales que acuden y consumen en las mesas de estas cocinas generalmente son familias, grupos de trabajadores y personas —que van en solitario— son de un estrato social

medio. Mientras que las personas de posición social más alta acuden a comprar insumos y guisados “para llevar”, a menos que se traten de turistas que desean experimentar la sazón poblana cotidiana.

Acerca de los cocineros, se pueden distinguir por el tipo de guisado que más venden, en el caso de don Carlos, son el mole de panza y de res, su negocio ocupa al menos tres locales y está en medio del área de cocinas. Por otra parte, Teresa y su familia se distinguen por provenir de La Resurrección, su trato amable, precios accesibles y buena relación con varios comerciantes tanto locatarios como ambulantes, así como con sus mismos clientes.

Es por ello, que la distinción dependerá de otro sistema, el cual Bourdieu denominó habitus, son estructuras estructurantes que generan y organizan las prácticas y representaciones (Bourdieu, 2007). Por lo que, para la investigadora, son prácticas de los actores sociales que producen la construcción social de la comensalidad. Esto a través de prácticas individuales y colectivas, donde se denotan posiciones, campos y capitales que, a su vez, apuntan la distinción social de los sujetos de estudio.

Así mismo, otra parte de la distinción envuelta en la construcción del gusto —mismo que se explicará a mayor detalle más adelante— es precisamente el denotar que los comensales no siempre son locales, pues están preguntando a los cocineros qué llevan ciertos guisados que no forman parte de su capital cultural. Ya que las cocinas de La Acocota son ricas en moles, pipianes y, en este caso, usan principalmente carne de cordero y pollo, que de cerdo. De igual manera, hay presencia del sistema alimentario que proviene de la milpa, pues no faltan las tortillas hechas a mano, las salsas, el frijol, la flor de calabaza, por mencionar algunos. Así como la presencia del trigo con las cemitas, sopas aguadas y el arroz en las comidas corridas.

Entonces se considera que, parte de la distinción son los sazones de los cocineros en La Acocota, pues por lo general los moles y pipianes aparentemente los saben preparar desde cero. Son negocios familiares, de cierta tradición y con cierta

estructura. Mientras que los comensales, pueden distinguirse entre aquellos que van frecuentemente a un espacio culinario, quienes son clientes “de paso”, si son vecinos del barrio o “nuevos”.

De ahí que, la comensalidad que se lleva a cabo en el mercado Carmen Serdán, se puede distinguir según el espacio culinario correspondiente. Pues las maneras de mesa se denotan de acuerdo con el platillo, con la comida corrida —que se puede clasificar como comida típica cotidiana— se usan los cubiertos. En tanto a la ingesta de antojitos poblanos, se utilizan mucho las manos y no por eso quiere decir que no hay maneras de mesa, sino que sería más llamativo usar cubiertos para comerlos. Y en las marisquerías, se usan tanto los cubiertos como las manos, porque también tiene mucho que ver el guiso.

1.2.4 El espacio culinario y las preferencias alimentarias

Este subapartado, trata sobre los actores que construyen el sabor de las cocinas del mercado Carmen Serdán. Pues de acuerdo con los administrativos hay ciertas cocinas —entre puestos de cemitas, marisquerías, memelas y comida corrida— que tienen cierto reconocimiento de los clientes del mercado. En cuanto a algunos habitantes del barrio de La Luz, acuden a consumir alimentos a determinados puestos porque los conocen desde toda la vida, ya que consideran que sus platillos son ricos y frescos, o porque les genera cierto recuerdo de sus infancias en el barrio.

Saborear un platillo produce que las personas reflexionen de sí mismas, esto comienza “*en el momento de la destrucción de su objeto*”. Sin embargo, no queda solamente a nivel del gusto, también se entrelaza con el olfato, la vista y, en ocasiones, del oído, así como del tacto —por las texturas— (Le Breton, 2009). Esto en un plano muy sencillo y fisiológico, pues también implica un consumo cultural y símbolos. Aunque se entrelaza muy bien con la estética popular / tradicional que producen las cocinas del mercado Carmen Serdán, añadiendo los atractivos olores de los condimentos en los guisos, las porciones que sirven, la consistencia de estos y la higiene del espacio culinario.

Además, “los símbolos implican siempre una inversión afectiva, una carga emotiva (temor, atracción, etc.), depositados —por así decir— sobre un lugar particular y <<representado>> desde entonces por los que se alejan de ese lugar privilegiado” (Lefebvre, 2013, pág. 192). Esto es pertinente para entretener la relación de las preferencias y significaciones que se da a los platillos y poder determinar de una manera simbólica a qué sabe La Acocota.

Pues el gusto también se construye a base de historias, las personas “se sitúan en la trama simbólica de su cultura”, pues reconoces los sabores y califican la calidad por “el cruce entre lo subjetivo y lo colectivo” (Le Breton, 2009). Es entonces que la evaluación de los platillos, además de probar las destrezas culinarias, incluye las prácticas de higiene que se observan en estas cocinas abiertas. Al igual que el trato que los cocineros les den a sus clientes, que se presten a charlar y compartir información personal. Por lo que la construcción social del gusto va a derivar, no únicamente en la percepción de “buenos” sabores, sino que puede englobar el ánimo por “objetos y por una actividad” (Le Breton, 2009). Como, por ejemplo, ir a comer al mercado.

Si bien es una convención muy occidental la clasificación de los sabores —salado, dulce, ácido y amargo—, es importante recalcar, que el sabor también tiene todo que ver con el sistema alimentario por la disposición de los ingredientes. Al igual que con las costumbres gustativas, por llamarles de alguna manera, que no son nada fácil de reemplazar o modificarlas por completo. Pues puede haber comensales que sean muy apegados a cierta sazón o receta, que pueden compartir con los cocineros o bien, “reclamarles” por el mismo motivo.

La relación con la perspectiva estructuralista de Lévi-Strauss y el triángulo culinario —crudo, cocido o podrido—, es la representación de la transformación cultural y natural. Es decir, entre lo “elaborado y no elaborado” y, también, la dicotomía de la cultura y la naturaleza (Lévi-Strauss, 1970). En el caso de La Acocota, predominan los guisados elaborados y cocidos —moles, pipianes, pozole, caldos—; lo único que llegan a ofrecer como crudo son las ensaladas, que son la guarnición de las comidas corridas. En tanto a los antojitos, desde esta óptica teórica, me cuestiono si pasan

como alimentos no elaborados, ya que todos los insumos pasan por un tipo de cocción, como puede ser el horneado —pan cemita—, lo frito —las tostadas—, y algunos otros que solo requieren de poca cocción y más condimentación —como la pata de res para las tostadas—.

Otra cuestión simbólica, relacionada con los objetos culturizados, probablemente el uso de utensilios que no están permitidos dentro de las normativas a las que están sujetas los restaurantes. Si bien no es común que se ofrezcan carnes asadas, refiriéndose a que estén en contacto directo al fuego, pues está de por medio algún sartén o plancha; así como el comal para la preparación de las quesadillas y gorditas.

La construcción del gusto también se relaciona con cuestiones emosignificativas, es decir, con el capital simbólico. En entrevistas con una habitante del Barrio de La Luz, menciona que siente que el menú no es tan variado; sin embargo, ocasionalmente acude porque a su mamá le gusta la sazón. También porque el local tiene ya cierto prestigio gracias a las primeras generaciones de las familias que empezaron cuando se inauguró La Acocota.

Según Le Breton (2009), *“la experiencia de los hombres resulta difícilmente comparable en la medida en que los sabores que perciben están impregnados de afectividad. Lo gustativo es una categoría individual, segregada en la intimidad del juicio, un privilegio del fuero interno”* (Le Breton, 2009, pág. 271). Ya que el gusto, también se va formando desde que somos niños, lo que nos preparan y cómo lo hacen en casa, influye toda la vida, pues nuestro paladar se ve educado de cierta manera. No obstante, no implica precisamente que no se pueda modificar o adaptar.

Así mismo, las personas eligen los alimentos que son “buenos para pensar”, sin embargo, también consideran la relación de los costos y los beneficios nutricionales. Por lo que van a preferir aquellos platillos que no precisamente sean equilibrados, sino aquellos que les aporten la energía y nutrientes necesarios —proteínas, vitaminas o minerales—. También, influyen las preferencias y aversiones alimentarias, los cuales se ven permeadas por los costos y los beneficios, en caso de que el costo sea compartido, puede ser que se vea más o menos equitativo

(Harris, 2017), mismo que se depende del espacio culinario en el que esto se lleve a cabo.

Sin embargo, es sumamente importante resaltar que lo “bueno para comer” puede tener diferentes connotaciones. Pues para quienes cocinan, esto puede significar que sus insumos son frescos y del día, que no está bien para ellos tener por días los insumos u ofrecer guisados de un día anterior. Para los comensales puede ser que sea un lugar limpio, donde hay una buena atención por parte de los locatarios, donde hay precios accesibles.

Igualmente, la historia de los alimentos relacionada con el pasado de los comensales, mismos que tienen que ver con los saberes culinarios, técnicas y sazones, principalmente aquellos que son parecidos al contexto del que provienen (Mintz, 2003). Estos elementos son lo que influyen para que los comensales elijan comer en una cocina en especial, pues puede ser que una buena sazón haga que los comensales regresen a comer. Lo anteriormente mencionado apela un tanto a la nostalgia, incluso para los cocineros, pues las recetas seguramente son familiares y son saberes que se han transmitido de generación en generación.

En cuanto a las preferencias alimentarias, haciendo un entretejido con la clase social, Bourdieu menciona que las clases populares van a preferir aquellas texturas pesadas, grasosas y que son accesibles económicamente, por ello, el gusto se vuelve virtud para las clases sociales altas. Por lo tanto, los gustos populares son más por necesidad (Bourdieu, 1998).

Para cerrar este argumento, debemos tomar en cuenta que los comensales también buscan la sensación de saciedad, que se refiere a que queden satisfechos y sin hambre (Bertrán, 2006). Dentro del mercado, asumo que los comensales que optan por solicitar una comida corrida, es debido a que pueden alimentarse generosamente a un buen precio o que pueden satisfacer la necesidad de comer por mucho más tiempo.

1.3 Modelo de análisis: la dimensión simbólica de la construcción social de la comensalidad

Para cerrar el capítulo, el modelo analítico se caracteriza por ser simbólico – estructural – espacializado. Como se muestra con el siguiente esquema:

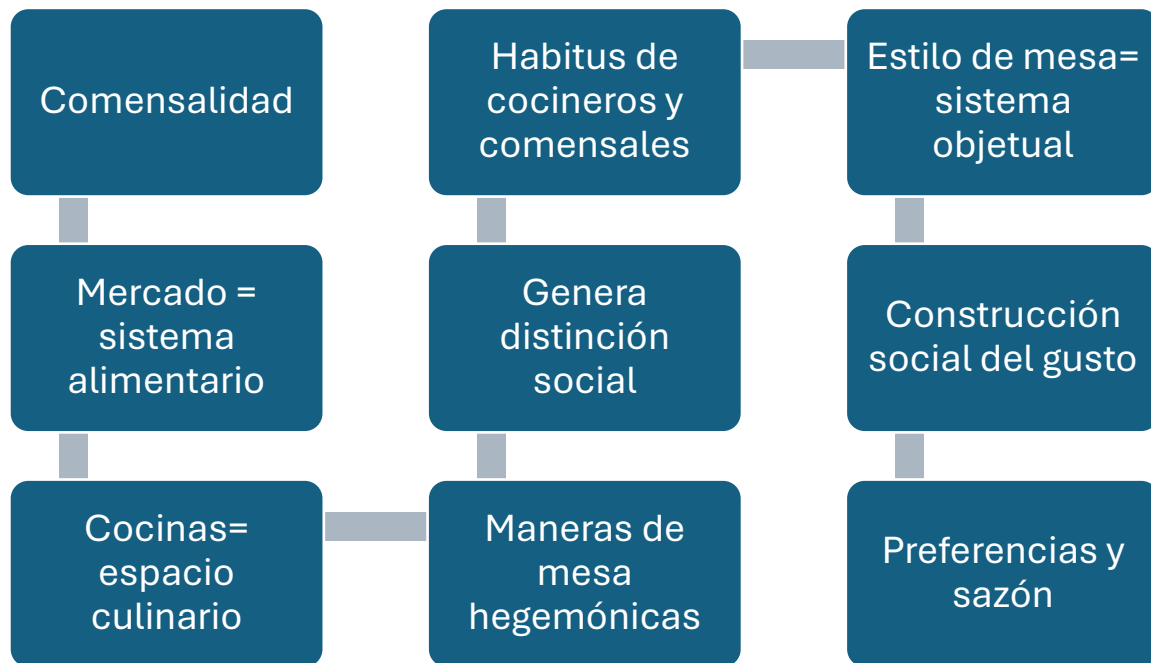


Figura 1 Esquema del modelo de análisis. Elaboración propia.

Sobre la comensalidad, se le da énfasis a las significaciones que le dan los cocineros y comensales que acuden a La Acocota, pues es de sumo interés la comprensión de esta construcción social a la que se le conoce como comensalidad desde un aspecto emoseñificativo, la sociabilidad de los platillos y también desde la sazón y sabores que caracterizan a estas cocinas.

Es importante hilar las diferentes percepciones de los actores sociales junto con las relaciones que se van desarrollando y entonces explicar la comensalidad en los mercados. Es decir, es una investigación hermenéutica, pues se trata de dar peso a la interpretación de los cocineros y comensales del mercado Carmen Serdán.

Es también un análisis estructural porque se observará desde las dicotomías de lo que es permitido y las prohibiciones o restricciones que tiene, así como de lo que

“está bien o no bien visto”. Desde lo que pueden o no vender los cocineros, los comportamientos durante el acto alimentario y la jerarquización de los actores con la organización social que requiere un espacio social y culinario. Además de la relacionalidad que hay entre los hábitos de los actores sociales con el espacio social en el que se desarrolla la comensalidad.

Por último, es espacializado porque se concentra en el espacio social que representa el mercado y no únicamente las cocinas. El propósito no es caer en el reduccionismo, puesto que es importante el estudio de la mesa donde se comparten los alimentos, las relaciones y los significados que hay dentro de la comensalidad en el mercado. No es meramente desde el punto económico, la búsqueda de saciedad y los capitales culturales. Y, tampoco se trata de hacer una crítica a comer aquí, sino a la comprensión de todo lo que implica, como las cuestiones administrativas y políticas en las que se ven inmersas las prácticas alimentarias en los mercados municipales. Dicho esto, es por lo que esta investigación también es compleja.

Capítulo 2. El barrio y la alimentación

2. El barrio y la alimentación

La comensalidad y las maneras de mesa se ven atravesadas por el espacio en que se llevan a cabo. No obstante, no es únicamente el espacio lo que regula estas construcciones sociales, sino también se relacionan con el estado, región, ciudad y barrio en el que se ubican. Por ello, la finalidad de este texto es exponer la relación entre la alimentación cotidiana con uno de los barrios fundacionales más importantes de la ciudad, como lo es el barrio de La Luz, el cual está ubicado cerca al centro histórico de la ciudad de Puebla. Ya que, dicho espacio engloba desde la compra de ingredientes, utensilios de cocina y lugares donde comer, formando así el sistema alimentario local barrial.

Es necesario definir lo que entiendo como sistema alimentario local barrial¹², ya que el que he observado dentro del barrio de La Luz y el mercado La Acocota, no es un sistema de abastecimiento aislado, debido a que hay conexión con la central de abastos de Puebla, productores locales —de otros municipios— y el rastro municipal. Este también depende de los comercios alrededor del mercado, porque algunos locatarios en ocasiones consumen alimentos cercanos, se surten de materias primas y sobre todo de chiles y semillas para la elaboración de guisados imprescindibles como los moles, pipianes y salsas. Y, relacionándolo con lo antes escrito, quienes gustan de ir a comer a estos espacios culinarios acuden porque prefieren los caldos como el mole de panza o de zancarrón, lo identitario de la región como lo son las cemitas, así como la comida de playa como los pescados y mariscos, sin dejar de olvidar las tortillas y memelas que vienen desde La Resurrección.

Por otra parte, la estructura de este capítulo consistirá en, hablar primeramente sobre la historia de la comida en el barrio de La Luz, desde de la percepción de algunos de sus habitantes de la función social de la alimentación y la comensalidad. Después la historia del mercado Carmen Serdán “La Acocota”, como centro de abastecimiento y el sistema alimentario que regula las maneras de mesa. Todo esto

¹² Esto desde un aspecto relacionado a la economía, no es el enfoque principal de esta investigación, sino que forma parte de las tantas aristas que conforma un sistema alimentario.

desde la perspectiva de quienes trabajan y comen dentro de este lugar, esto para cerrar con algunas reflexiones sobre la socialización de los alimentos en el mercado.

Tal como se ha mencionado en el primer capítulo, no es posible comprender el sistema alimentario sin primero hablar sobre el contexto del barrio de La Luz y del propio mercado Carmen Serdán, mejor conocido como La Acocota, y la importancia que han conseguido dentro de la ciudad de Puebla. Puesto que ambos espacios cuentan con características que los distinguen, ya que el oficio que ha predominado es la alfarería de barro, más la singularidad del mercado, que destaca por las cocinas, así como por los productos dentro y alrededor de este, que no se consiguen en otras partes.

2.1 Historia del mercado Carmen Serdán “La Acocota” como sistema alimentario

El actual mercado municipal de “La Acocota” se localiza en las calles 4 Oriente, 18 Norte y 6 Oriente, y que a su vez se ubica dentro del barrio de La Luz, en la ciudad de Puebla. Dicho lugar tiene 58 años de existencia, siendo la fecha de su aniversario el 3 de marzo y es uno de los principales centros de abasto para habitantes del barrio, restauranteros de la zona y otros pobladores de la metrópoli.

El nombre original de este mercado es “Carmen Serdán”, en él se ofrecen una gran variedad de productos frescos. Fue fundado en el año de 1965 (Ramírez, 2014), sus principales ventas son abarrotes, frutas y verduras a precios más o menos accesibles, así como la venta de la tradicional pasta de mole poblano, pipianes y antojitos típicos poblanos dentro de la zona de cocinas que se encuentran entrando por la calle 16 Norte y la 4 Oriente. En estos locales también se pueden degustar platillos como las cemitas, gorditas, quesadillas de gran tamaño, mole de zancarrón, moles verdes, pipianes e incluso pozole de pollo y cerdo, sin olvidar las marisquerías que también son concurridas.

Revisando algunas fuentes de la hemeroteca digital, encontré que el primer mercado Carmen Serdán había sido construido en 1949 y se ubicaba en la avenida

3 Oriente, entre el bulevar 5 de mayo y la 14 Sur. Sin embargo, este fue demolido una vez que se entubó el río San Francisco y en el año de 1965 los locatarios fueron reubicados en el mercado que actualmente se conoce como “La Acocota” (Reyes, 2021).



Imagen 1. “Aspecto de la 3 Oriente, cuando fue derribado el mercado Carmen Serdán y se iniciaron las obras de entubamiento del río San Francisco. Foto: Archivo” (Reyes, 2021).
Consultado en: El Sol de Puebla.

El nombre anteriormente mencionado, lo obtuvo gracias a un antiguo “padrón de Analco” del siglo XVIII, ya que había dos cuabras nombradas “calle del cocote”, mismas que se ubicaban cercanos a “los solares de doña Felipa la Cocota”. También se hace referencia a una palabra azteca *cocotl*, que significa ‘garganta’ y que si se utilizaba como apodo podría indicar que se refería a ‘comilón’ (Leicht, 2016). De igual manera, en la placa que se encuentra fuera de la oficina de la administración del mercado se explica el origen del nombre, mismo que se retoma del libro “Las Calles de Puebla” (2016).

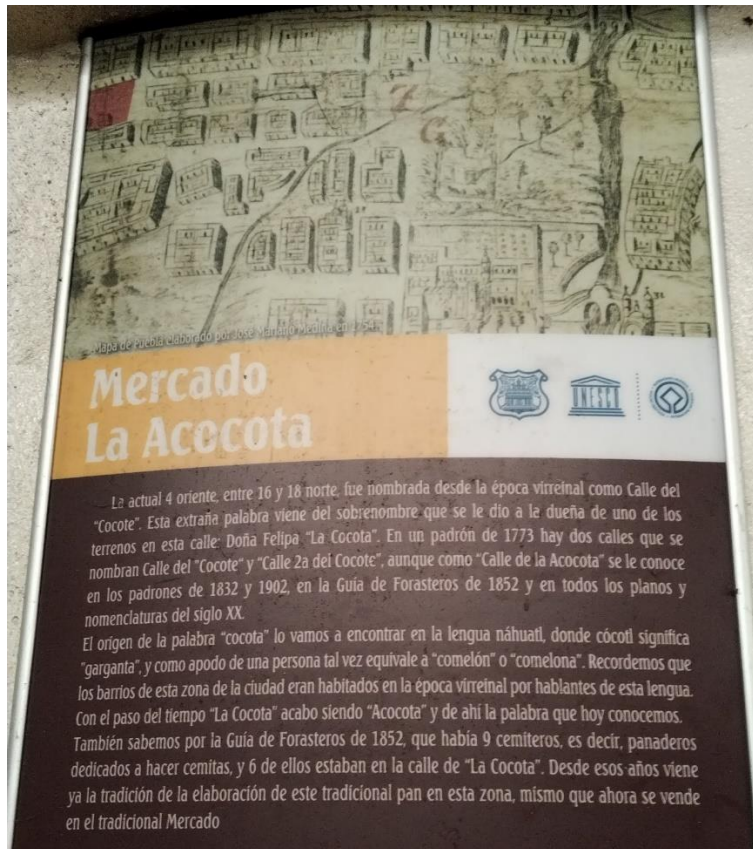


Foto 1 Placa que explica el origen del mercado La Acocota/ Mercado municipal de La Acocota/ tomada el 01-10-2022 por Dulce Hernández.

Además de lo anterior, existen mitos alrededor del nombre de este mercado, la mayoría de ellos coinciden que es gracias a una mujer. De acuerdo con las entrevistas realizadas, la primera versión que me contaron por parte de la señora Marina, quien mencionó que en la calle 4 Oriente vivían “*unas señoritas muy guapas*”, y si bien mi interlocutora no estaba segura si ellas o los pretendientes eran franceses, les decían “*las coquettes*” y, con la deformación del francés al español es como nace “la Acocota”.

Otra versión me la platicó la señora Ana Pineda, quien vende pan cemita frente al mercado y, es que —en esa calle ya mencionada— vivía una mujer “*de la vida alegre*”, a quien llamaban “la coqueta”. Sin embargo, esa variante de la historia no me la proporcionaron completa, pues en otra nota periodística de Milenio (2018) se dice que, una vez finalizada la batalla de Puebla, un importante político dio permiso a soldados franceses de traer a sus familias, de uno de ellos la hermana tenía un

burdel que ubicaron a las orillas del centro de Puebla y que tenía por nombre “Le coquette” (González, 2018).

Respecto a la historia del mercado actual, cuando tuve oportunidad de platicar con el señor Julián Díaz, en ese entonces representante de los locatarios de la zona húmeda, le pregunté sobre la historia de La Acocota. Mencionó que tenía conocimiento de que el mercado se estableció sobre lo que era un muladar ¹³, y que se inauguró el 3 de marzo de 1965 durante el gobierno de Arturo Fernández Aguirre y la presidencia municipal estaba a cargo de Carlos Vergara Soto.

La Acocota que se conoce fue un proyecto que no contaba con los recursos suficientes para llevarlo a término y añadió que: “*este techo perteneció a una feria que en ese año hicieron en San Manuel, y como no tenían dónde colocarlo lo pusieron aquí en el mercado*” (Díaz, 2023). En este mismo punto, él tocó el tema de la próxima remodelación que tendrá el mercado, la cual habían prometido que ocurriera a mediados de abril de este año.

Es así como, a lo largo de las entrevistas con los dos representantes de locatarios, cocineros y algunos clientes, me encontré con la información de que la infraestructura es la misma desde que prácticamente se inauguró el nuevo mercado. En el tiempo que estuve yendo más días a la semana no he notado o visto remodelación alguna, y corroborando con algunos de mis locutores, hoy en día no han mejorado la infraestructura. Esto porque a los comerciantes les interesa contar buenos drenajes, iluminación y láminas nuevas para que la imagen del mercado sea mucho mejor. También han mencionado, especialmente, los representantes de locatarios, que les gustaría que pintasen nuevamente la fachada.

¹³ Lugar donde se acumula la basura, cosas inservibles o estiércol, según la consulta de diccionario en Google.



Foto 2 Vista del mercado desde la esquina de la 4 Oriente y la 16 Norte. Foto: Dulce Hernández.

Por otro lado, la principal característica de este mercado son las cocinas, así como se le considera como uno de los más limpios de la ciudad. Incluso cuentan con lavamanos en medio de los pasillos centrales para que los clientes puedan enjuagarse las manos. Los comerciantes se ocupan por sacar la basura una vez que se llenan los botes, de barrer sus espacios para que no se vean sucios, limpian si se llega a derramar algún líquido en el pasillo donde se ubiquen, utilizan agua purificada para el aseo de sus espacios, así como jabón y cloro —y el cambio constante de estos para evitar malos olores—. Además, considero importante mencionar que ha sido el mercado en el que menos presencia de perros callejeros he observado.



Foto 3 Fachada del mercado Carmen Serdán desde la 16 Norte, entrada hacia el área de las cocinas. Foto: Dulce Hernández.

Para Lefebvre (2013), los espacios sociales tienen historia, y esta le dará un sentido que dotará de características específicas. Además de que implica un proceso que tiene diversos *“aspectos y movimientos: lo significativo y lo no-significante, lo percibido y lo vivido, la práctica y la teoría”* (Lefebvre, 2013). Puesto que la historia del espacio significa que siempre hay una relación con el tiempo, inscribe a la sociedad en acciones, muchas veces producto de las actividades sociales.

“El espacio generado por el tiempo es siempre actual, sincrónico y dado como un todo: lazos internos, conexiones que ligan sus elementos, también producidos por el tiempo” (Lefebvre, 2013, pág. 164). Cuestioné desde los administrativos, un par de locatarios, algunos habitantes del barrio, representantes de locatarios y solamente uno de estos actores sociales involucrados me habló más ampliamente de la historia del mercado. La mayoría de ellos ven al mercado Carmen Serdán como el espacio de trabajo, otros como su patrimonio, unos más como el legado de la familia y aunque no se percaten de las relaciones sociales que han creado a partir

de lo que venden, es decir, de los alimentos son conscientes de que dicho lugar tiene importancia y rasgos que los distinguen. Por ello, se preocupan porque esté limpio, que se vea cuidado y exigen al ayuntamiento que, de alguna forma, les echen la mano.

2.2 La comida en el barrio de La Luz

En este apartado, retomo el proceso de asentamiento de los barrios originarios que se dio gracias a los grupos indígenas que provenían de Tlaxcala, Cholula, Calpan, Tepeaca (Gómez, 2020) y la mixteca, estas personas trabajaban para los españoles. Una vez que los españoles empezaron a habitar Puebla y su centro, además de que requerían a sus trabajadores domésticos, les otorgaron el permiso para que también construyeran sus casas y talleres (Ortiz, 2023). El seccionamiento de esos terrenos se dio de acuerdo con los oficios que desempeñaban los indígenas en la época colonial. Por lo que esa parte era habitada principalmente por tlaxcaltecas que se dedicaban a trabajar la alfarería y, también aprendieron a trabajar el vidrio —fue el primer sitio que tuvo una fábrica de dicho material—. Es decir, fue el área en el que estaban los talleres de vidrio ¹⁴ y los hornos para trabajar la loza de barro.

Es así como el barrio de La Luz se distinguió por ejercer el oficio de la alfarería y obtuvo ese nombre debido al Templo de Nuestra Señora —o Virgen— de la Luz, que fue construido por Manuel del Toro. Mientras que, a partir de 1689 surge el primer lugar en el cual comienza el oficio por el que es tan famoso. Este barrio está rodeado por otros, como El Alto, Los Remedios y Analco (Hernández, 2000).

Respecto a la ubicación del barrio de La Luz, se encuentra al Este del Centro Histórico, se rodea de calles principales y de muy fácil acceso, pues uno se puede trasladar a puntos importantes de la ciudad, entre ellos el mercado municipal de La

¹⁴ Según lo referido a la Mtra. Marina, Puebla fue de las primeras ciudades que empezaron a construir casas con ventanas.

Acocota. La Luz, formaba parte de la división del barrio de Analco, es decir, este territorio era parte de los Tlaxicallis de Analco nombrado Tepetlan.

Actualmente, el barrio de La Luz se conforma de las avenidas 2 Oriente y Juan de Palafox y Mendoza, el Boulevard Héroes del 5 de mayo, la calle 18 Norte, más las calles de la 12 y 14 Norte a la Avenida 4 Oriente. Sin embargo, de acuerdo con Luna (2016), el barrio cuenta con cerca de 4 cuadras de extensión, por lo que es un barrio pequeño; no obstante, tiene “*una dinámica social compleja y un sistema de lugares con íntima relación*” (Luna, 2016, pág. 72)

Acerca de lo conversado con la señora Marina Ortiz, habitante del barrio e investigadora, señaló que: “*La alfarería era muy bien vendida, se comercializaba donde comían todos los indígenas que estaban en la zona. Las familias que vivían en esta área eran pudientes, al mismo tiempo empezaron a adquirir muchos terrenos, que les permitió hacer más talleres*” (Ortiz, 2023). Lo que me explicó es que la zona de este barrio era cercana a los arroyos, por lo que era más sencillo extraer el barro que provenía de Xanenetla. Es así como una fábrica de loza aún sobrevive en la calle de Juan de Palafox, el cual se dice cuenta con el horno más antiguo de América Latina.

De todos los barrios, La Luz, es el más comercial y diversificado, esto se debe a la presencia de la fábrica de vidrio, talavera y loza, además de que algunos de sus habitantes que se dedicaban a la albañilería. En un momento de la historia del barrio, había una especie de central de abastos —en la calle 3 Oriente—, posteriormente se construyó el mercado —antes del hoy conocido como La Acocota— pues, aunque estaba el mercado de El Alto, no contaba con “*la fuerza de confianza*” (Ortiz, 2023).

Con respecto a la oferta alimentaria del barrio, según Hernández (2000) y Ramírez (2014), dentro de este barrio entre los siglos XVIII y XIX había mesones¹⁵. También

¹⁵ Establecimientos o casa particular con habitaciones de alquiler donde se alojan huéspedes de paso o forasteros. Establecimiento en el que se preparan y sirven comidas y que está decorado de forma tradicional y rústica. (consultado el 03-10-2022 en internet: <https://www.google.com.mx/search>).

se tenía el registro de “9 cementos, todos en el barrio de Analco y 6 de ellos en la calle de la Cocota (4 Oriente)” (Ramírez, 2014, pág. 28). Otro rasgo importante son las bebidas, puesto que se había establecido una pulquería, la cual

“era un jacal en una isleta de grandes dimensiones, con techo a dos aguas hecho de tejamanil, descansaba en pilares de madera o piedra. Teniendo en cuenta que, durante la colonia, en Puebla se distinguían las tabernas de las pulquerías; en las primeras se consumía vino y eran para los españoles y la segunda exclusivamente para los naturales” (Ramírez, 2014, pág. 29).

Considerando lo anteriormente mencionado, la señora Marina me comentaba que había muchas pulquerías en el barrio, pues albergaba la mayor cantidad de estos establecimientos a nivel local. Menciona que eran parte importante de las familias y su convivencia, además del valor nutricional de la bebida.

Por otro lado, a finales del siglo XIX y principios del XX, frente a la iglesia de La Luz se situaban los mercados, donde había venta de frutas y verduras, provenientes de Tlaxcala, Cholula, y otros lugares cercanos. La posible ubicación de esto era la esquina de la 2 Oriente y la 14 Norte, hasta la fecha hay mayor movimiento comercial en el barrio de La Luz que en cualquiera de los otros (Ortiz, 2023). Cabe mencionar que en dicha dinámica se ven mayormente involucrados personas externas al barrio, pues se ha despoblado un poco por los nativos y llegan los comerciantes que no viven precisamente ahí.

La actividad comercial del barrio de La Luz es diversa, hoy día se puede visualizar la presencia de diversos locales que se dediquen a la venta de comida —fondas, loncherías, puestos de botanas, dulcerías, pulquerías, panaderías, restaurantes—, así como de locales que brindan servicios —farmacias, herrerías, estéticas, sanitarios públicos, sastrerías, renovadoras de calzado, estacionamientos, bancos, veterinarias, Oxxo, misceláneas—, por mencionar algunos (Luna, 2016).

Así mismo, por su cercanía al mercado de La Acocota, la presencia de la iglesia de Nuestra Señora de La Luz y los centros educativos hace que la dinámica del barrio sea intensa, pues se vuelve una visita obligada en la ciudad de Puebla, tanto por la compra de jarrones, cazuelas, depósitos de agua, etc.; como por la oferta de alimentos que hay alrededor y las personas acudan a satisfacer su apetito.

Lo cual me hace pensar en lo que Lefebvre (2013) mencionaba como espacios producidos, ya que estos se “hacen” a partir de la actividad que se ve atravesada por la economía, pero también por técnicas, que incluso se llevan hasta lo político y espacios estratégicos (Lefebvre, 2013). Como el asentamiento del barrio de La Luz en un punto estratégico —en lo alto para que no tuvieran inundaciones con las lluvias y su cercanía al río—, el empleo de recursos provenientes de otros “espacios periféricos” —como podría ser el uso del barro de Xanenetla— para obtener su signo distintivo de la alfarería.

Así como también se relaciona con las fuerzas productivas desde un inicio en el barrio, al ser los habitantes quienes producían y consumían esos objetos de uso cotidiano que permanecen hasta el día de hoy en uso tanto en las casas como en el mismo mercado de La Acocota. Además de contar con el “medio de producción” original como lo es el horno que tiene años dentro del barrio que aún resiste. Por lo que no se puede separar y construir la relacionalidad de los actores sociales involucrados con la comensalidad dentro de estos espacios sociales.

Cabe aclarar que, aunque dentro del barrio es importante la elaboración de loza de barro, en lo que concierne, no existe como tal una relación estrecha entre los alfareros y los cocineros del mercado. Pues al entablar las conversaciones con los mismos alfareros del barrio, mencionaron que con quienes llegan a establecer la relación comercial es con otros cocineros aledaños del barrio de Los Remedios y de otros puntos de la ciudad.

2.3 Sistema alimentario del barrio de La Luz

Acorde a lo conversado con la señora Marina, comentó que entre finales del siglo XIX e inicios del XX, frente a la iglesia de la Virgen de La Luz, se situaban los mercados donde predominaba la venta de frutas y verduras locales, quienes principalmente vendían eran los indígenas que provenían de Tlaxcala y Cholula. Así como la venta de chile atole por la tarde noche y todos los días, ya que en el barrio las personas eran asiduas al consumo de esto y se ubicaban en un sitio clave como

lo es la iglesia. Recordó, mientras sonreía, que le pedía permiso a su mamá para ir a comprarlo,

“... Y ya venía comiendo mi chile atole, llevaba yo mi traste porque no había desechables. Solamente te lo servían en tu plato, o tenías los de barro para que lo tomaras ahí. Pero yo siempre compraba para tomármelo en mi casa” (Ortiz, 2023).

Otra oferta era la venta de atole,

“aquí se tomaba muchísimo en el barrio el atole azul, todas las mañanas. Creo que todas las personas íbamos a comprar, como parte de nuestra alimentación. Nosotros teníamos un hervidor de aluminio, veníamos con nuestro hervidor lleno de atole, eso era lo que tomábamos en lugar de leche. Como a mí no me gustaba la leche, tomaba siempre mi atole azul o blanco” (Ortiz, 2023).

Además, mencionó un local muy famoso llamado “tortas la herradura”:

“¡Uy no, eran una delicia! Mi hijo se comió la última torta que hicieron porque cerraron, dice que para él fue históricamente una bendición porque era un asiduo consumidor de las tortas. Todos —en su familia— éramos consumidores frecuentes, era una tortería que se llenaba y significaba quedar hora y media, o dos horas, esperando a que hicieran tu torta. Una señora que no sé si era empleada, decía ‘a ver, ¿de qué va a querer su torta?’, y le respondías que de bacalao. Nos corregía y decía ‘de bacalado, no se dice bacalao’, le tenía que decir uno así porque si no, no me la servía —risas—. Yo disfruté mucho esas tortas desde que era una niña, era como una tradición los sábados para sentarnos a ver el box que a mi papá le gustaba ir a comprar nuestras tortas de la herradura. Y yo creo que, como yo, éramos muchas familias” (Ortiz, 2023).

Dicho negocio se ubicaba en la 2 oriente y cerró aproximadamente hace 20 años, ya que duró muy poco después del “proyecto Angelópolis”¹⁶. En el 2000 —aproximadamente— que se expropiaron todas esas casas, a pesar de que no perjudicaron ese local, el barrio empezó a despoblarse y mermó la afluencia de comensales en la tortería. Según doña Marina, lo que es parte de San Francisco y

¹⁶ “Programa Regional de Desarrollo Angelópolis, que establece acciones específicas para la zona monumental de esta ciudad declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en 1987” (Cabrera & Tenorio, 2006).

“CasaReyna”¹⁷ eran vecindades, entonces la “gentrificación” ha sido lo que provocó que muchos negocios quebraran, incluyendo tortillerías.

Si bien la gentrificación no es un concepto principal en esta investigación, es algo que llega a influir en el barrio como lo he puesto en líneas anteriores. A pesar de que ha habido ofertas para comprar el mercado de La Acocota, los mismos locatarios y comerciantes han logrado resistir a dicho acto. Aunque, la presencia de turistas extranjeros es poca en el mercado y los alrededores ya están sumergidos en este fenómeno. También hay vecinos del barrio, como la señora Marina, que están cuidando que esto no continúe y los propietarios de las casonas sigan conservando sus espacios para quizás darle otro uso.

En lo que respecta a la oferta alimentaria actual, me mencionó a una señora que vende tamales afuera de la iglesia de la Virgen de La Luz y se distingue por preparar tamales sabor a limón. Doña Marina me dice que ella no los ha probado, sin embargo, al momento de hacer su trabajo del catastro social, varios de sus vecinos y otras personas ajenas al barrio se la mencionaron. Ella recuerda que desde que era niña venden en el mismo lugar, desconoce si es vecina o si proviene de otro lugar.

Continuó diciéndome de un puesto de gorditas —que no eran memelas, sino más parecidas a las jarochitas—. Aparentemente, sobre la calle 2 oriente y la 14 norte, que también vendían leche bronca y en una puerta “chiquitita” vendían las gorditas y tacos dorados. Todo era frito, eran de masa de maíz con harina de trigo, *“le ponían salsa y crema, se ponía todos los días desde las 6 de la tarde hasta las 10 de la noche. Ya sabíamos, hasta decíamos, ¡ay, todavía está la de las gorditas! Y ya íbamos”* (Ortiz, 2023).

¹⁷ Es un hotel, restaurante y boutique que solían ser casa de los siglos XVI, XVII y XVIII que habitaban los trabajadores de fábricas de la zona. En la cual hubo un “rescate a cargo del arquitecto Ricardo Legorreta, el artista Esteban Chapital y la empresaria Angélica Moreno, donde conservaron los muros, espacios generosos y estilo”. Por lo que “lograron una fusión entre el barrio antiguo y el México contemporáneo, creando un espacio lleno de arte, detalles y estilo inigualable...” (consultado en la página web <https://www.casareyna.com/es/historia.php>, en mayo 2024)

Otro que recordó, son:

“los tacos del Popeye, esos han estado toda la vida o yo desde que me acuerdo, están sobre la Palafox, entre 12 y 14 norte... Tacos de cecina, dice —el letrero para identificarlos-... ya me dijeron que vende después de las 10 de la noche, es muy conocido porque vende sus tacos de tripa” (Ortiz, 2023).

La señora Marina los ubica por el color verde de las letras de su anuncio, además de que es un lugar que también veía desde que era niña y está sobre la 3 oriente, entre la 14 y 16 norte.

Lo que me hace pensar, que la oferta alimentaria es callejera, a excepción de la 16 norte y la 2 oriente, donde he visto locales de comida. Pero de acuerdo con la entrevistada, los negocios de los que me habló eran los que estaban del lado del Boulevard 5 de mayo. Los lugares solían ser vecindades que probablemente llegaban a albergar entre 300 o 400 habitantes del barrio.

Respecto a esto, está Casa Reina y paseo San Francisco, con establecimientos que ofrecen desde comida italiana, costillas, tacos al pastor, cafeterías y helados. Aunque en frente de la plaza de paseo San Francisco hay un par de puestos que ofertan tacos de canasta —por las tardes— y tamales —por las mañanas— que son muy solicitados por los habitantes del barrio y personas que trabajan por la zona.

Otra característica del barrio, fueron las “tortillerías semiautomáticas” de acuerdo con la señora Marina, seguían siendo tortillas casi hechas a mano, al menos hacían uso de los comales y se trata de tortillas gruesas, un poco más grandes y de diferente sabor. Aunque esta venta permanece dentro del mercado La Acocota, de lo cual hablaremos en líneas más adelante.

Así mismo, retomo algunos aspectos sobre la oferta alimentaria en mis recorridos por el barrio de La Luz. Lo primero que observé —sobre la 2 Oriente— fue un local con una lona en el que se leía “Desayunos y comida corrida”, de hecho, olía bastante bien porque estaban cocinando. Unas cuantas puertas más adelante, está un local muy pequeño en el que venden frituras —chicharrines, plátanos, papás y botanas de harina con sabor a queso cheddar—. Metros más adelante —en la esquina con la 16 Norte—, observé que estaba otra lonchería y que también tenía actividad

dentro, hay una tienda de abarrotes modesta. Sobre esa misma cuadra también está una de las franquicias de Oxxo.

Además, prosiguiendo con el sistema alimentario que hay alrededor del mercado, ubique que en lo que resta de esa cuadra —de la 2 Oriente— está un local de tacos y una carnicería llamada “el jarocho”. Ahora, sobre la calle 18 Norte, localicé puestos ambulantes de: venta de huevo, frutas, blancos —mantel y cortinas—, carnitas, chicharrón, cemitas, gorditas de nata preparadas, nieves y la venta de aguacates. En espacios físicos más delimitados vi: una tienda Neto, en frente de esta una tienda 3 B, pollos rostizados y norteños, y también una fonda más grande que tiene un anuncio de “comida corrida”. Además, los domingos es cuando hay mucha más actividad dentro y fuera del mercado.

En una ocasión le pregunté al señor Carlos sobre el horno donde acude por el pan cemita, comentó que estaba cruzando la calle. Dicho horno es un negocio familiar, pude entrevistar a la señora Ana María —hija de la dueña— y unos minutos a su mamá, quien tenía mucho que platicar. Ya que su familia lleva casi 130 años dedicándose a la panadería, es decir, ya son al menos cinco generaciones y fueron sus tatarabuelos quienes iniciaron con dicho oficio.

Me comentaron que el pan cemita que venden sigue siendo artesanal, que se le llama así porque usan un utensilio llamado “artesa”, que está hecha de madera de caoba. Además, amasan a mano y el horno que utilizan es de ladrillo, hay dos modos de hacer eso último, puede que coloquen el pan en charola o “a piso”. En la segunda manera de hornear, echan en el “piso” del horno la cemitilla o salvado para que no se pegue, aunque no a todos sus clientes les guste porque puede llegar a lastimar las encías.

Para el uso del horno, han pasado por diferentes combustibles, pues en un inicio usaron leña, luego petróleo y en la actualidad usan gas. Esto como parte del paso del tiempo, la “modernidad”, y según la mamá de la señora Ana, también por políticas gubernamentales y salubridad. Aunque doña Ana, añadió que esos cambios se han debido también por la exigencia de sus clientes.

En cuanto a la preparación “tradicional” de la cemita, la señora Ana me cuenta que debe ser con queso blanco fresco de cabra, chipotles, cebolla y el pápalo. Que, además, es el complemento ideal del mole poblano, que “no debería” ser la tortilla o la torta de agua. Sin embargo, en la actualidad dentro de La Acocota, se pueden encontrar cemitas preparadas con milanesa de cerdo y pollo, quesillo y carne enchilada, con los respectivos complementos. En los diversos puestos, principalmente los fines de semana, es cuando los clientes y comerciantes hacen largas filas para la compra de este platillo.



Foto 4 Fachada del lugar donde se ubica el horno de pan cemita. Foto: Dulce Hernández

Sobre la calle 16 Norte, ubiqué otra tienda de abarrotes, así como un local que vende chiles secos y semillas llamado “La Oaxaqueña”, este establecimiento es de los que más tiempo tiene, es donde venden semillas, chiles y moles, pues los principales clientes son tanto los habitantes del barrio, los cocineros de los restaurantes alrededor, La Acocota, el mercado de El Alto —el cual es exclusivo de comidas—, anteriormente acudían habitantes de Analco, e incluso personas que vienen desde Cholula y otros municipios relativamente cercanos.



Foto 5 Local de la oaxaqueña. Foto: Dulce Hernández.

Por ello, este local se podría decir que es un tanto representativo, pues es muy concurrido y al menos, en la esquina donde se ubican —la 6 Oriente y 16 Norte— llevan alrededor de 14 años, es un negocio familiar que pasa de generación en generación. Don Manuel, quien actualmente atiende el local, mencionó que la proveniencia de los productos, la mayoría son mexicanos, pero no locales.

“Los chiles vienen de Aguascalientes, Zacatecas, Chiapas, algunos de Oaxaca y Chihuahua. Lo que son semillas, como los frijoles, desgraciadamente son importados. Las especias también. De Puebla sí es la Jamaica, a veces el mulato San Martín, el orégano, laurel” (León, 2023).



Foto 6 Anuncio de La oaxaqueña. Foto: Dulce Hernández.



Foto 7 Flor de Jamaica producida en México del local “La oaxaqueña”. Foto: Dulce Hernández.

A lo largo de este subapartado, se mira que el pasado y el presente tienen cierta carga afectiva, algunos alimentos se usan para “proporcionar la alegría del instante, adecuarse a la circunstancia” (Giard, 1999). Tal como lo podemos percibir cuando la señora Marina comentaba de la oferta alimentaria que había en el barrio de La Luz, la importancia que había en el consumo de los atoles, pulques o las extintas

tortas de 'bacalado'. Ya que estas “actividades culinarias”, como las llama dicha autora, pueden llevar a lugares de “felicidad, placer e inversión”.

En tanto a las prácticas culinarias, como la obtención de los ingredientes en diversos lugares del barrio se mira como una tarea cotidiana, y es por lo que hay cierta “*invisibilidad y no reconocimientos cultural*” y aunque en este caso la autora anteriormente mencionada enuncia que es una tarea únicamente de mujeres (Giard, 1999). En el caso de algunos cocineros, como don Carlos, quien prefiere estar activo, también entra a hacer las compras dentro y fuera del mercado. Mientras que, en el caso de Teresa y su familia, casi siempre es su mamá quien hace las compras, aunque he observado que ellas suelen comprar más dentro de La Acocota que en los alrededores.

Por lo que, a nivel “macro”, el barrio se le considera como un sistema alimentario que se caracteriza por ser asado-hervido, debido a los menús que se exponen en ellos. Como ya he dicho predominan los guisados elaborados y lo no tan elaborado, los primeros muy bien representados por los moles de las fondas. Mientras que los segundos que, si bien requieren de cierta pericia para su preparación, se les puede objetivar en la venta de tacos árabes, carne asada y carnitas que se encuentran en las calles aledañas al mercado.

2.4 Sistema alimentario y de abastecimiento del mercado de La Acocota

Sobre la calle 4 Oriente, a una cuadra del mercado, pude observar negocios de desechables. Llegando a la esquina antes del mercado, sobre la misma calle, hay una pulquería que estaba ambientada con música a alto volumen. Igualmente, en contra esquina exactamente, está otra tienda muy grande de desechables que también vendía utensilios de cocina como moldes para hornear. Frente a esa tienda está un molino – tortillería de nombre “sol azteca” y una tienda de abarrotes llamada “el gallo giro”.

Sobre la 16 norte, en la esquina con la 4 oriente están las “Semitas Beto”, sobre esa misma acera hay otro local de chiles secos y semillas, una óptica, una panadería,

una pollería y una bodega Aurrera exprés. Y del lado del mercado vi un puesto semifijo de pan cemitas, tortas de agua y colorados. A un lado de los accesos al mercado.

Sobre la acera del mercado, observé puestos de lonas, apenas parecía que se iba a colocar un puesto de comida. En otro puesto más adelante, venden chicharrón, carnitas y cemitas, se ve que es rico y accesible, pues había mucha gente formada para comprar. Pasando un acceso al mercado, está otro puesto donde venden anafres, comales, cacerolas, prensas para hacer tortillas y más utensilios de acero para la cocina.

Ya en la esquina con la 18 Norte, encontré más venta de utensilios, jarciería y otro puesto en el que vendían dulces. Hacia la 4 oriente, en la acera que está frente al mercado, localicé varias bodegas que venden abarrotos, empaques, desechables —como papel higiénico, servitoallas, servilletas al mayoreo— materias primas, jarciería, una dulcería muy grande, carnitas, chicharrón. En total, como dos tiendas muy grandes de “grupo Arero” —donde algunos de mis interlocutores acuden a comprar— y “tiendas de autoservicio”, otra tortillería, puestos donde venden pijamas, plantillas, tela para bordar, mandiles. Así como una distribuidora enorme de chiles y semillas, más venta de chicharrones, un puesto pequeño que ofrece guisados y cuentan con tablonos para que las personas puedan comer ahí.

Por otro lado, el recorrido interno lo empecé entrando por la calle 16 Oriente. Vi que es la parte donde más ropa se puede encontrar, hay ferreterías, jugueterías, un acuario, un par de locales en los que se hace reparaciones a electrodomésticos, así como venta de refacciones para licuadoras, más venta de utensilios para cocina, jarciería, mercerías, papelerías. Los comerciantes son devotos de la Virgen de Guadalupe, pues ubiqué al menos dos altares dedicados a ella.

Seguí en dirección a la calle 6 Oriente, descubrí que en la esquina había al menos otros cinco locales que venden comida, había más antojitos poblanos —molotes, memelas, cemitas— y una marisquería que abarca al menos unos cuatro locales. También vi que estaban los locales que funcionan como pescaderías. Después llegué a la parte donde terminaban los locales de semillas, moles y chiles secos, y

comenzaban los locales con frutas, verduras y abarrotes, en medio las carnicerías y las pollerías.

Si se accede por la calle de la 16 Norte, se observa la zona de cocinas, posteriormente se puede encontrar el área donde venden productos cárnicos desde pollo, pescado, carnes rojas, es el espacio menos extenso a diferencia de la zona en donde se puede comprar frutas y verduras de temporada y frescos, pero se podría denominar una suerte de frontera entre lo preparado y los insumos para la preparación. Aunque existan un par de locales frente al área de las carnicerías donde venden las memelas y tacos de cochinita pibil.

En medio de las frutas y verduras, podemos encontrar tiendas de abarrotes grandes y surtidas, así como la venta de accesorios y calzado. El área anteriormente mencionada conforma la “zona húmeda”, pues también se incluyen las carnicerías, pollerías, la venta de vísceras¹⁸ y, cuando es temporada de mole de caderas, las caderas y espinazos.

La “zona tianguis” se caracteriza por pequeños locales en los que predomina la venta de refacciones y reparación de electrodomésticos, así como venta de ropa interior, mochilas, bolsas, juguetes y accesorios para el cabello. Mientras que, la que denominan “zona seca” existe la venta de ropa, jarriería, productos de limpieza, peces, utensilios de cocina y, también, la presencia de preparación de memelas, mole de panza, comida corrida y mariscos.

En cuanto a la venta de alimentos, se observa la venta de tacos árabes, carnitas, chicharrón. Alrededor del mercado Carmen Serdán “La Acocota”, también se pueden ver puestos de tacos de asada, nieves, panaderías, pollerías, frutas, verduras, un restaurante especializado en carnitas, tortillerías —en algunas de ellas venden de todo tipo de tortillas, como para los tacos árabes—, un par de fondas y locales que se dedican a la venta de tacos árabes y al pastor. En cuanto a las bebidas, únicamente se ha observado que los fines de semana se puede ver la venta de pulque curado y natural.

¹⁸ Este tipo de proteínas son de las más demandadas por los clientes del mercado.

Igualmente, la oferta alimentaria dentro del mercado es: cemitas, tostadas, gorditas —o también conocidas como memelas—, pozole, moles, caldo de pollo, quesadillas, enchiladas, tortas y aparte un menú de tres a cuatro guisados para la comida corrida, el cual se compone de sopa, arroz y un platillo fuerte que cambian diariamente. Sin embargo, en las demás cocinas se puede encontrar huaxmole, mole de olla, tortas, sándwiches, sincronizadas, tamales, tacos, caldo de pollo, pescados y mariscos en diferentes presentaciones.

La oferta es variada de alguna manera, incluso hay intercambios comerciales entre los vendedores. Cuando los cocineros no hacen autoconsumo, van con otros locatarios a comprar de lo que venden, en ocasiones también salen a comprar de los alrededores de este espacio. Incluso quienes venden comida afuera, pueden comprar del interior de La Acocota, tanto insumos como alimentos ya preparados.

De hecho, la dinámica de cualquier local que venda alimentos preparados es que la mayoría de sus insumos como cebollas, chiles, jitomate, papa, aguacate, entre otros los compran dentro del mercado, o bien, tienen a proveedores que se surten en la central de abastos de Puebla. Los desechables los compran alrededor del mercado, pues como ya he mencionado anteriormente, hay grandes almacenes, la mayoría de la familia Arellano Romero, quienes son dueños de los locales llamados “Arero”. Los abarrotes, generalmente se compran en la bodega Aurrera exprés, mientras que los lácteos sí se compran en las cremerías que están dentro. En cuanto a la carne, algunos de ellos optan por comprar a los mismos carniceros del mercado y otros se valen de proveedores externos.

En tanto a los comensales, saben que La Acocota es un centro de abastecimiento, pues muchos de ellos acuden a comprar y bien sea que antes de eso pasen a desayunar. También sucede que los fines de semana, particularmente los domingos, opten por hacer pedido y llevarlo a casa para almorzar o comer. Así como acuden en familia a degustar un buen mole de panza o un rico caldo de camarón.

Así como Aguilar (2012) refiere que la necesidad del alimento, que abarca desde la obtención, procesamiento y consumo, dan cuenta de ciertos rasgos de la cultura, y que, por lo tanto, se deben de considerar los instrumentos, que en este caso

considero más como estrategias. Ya que esto implica un conjunto de operaciones y cierto tipo de actor social que aplican dichas estrategias en las compras de los insumos, tanto dentro como fuera del barrio y del mismo mercado.

Además, tanto el mercado Carmen Serdán como los negocios que hay a su alrededor conforman la estructura social del barrio y dentro de dicha complejidad: “*resiste toda aproximación ‘globalizadora’*” (Certau, 1999). Como hemos visto, la búsqueda de ingredientes y alimentos preparados sigue muy fuerte a pesar de la presencia de la plaza de Paseo San Francisco, así como la complementación de las compras con la bodega Aurrera exprés que tampoco parece quitar clientela a los abarrotes que hay cerca.

2.5 Sistema alimentario simbólico estructural¹⁹

Como se mencionó anteriormente, el sistema alimentario en el mercado Carmen Serdán y el barrio de La Luz no está aislado, así como los proveedores de los cocineros se surten en la central de abastos, también los insumos provienen de los sitios en los que ellos viven. Sin embargo, la dinámica del barrio de La Luz con los barrios alrededor es que se relacionan con La Acocota y lo que hay alrededor en cuanto a los ingredientes —chiles, semillas, frutos secos, especias—, los abarrotes, materias primas e incluso algo de utensilios —la tradicional loza de barro e instrumentos profesionales—.

Así como la oferta alimentaria se ve atravesada con el intercambio de otros lugares de la ciudad de Puebla, ya que las personas que van y venden tlacoyos, tortillas de comal y pellizcadas vienen de La Resurrección. Como bien lo mencionaba el señor Carlos González, los insumos que compra a través de los proveedores de la central de abastos, llegan a provenir de otros estados.

¹⁹ Debido al enfoque estructuralista de Lévi-Strauss y su triángulo culinario, ya que dentro del mercado también se presentan algunos platillo en crudo como en el caso de las marisquerías que son lugares concurridos del mercado.

Es pertinente considerar al barrio de La Luz, además de un sistema alimentario local barrial, complementarlo con lo que Gilberto Giménez (1999) propone como un sistema territorial ²⁰. Ya que este autor menciona que dicho sistema se compone de mallas, nudos y redes. Por lo que la ciudad de Puebla se podría considerar como una malla, pues llevan a cabo una doble función como el que se lleven a cabo el conjunto de actividades sociales de una determinada población. Mientras que el barrio de La Luz funciona como un nudo, esto porque es el “*centro de poblamiento jerárquicamente relacionado entre sí*” y da la posición de los actores sociales dentro de un territorio. Y, el mercado La Acocota, tiene la función de una red, ya que hay un entramado de líneas que conecta por menos a tres puntos (Giménez, 1999).

Como también enuncia Giménez, este tipo de sistemas se dan gracias a las necesidades de los actores sociales de relacionarse entre ellos, las vías de comunicación, o que, en su defecto, puedan representar fronteras que impidan esa comunicación. Con este telón de fondo, complementando el sistema alimentario con el sistema territorial, da como resultado este sistema alimentario local barrial.

Es decir, el barrio de La Luz es también un “territorio cultural”, así como hay una apropiación simbólico-expresiva, no solo estéticamente en cuanto a los murales en las fachadas de las casas antiguas. Esto incluye al mercado Carmen Serdán, pues es un punto de referencia, ya sea como centro de abastecimiento, de comensalidad y el entretejido de las relaciones sociales que surgen a través de las prácticas alimentarias en dicho espacio social culinario.

De igual manera, el barrio de La Luz se observa como parte de los nichos territoriales, pues funciona como una capa superpuesta que pertenece a cierta escala (Giménez, 1999) de la ciudad. Así como, lo percibo como un territorio identitario porque tiene un papel relevante de la vivencia tanto en sus habitantes como quienes trabajan dentro de él. Este viene desde que se funda el barrio con la importancia de las familias que trabajaban el barro y el vidrio, posteriormente con

²⁰ Si bien implica otra discusión, la intención no es meter el concepto de territorio sino compaginar el sistema alimentario propio del mercado con un sistema de lugares de abastecimiento y relaciones comerciales.

quienes vendían en los antiguos mercados y comida en las calles. Hoy en día, se mantiene con los locales alrededor del mercado y este mismo.

Además, dentro del sistema alimentario se considera las materialidades, en este caso la manufactura de utensilios de uso común como lo son las vajillas, ollas y cazuelas de barro. Por lo que este sistema regional cultural, también se objetiva con los artefactos, que son parte del habitus (Giménez, 1999) del barrio y el cual le da una distinción en la ciudad de Puebla. Así que el barrio de La Luz se considera, además de un espacio social, como lo que Giménez llama “espacio de inscripción” de la cultura a través de la objetivación material con los utensilios de barro y, me parece que también por los alimentos que ahí se producen como el mole de panza y zancarrón, tortillas de comal y cemitas.

La otra dimensión que menciona Giménez (1999), es que el barrio de La Luz, como territorio, cumple la función de “marco o área de distribución” en cuanto a las prácticas culturales espacialmente localizadas. Esto se confirma con la compra y venta de semillas, chiles, bacalao, tortillas para tacos árabes, el pan cemita que se da en los alrededores del mercado Carmen Serdán. Sin dejar de lado otras actividades culturales como la festividad de la Virgen de La Luz, el aniversario de La Acocota o las recientes barriadas que llegan a organizar los comités vecinales de los barrios fundacionales.

Bajo este tenor, considero que de igual forma se debe contemplar lo que Pierre Mayol (1999) entiende como prácticas culturales, pues además de lo ya mencionado anteriormente, señala que:

“es el conjunto más o menos coherente, más o menos fluido, de elementos cotidianos concretos (un menú gastronómico) o ideológico (religioso, políticos), a la vez dados por una tradición (la de una familia, la de un grupo social) y puestos al día mediante comportamientos que traducen en una visibilidad social fragmentos de esta distribución...” (Mayol, 1999, pág. 7).

Con base a lo expresado por los entrevistados y en lo observado por esta investigadora, el barrio de La Luz está estrechamente relacionado con la alimentación. Como ya se ha hecho hincapié, va desde la dimensión material y simbólica con la oferta alimentaria que hay por las calles. Esta cuestión relacionada

con comida rápida —como las franquicias presentes en Paseo San Francisco—, la comida callejera —como los tamales y tacos de canasta frente a esa plaza comercial—, la presencia de restaurantes especializados —como Casa Reyna y La Purificadora—, más locales que ofrecen desayunos, tacos árabes y de asada, fondas, carnitas y cafeterías.

Que, al menos, sucede que, al momento de hacer los recorridos, los habitantes no tienen mucha claridad de cuáles serían los lugares donde comer en el barrio, sino que al caminar e ir observando van surgiendo esos espacios culinarios que persisten y son frecuentados por estos actores sociales. Algunos acuden a algunas de las cocinas del mercado Carmen Serdán, por lo que esta práctica da cierta “identidad” a esos clientes/habitantes como asiduos a estos espacios, en los cuales han construido una relación (Mayol, 1999), de cierta manera estrecha, y cuando toca llevar de comer ubican el domicilio.

Es así como, en el barrio de La Luz hay cierto dominio del entorno social, pues para los habitantes de la metrópoli es reconocido (Mayol, 1999). Este barrio, además de comprenderse como un espacio público, social y cultural —incluso desde una perspectiva alimentaria—, puede haber, a su vez, un “*espacio privado particularizado*” como lo llama Mayol (1999). Sin embargo, este caso se trata al barrio como un espacio social culinario por la cotidianidad de quienes trabajan y acuden.

Además de conformar un sistema de lugares para los cocineros propios y ajenos, así como los habitantes del barrio, esto “*gracias a la proximidad, a la coexistencia concreta sobre un mismo territorio urbano...*” (Mayol, 1999, pág. 8). Por ello, hay cierta apropiación de este barrio por habitantes de otras partes de la ciudad de Puebla, como he mencionado anteriormente, el barrio de La Luz es visitado por la elaboración de utensilios de barro, la compra de algunas semillas y chiles para la preparación de moles, más el centro de abastecimiento que representa el mercado La Acocota.

Como en otro texto de Giménez (1994) menciona que dentro de la región se pueden producir “micro-regiones culturales”, que forzosamente son sistemas cerrados porque

pueden depender económicamente de otros centros. Sin embargo, simbólicamente tiene ciertos elementos que crean comunidad a través de la cultura alimentaria “propia y distintiva” (Giménez, 1994).

Con todo lo anteriormente desarrollado, considero que el sistema alimentario propio del barrio y el mercado, forman parte de esa “identificación socio regional” mismo que evoca un sentimiento de pertenencia (Giménez, 1994). Es decir, dentro de una región y en lo simbólico hay cierto tipo de organización simbólica, que se observa al desarrollarse relaciones sociales con las celebraciones y festividades –como en la fiesta de la Virgen de La Luz en el barrio o el aniversario de La Acocota–, mismo que se aborda en el siguiente capítulo.

Sin embargo, con base a lo establecido por Giménez y entrelazando con región sociocultural y el sistema alimentario, convendría dialogar con lo que Solorio y Guerrero (2017) denominan “región sociocultural culinaria”. Esto se refiere a que la cocina por sí misma produce “habitus”, instituciones y artefactos, mismo que apoyan a la organización de un espacio social y, a su vez, crea identidad (Solorio & Guerrero, 2017).

Puesto que a través de las prácticas alimentarias se construyen rasgos culinarios que se apropian y definen una región, estos “no son fijos ni unívocos” porque están sujetos a los cambios debido al tiempo y al espacio (Solorio & Guerrero, 2017). Esto sucede en La Acocota, aunque el sistema alimentario del barrio de La Luz no se puede categorizar específicamente como una “cocina regional”, el concepto ayuda a conectar con la parte simbólica del sistema alimentario.

Lo anteriormente mencionado se expresa en los

“rasgos culturales culinarios, selectivos, heredados históricamente y transmitidos en los distintos espacios de lo cotidiano (la casa, la plaza, el barrio y el mercado) que operan como sistemas articuladores y vínculos para comunicar una manera de hacer, de perpetuar una práctica culinaria, de moldear actitudes cotidianas y formar el gusto” (Solorio & Guerrero, 2017).

Es decir, lo que bien menciona Aguilar con la compra de ingredientes, los saberes en las recetas de los guisos, más la organización social en los espacios culinarios, la maneras de mesa, la estetización y las preferencias alimentarias. Es lo que define

y ancla al espacio el sistema alimentario de este barrio y mercado, que sumando lo anteriormente mencionado, deriva en una culinaria poblana cotidiana que brinda cierta identidad y sabor a estos espacios sociales gracias a las relaciones sociales y saberes que propician la sazón.

De igual manera, los clientes del mercado mencionan que, aunque no es un lugar precisamente barato para hacer las compras de su despensa, sí lo consideran de los más limpios y variados de todos los mercados que hay en la ciudad. Además de que el mercado Carmen Serdán es muy solicitado por las cocinas en su interior, de acuerdo con los trabajadores del ayuntamiento, los locatarios y algunos clientes, mencionan que lo que más distinción le da a este mercado son dichos espacios culinarios.

Finalmente, considero relevante definir desde el enfoque socioespacial de esta investigación al sistema alimentario del contexto en el que se lleva a cabo, el cual es muy cotidiano en cuanto a guisados propios de Puebla, es familiar debido a que quienes atienden estas cocinas y puestos son meramente familias extensivas, cuyos saberes son transmitidos por figuras femeninas, o bien, son autodidactas ya que de manera personal e individual han ido mejorando las técnicas de preparación.

Como ya se ha establecido, el sistema alimentario es asado – cocido por las técnicas culinarias predominantes. Además, los ingredientes que están más presentes son el maíz, la carne y las vísceras. En los cuales, también, se da prioridad a la dimensión económica para hacer rendir los insumos cuidando que sean de buena calidad y la dimensión simbólica al estrechar lazos con sus comensales para brindar una mejor atención y desarrollar otras relaciones sociales como de amistad, estas entrelazándose con los propios tratos comerciales. Más las ubicaciones de estos espacios culinarios, pues no siempre se encuentran dentro de la misma área destinada a las cocinas del mercado.

Capítulo 3. El mercado como sistema alimentario y las cocinas como espacios culinarios

3. El mercado como sistema alimentario y las cocinas como espacios culinarios

La finalidad de este tercer capítulo es analizar la construcción social del gusto dentro del mercado Carmen Serdán “La Acocota”, objetivado en dos espacios culinarios (“Antojitos y cemitas Robert & Lulú” y “Antojitos Rosita”), organizados a partir de las preferencias alimentarias en ambos.

Para esto, la estructura de este capítulo consiste, primeramente, en hablar de la organización social del mercado, la organización espacial del sistema alimentario y los espacios culinarios. Por lo que se da mayor detalle de los actores sociales, ciclo festivo del mercado y los platillos que se ofrecen en ciertas temporadas, ya que afirmo que las temporalidades complejizan la comensalidad en el mercado.

Esto se debe tanto a la disponibilidad de insumos del sistema alimentario, como elementos socioculturales que se desarrollan dentro del contexto de este. Puesto que la suma en la oferta de platillos coacciona en las preferencias alimentarias de los comensales de La Acocota, por ejemplo, la oferta de las tortas de camarón con mole que marca la Semana Santa, los chiles en nogada para las fiestas patrias, o el mole de caderas con la temporada de muertos, por mencionar algunos.

Posteriormente, se caracteriza el gusto del mercado a raíz de los testimonios tanto de los cocineros como parte de los comensales. Ya que los sentires y otros significados socioculturales de los actores sociales alrededor de los actores sociales involucrados, además de los sentidos –gusto, olfato, vista o tacto–, son base importante para la construcción social del gusto.

3.1 El mercado Carmen Serdán “La Acocota” y su organización

3.1.1 Organización espacial

El mercado está dividido por zonas, una se clasifica como zona húmeda, en la cual entra la venta de carnes —pollo, pescado, res, cerdo y vísceras—, frutas, verduras y abarrotes. La otra se le denomina zona seca, abarca venta de ropa, utensilios, jarcerías y locales donde venden hierbas y cosas relacionadas con el esoterismo y

religión. Sin olvidar la zona de las cocinas, si bien “oficialmente” se considera esta área se ubica a un costado de la zona húmeda, existe otra, a orillas de la zona seca, dónde también venden guisados como el mole de panza, hay una marisquería y venta de antojitos como las memelas, churros y atole.

Al centro del mercado, está la zona tianguis en la cual están los locales que, además de vender ropa, también proliferan aquellos donde realizan reparaciones a electrodomésticos y juguetes. En la misma área, en lo alto, está la oficina de la administración, ahí tienen un plano grande con el número de los locales que hay en el mercado y hay ventanas que dan hacia el interior —zona húmeda— de la Acocota y hacia afuera —la zona de carga—. Hay una sala donde hay algunos asientos y tres escritorios, todos ocupados por los auxiliares administrativos y, hay otra puerta que indica que es la oficina del administrador. En general, es un espacio amplio y muy luminoso.

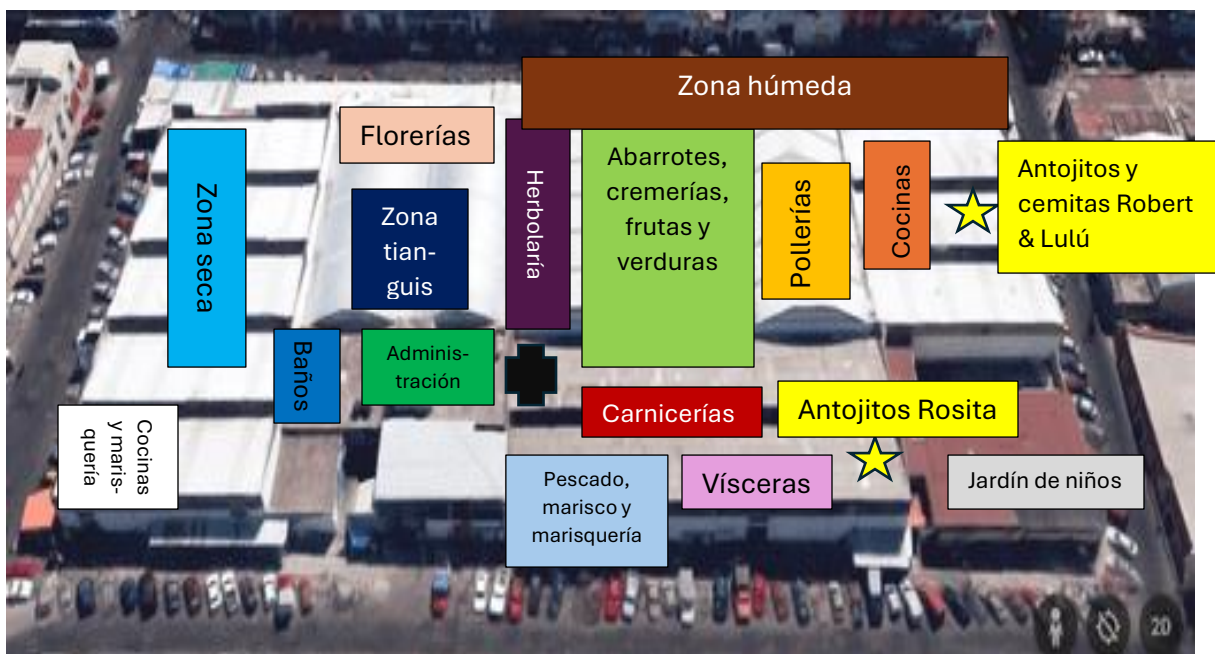


Imagen 2 tomada de Google Earth. Mapa de elaboración propia, donde los símbolos de estrellas indican los espacios culinarios. La cruz representa el altar mayor dedicado a la Virgen de Guadalupe.

Con respecto al área de las cocinas, hay ocho cocinas que están funcionando, algunas de ellas ocupan más de un local. Todas ellas son cocinas abiertas, por lo que tienen parrillas y cazuelas con los guisados expuestos. Así como tienen

diferentes “especializaciones”, algunas pintaron con colores vivos y llamativos — como verdes, amarillos y rojos—, algunos otros con colores un poco más cálidos — durazno y naranja—, hay quienes escriben el menú en pizarras, otros optan por ponerlo en cartulina y lonas.

De igual manera, respecto a la organización espacial, consideré pertinente saber si había sitios dentro del mercado que fuesen de relevancia. Don Pedro —el administrador del año pasado— mencionó algunas de las cocinas como los “tlaxcas”, las “cemitas Juanita, marisquería San Ángel, ostionería Rosy, son los más populares²¹”.

Por lo anteriormente mencionado, fue que cuestioné si son “populares” porque hay mayor auge de turistas o comensales, a lo que el señor Pedro argumentó que es porque son lugares “más comerciales”. Con respecto a la otra posibilidad de lo que podría ser significativo, me dijo que hay muy poco turista. Sin embargo, los adjetivos de popular y comercial, los entendí como espacios culinarios concurridos o solicitados por los mismos clientes del mercado.

Lo que en realidad sucede es que “hay gente que viene y sabe que en estos lugares la comida se sirve bien, ya saben a dónde dirigirse. Hay una persona que vende mole de panza exquisita, que es de una cocina que se llama <<La güera>>” (Robles, 2023). Si bien este lugar es de los más frecuentados por los clientes de La Acocota, es uno de los espacios culinarios que están dentro de la llamada zona seca, porque de ese lado también hay al menos unos cinco locales que ofrecen tanto antojitos como comidas corridas y mariscos.

Por otro lado, don Carlos mencionó que a lo que me dijo que no hay lugares o locales más importantes que otros, “pero en cuestión de religión sí, cada que hay un evento de la Santísima Virgen, sí se le hace misa, es centro de reunión en este caso... Solo el altar mayor” (González C. , 2023). Ya que este es un punto de

²¹ Dentro de esta investigación se ha usado la categoría de popular relacionado con la estetización debido a las materialidades observadas, esto se profundizará más adelante. No obstante, don Pedro usó este adjetivo como sinónimo de relevante.

reunión, pues tanto el 12 de diciembre como en el 3 de marzo —el aniversario de La Acocota—, hay ceremonia religiosa para festejar y dar gracias a la Virgen.

Así mismo, como se ha dicho en un principio, hay una zona tianguis en el interior del Carmen Serdán, pero a su vez, en los alrededores del mercado se desarrolla la actividad comercial “informal”. Con respecto a eso, el Lic. García apuntó que:

“... otro tema es que hubo ayuntamientos que permitieron que las zonas externas al mercado fueran ocupadas por vendedores ambulantes. En este caso, esos vendedores no son pertenecen al mercado, sin embargo, pues ya son parte de manera informal. Ya la gente va y los busca, básicamente.” (García, 2023).

Por lo que, desde la perspectiva de los clientes puede que forme parte del mercado, pues también hay oferta alimentaria como pan cemita, tortas de agua, guisados — quienes les compran tortillas a Teresa y su familia—, tacos árabes, carnitas, chicharrón, pulque —natural y curado— y nieves. Observando que algunos de ellos son muy concurridos, como es el caso de los puestos que venden las carnitas y el chicharrón.

Vale la pena señalar que, algunos locales se encuentran cerrados porque pertenecen a comerciantes que han tenido complicaciones en la venta, por ello se ven en la necesidad de salir a otros mercados o calles para poder seguir generando el sustento de sus casas. Los pagos de uso de suelo son algo excesivos para ellos, pues a raíz de la pandemia ha sido un poco difícil levantar sus negocios.

Con este telón de fondo, los representantes de locatarios y administrativos han tenido algunos diálogos con el gobierno para que se les llegue a autorizar algunas condonaciones, pero desafortunadamente no han logrado tener éxito con ello. Aunque, cada determinado tiempo, a las afueras del Carmen Serdán, acuden camionetas de tesorería para que sea viable el pago oportuno de los pagos de impuestos, sin descuidar su trabajo.

Por otro lado, en lo que refiere a lugares significativos del mercado La Acocota que estén relacionados con la comida, don Pedro insistió en usar la categoría “popular” como sinónimo de lugares concurridos por los clientes. Me hace pensar que, para

los administrativos, se debe seguir priorizando cumplir con ciertas normas para que la comida “sea buena”. Sin embargo, comprendo que desde su rol cada uno le da la significación, para ellos quizás aún no hay tal, únicamente es su empleo y lo que importa es dar buena imagen.

En cambio, entre los administrativos, consideran que no hay algún lugar que sea de mayor significación, independientemente de si se trataba de alguna cocina. Ya que don Pedro señaló que para ellos no hay alguno más importante, pues “*de eso se encarga la misma gente de hacerlo*” (Robles, 2023). Por lo que, desde mi perspectiva, parece que solamente quiere hacer su trabajo, pero no se involucra demasiado con los locatarios, ya que el puesto de administrador en el mercado, no lo ocupan por mucho tiempo.

Acerca de los lugares de importancia dentro del mercado por parte de los comerciantes, mencionó que ellos consideran que “*el mejor lugar es el de ellos, el de mayor importancia, porque de lo que venden son los mejores*”. Que era una cuestión de “*la misma gente que viene seguido y tiene sus predilecciones*” (Robles, 2023). Lo que me hace pensar que, los clientes piensan en el costo – beneficio, es decir, lo que ellos consideran que es mejor para comer, además del apetito (Harris, 2017).

3.1.2 Organización social

El mercado Carmen Serdán depende del ayuntamiento municipal, entrevisté al Lic. Conrado García, quien se encarga de los mercados en la ciudad, la organización social es la siguiente:

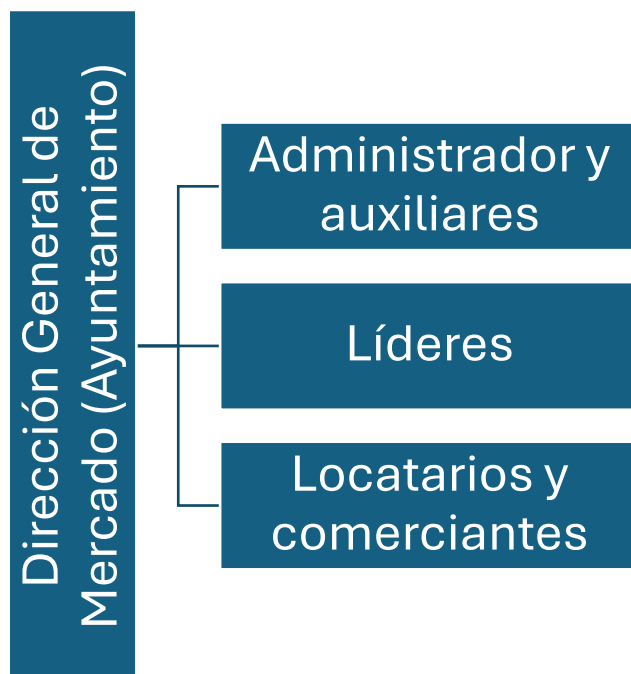


Figura 2 Mapa de elaboración propia

A continuación, se retomarán los testimonios de estos actores sociales anteriormente mencionados, dichas respuestas son resultado de una serie de entrevistas en la cual se abordó tanto la organización, contexto del mercado y las percepciones de cada uno de ellos. Por lo que el orden es tal como el mapa anterior lo indica: el encargado de la oficina de la Dirección General de Mercados, el administrador del mercado, los representantes de los locatarios de la zona seca y húmeda respectivamente, y finalmente el señor Carlos y Teresa quienes son locatario y comerciante cocinera –interlocutores de esta investigación–.

Con respecto a la característica principal del mercado, el licenciado Conrado García apuntó que: “... Quizá lo que más destaca es el tema gastronómico. Hay muchas cocinas en el mercado, que son muy socorridas por los clientes.” (García, 2023). En tanto, a los administradores del mercado, fueron más accesibles para platicar con ellos.

Los administradores fueron accesibles para platicar, explicaron que la mayoría son negocios familiares los cuales tienen mucho tiempo en el mercado y, “ellos ya son conocidos, su comida es buena, higiénica y viene mucha gente” (Robles, 2023). Así

que, lo higiénico también tiene todo que ver como parte de las significaciones socioculturales relacionadas con la comida (Bertrán, 2006).

Por su parte, los representantes de locatarios por zona. Es decir, según lo mencionado por don Carlos y los administrativos, anteriormente había tres representantes: uno de la zona seca, otro por la zona húmeda y uno más por el área de cocinas. Sin embargo, esto cambió a partir de la pandemia y en la actualidad solamente son dos representantes —de la zona seca y húmeda—, el señor Ricardo Valero es quien representa la zona seca, y hasta el año pasado, el señor Julián Díaz representaba la zona húmeda.

El representante de locatarios de la zona seca indicó que la particularidad de La Acocota son *“los moles, las cemitas... el mole de zancarrón, de panza, la birria y los tacos”* (Valero, 2023), haciendo énfasis en lo inicialmente mencionado, pues son de los más tradicionales en la ciudad de Puebla y dentro del mercado. Es decir, como ya se ha reafirmado anteriormente, el mercado se distingue por la oferta alimentaria que brinda en su interior.

Con relación a cuál es la particularidad del mercado de La Acocota,

“Lo que nos está dando a conocer son las cemitas porque, de manera icónica, las cemitas del Carmen se han manejado mucho. Pero yo creo que, por la misma fama, ya las preparan al ahí se va, con mucha grasa y todo. Aquí no, tratamos de darle una nueva presentación a la cemita, se preparan sin grasas y nos ha dado resultado. Viene mucha clientela a degustar las cemitas porque el mercado está dentro de un corredor turístico y sí tenemos afluencia de muchos visitantes de diferentes partes de la república e incluso entran extranjeros” (Díaz, 2023).

El señor Carlos respondió que lo que más se distingue de este mercado es:

“... La gente que viene, de pasada, nos dicen que es por la comida. Todo lo que es producto de alimentos, ya preparados. Inclusive, hay personas que viven a un lado de mercado como el Hidalgo, Morelos, Zapata y vienen personas de allá a comer. A veces las personas buscan el mercado para venir a comer con sus familias, o una sola persona se echa su escapadita y viene a comer” (González, 2023).

Teresa mencionó que La Acocota, lo que resaltan con las comidas y *“... dicen —los clientes— que es el mercado más limpio y el más caro”* (Portada, 2023), a dicho

comentario, una de las comensales que se encontraba en el puesto, asintió con la cabeza validando lo dicho Tere. Sin embargo, me parece que quienes no están del todo inmersos en el mercado, pueden darle otras características, como que sí es su lugar de trabajo, pero de algún modo se mantienen al margen. Y la realidad de que sea caro, es un tanto subjetivo, aunque platicando con personas que son de otros puntos de la ciudad de Puebla, ha coincidido en que es más caro a comparación del 5 de mayo o el Hidalgo.

Ya que surgió la connotación, por parte de la comensal, de que el mercado es inseguro, porque por la zona “hay mucho ladrón”. La misma señora comentó que aparentemente hay un tipo convenio con los comerciantes para que estén “seguros” o no les hagan nada a los autos. Aseguró que ha visto cómo es que las personas que se dedican a cobrar piso.

En ese sentido, los locatarios han mencionado que es una situación compleja, pues en realidad no se sienten seguros. Ya que, en cierto modo, esto ejerce coerción en la comensalidad, al menos entre ellos, pues en los últimos años se las han visto un tanto difícil en relación con el tema de la seguridad. Si bien, el representante de locatarios de la zona húmeda y su familia, se vieron severamente afectados, debido a que el año pasado perdió la vida. Aunque no se puede asegurar que esté relacionado directamente a este mercado, pues tenía representatividad también en otros. Pero, a causa de lo anteriormente expuesto, ha habido cierta reorganización interna, acorde a algunos testimonios.

“... Hay mucha gente mayor que dejó de ir al mercado, algunas que lograron regresar después de la pandemia, otras desgraciadamente perdieron la vida. Eso marcó mucho, cambió el ánimo, la fisionomía del mercado y también a la gente le ha costado adaptarse a esos cambios” (García, 2023).

Nuevamente el representante de locatarios de la zona seca, con respecto al tema, dijo que además del de la techumbre:

“las reparaciones que ha necesitado el mercado durante 30 años lo hemos hecho nosotros los locatarios, con apoyos. Nosotros compramos los materiales, nos cooperamos para los albañiles y hemos ido reparando los drenajes, compramos láminas, una o dos, las que se van rompiendo. Pero una reparación integral no se ha hecho en unos 30 años, hasta apenas que

se le van a inyectar los recursos porque la verdad es un monto elevadísimo, ahorita le van a meter como unos 15 millones más o menos, y esa cantidad está fuera de nuestras posibilidades. El mantenimiento muy necesario se lo hemos ido dando nosotros, porque la autoridad nunca nos ha dado atención o respuesta a nuestras peticiones, pero ahí vamos, no dejamos caer nuestro centro de trabajo” (Díaz, 2023).

El representante de locatarios de la zona seca hizo énfasis en que este espacio sigue con la infraestructura desde hace 59 años. Sin embargo, solo han hecho cambios en la techumbre, puesto que pasaron de ser de asbesto a láminas galvanizadas. También, en ciertas zonas del mercado han podido cambiar algunas partes del drenaje. *“Prácticamente, al mercado no se le ha cambiado nada, no se la ha invertido gran cosa” (Valero, 2023).*

Aunque durante el gobierno de Moreno Valle, se le invirtió alrededor de 8 millones de pesos. Desafortunadamente, no fue para todo el mercado, solamente se cambió la mitad de la techumbre. *“De ahí en fuera está colapsado el sistema de agua fluvial, el hidráulico, algunos lugares de lo que es el sistema de drenaje. Necesitamos que el gobierno le invierta al mercado” (Valero, 2023).* Además, considera que el mercado necesita ser pintado, pues llevan más de 8 años que no se le ha hecho cambio alguno al respecto. De igual manera, dice que son muy necesarias las lámparas porque hay zonas en que la iluminación no es suficiente.

Si acaso, dentro de los cambios realizados, es que hace 8 años se techó lo que hoy se conoce como la zona tianguis. Ya que era un área que requería de modificaciones como un techo sin estructura, pues anteriormente era una zona que únicamente contaba con lonas para cubrirse del sol.

Don Carlos señaló que:

“el día que se quemó parte del mercado, se hizo el cambio de láminas de asbesto a láminas galvanizadas. Eso porque nos habían mencionado que la lámina de asbesto producía daños en las vías respiratorias, así que sirvió para que hicieran el cambio. Referente a mantenimiento, pues más o menos, no nos dejan solos. Y cada que hay cambios en el gobierno, entran a pedir nada más el voto, pero se olvidan del mercado. Luego quisiera que nos ayudaran un poco con la cuestión de los servicios, es muy a cuentagotas, pero ahí va” (González, 2023).

Teresa confirmó lo dicho por todos los anteriores actores sociales implicados, que no ha habido ningún cambio. A ellas en específico les ha afectado la situación de las malas condiciones del drenaje, ya que cuando llueve se inundan porque “brota” el agua del drenaje. Además de que en el lado en que se ubican, no tienen bien puestas las micas o plásticos que deben de poner en los techos, pues estas funcionan como una suerte de tragaluces. Añadió su hermana Laura que, en un fin de semana, les tocó una lluvia muy fuerte, porque aproximadamente a las 14:00 se nubló y les tocó estando en su local. Lo que implicó que tuvieran que dejar de vender, pues la gotera cae sobre la plancha.

En tanto a las mejoras para el mercado, mencionó que lo relacionado a la infraestructura necesitan cambio de techumbre, drenaje y que cuenten con mayor disponibilidad de agua potable. Que si bien el licenciado les considera como “áreas de oportunidad” (García, 2023), pues han estado trabajando con la cuadrilla de mantenimiento para que el deterioro desacelere un poco, además de que La Acocota será intervenido prontamente.

No obstante, hay otro tipos de problemáticas:

“Los locatarios obviamente buscan siempre tener la certeza jurídica de los locales comerciales, nosotros hemos trabajado en el tema de regularizar ese espacio comercial, para que la gente que esté trabajando sea la que tiene la asignación. Hemos trabajado junto con normatividad, con ingresos y es uno de los mercados en los que más hemos avanzado en cuanto a la regularización de espacios” (García, 2023).

Si bien ya mencioné brevemente el asunto de la infraestructura en el capítulo anterior, en este se podrá profundizar un poco más con los testimonios de los actores sociales que trabajan en La Acocota. Por lo que tomé como referencia una noticia que vi en redes sociales el año pasado, la cual hablaba precisamente de que La Acocota sería uno de los mercados en los que el gobierno invertiría para hacer algunas mejoras.



Imagen 3 Captura de pantalla de noticia sobre intervención en los mercados de Puebla. Visto en una página de Facebook y consultada en: <https://www.periodicocentral.mx/municipios/estos-son-los-mercados-de-puebla-que-el-ayuntamiento-intervendra-este->

En el momento en que conversé con el director general de mercados aseguró que no sabía la naturaleza de la inversión, o qué tanto se vaya a intervenir, pero sí sería en “comunión con los locatarios”. Es decir, se le daría prioridad a lo que los locatarios consideraran que se debe atender primero, esto a través del diálogo con los líderes del mercado.

Además, señaló que: *“Siempre estamos en el mercado, está el administrador. Sabemos nosotros cuáles son las prioridades que se requieren, pero de esas prioridades tenemos que hacerlas junto con los locatarios porque son ellos quienes viven ahí todos los días”* (García, 2023). Siendo que propondría la mejora de la techumbre, sin embargo, estaba consciente que podrían solicitarle que se le diera prioridad al mantenimiento del drenaje u otra petición en particular.

Por su parte, el representante de la zona seca me comentó que les habían entregado un plan de trabajo para que ese dinero se invierta en las mejoras para los locatarios. A decir verdad, reconoció que el cambio más reciente en el que el gobierno les brindó fue el cambio de micas en la zona seca del mercado, pues cuando eran tiempos de lluvia llegaban a tener grandes goteras y, por lo tanto, conducía al daño de su mercancía.

Igualmente, mencionó que hace falta el cambio de registros de las coladeras, que también son las originales desde hace casi 60 años de existencia del mercado. Algunas de las mejoras que ha tenido La Acocota, han sido porque entre los mismos locatarios convocan a la cooperación para llevar a cabo dichos arreglos.

El representante de la zona húmeda mencionó que era seguro que se hiciera esa inversión en La Acocota. Incluso, aseguró que a mediados de ese abril se comenzarían con los trabajos. Sin embargo, como ya he establecido anteriormente, esa remodelación nunca se llevó a cabo porque estuve a la expectativa de observar algún movimiento, escuchar maquinarias o la presencia de trabajadores de la construcción dentro de este espacio.

Según don Carlos, comentó que no tenía idea y que no siempre les avisan.

“Hace como unos 7 años, supuestamente el mercado lo tomaría el gobierno para hacer la compraventa... lo querían desaparecer... pero los dirigentes se hacen los <<los superhéroes>> y al final de cuentas, nos dejan más tiempo el mercado. Hasta ahorita no ha habido nada de eso de nuevo... eran rumores, porque así que nos avisen directamente no” (González, 2023).

Para el mes de agosto del 2023, que comencé a implicarme con Tere y su familia, dentro de las conversaciones que teníamos surgió este tema. Confirmaron que no hubo tal remodelación, que ellas requieren tanto el cambio de micas como la mejora de las tuberías y de ser posible, que contaran con una llave de agua, por tanto, recurren a los vecinos que venden vísceras para obtener agua potable. O bien, mejor invierten en garrafones de agua para asear su espacio.

Al ser un agente social secundario, era de interés saber cómo es que le gustaría que fuese La Acocota, el director general de mercados refirió que:

“Me gustaría que fuera un mercado más visitado por la gente. Que tuviera mayor afluencia, un área de estacionamiento establecida para los propios clientes, porque eso es algo que no tenemos por la abundancia de gente que comercializa alrededor. Que haya mejores servicios para los clientes, que los comerciantes también respeten los pasillos y las zonas comunes para que no los invadan, y la gente pueda circular sin problema” (García, 2023).

En tanto a las mejoras, el representante de la zona seca considera que lo ideal sería que las canaletas sean por fuera de la estructura del mercado, ya que podría ser de

mejor utilidad de esa manera para evitar que el agua traspase al interior del mercado. Esto debido a que algunas están colapsadas y provoca que haya cascadas, además el drenaje de igual manera ha estado fallando y brota el agua del piso y cae del techo. Lo que hace que en temporadas de lluvia sea un problema más para los comerciantes y les genere gastos extras.

Así como don Carlos ha señalado, este representante del área seca mencionó que, en las campañas políticas, los candidatos solicitan los votos a su favor y les hacen promesas para hacerle mejoras a La Acocota, pero nunca les han cumplido. A pesar de que el Lic. Conrado se ha esmerado en brindarles el apoyo que los locatarios les han solicitado.

En relación con este punto, el representante de locatarios de la zona húmeda comentó que esperaba que los mercados municipales fuesen mercados en régimen de condómino. Es decir, que los locatarios sean propietarios y cuenten con escrituras, ya que el dueño de estos es el ayuntamiento y con lo único que cuentan es la concesión para poder ofrecer sus productos.

“... No tengo para dejarle una herencia a mis hijos... durante años lo hemos solicitado, pero nos manejan que es muy difícil. Y una vez que estuviera en régimen de condómino, con esa seguridad, haríamos inversiones en nuestros locales para ponernos al nivel de los centros comerciales. No lo podemos hacer porque es arriesgar un capital que no sabemos si el día de mañana el mercado desaparece” (Díaz, 2023).

Agregó que, por la problemática anteriormente expuesta, han tenido ofertas de empresas extranjeras al ayuntamiento para la compra del predio, sin embargo.

“... Nosotros nos hemos mantenido en que defendemos nuestro gremio, pero ha habido la tentativa de poner en venta el mercado. Y si es eso, la verdad es que ¿dónde se van a ir todas las familias? ¿Empezar de nuevo? Si aquí ya hicimos toda nuestra vida, de aquí estamos sacando la escuela de nuestros hijos, vivienda, etc. En el momento en que nos saquen, sería un caos. Desgraciadamente, no tenemos la certeza de tener una propiedad” (Díaz, 2023).

Para don Carlos, las principales necesidades del mercado son el agua y el mantenimiento de drenajes,

“... El desazolvamiento, para que esté, si no al 100, por lo menos a un 70 u 80 % el mercado. Con eso sería más que suficiente, porque cuando vengan las lluvias, algunas partes parecen cascadas, goteras... o sea, problemas cotidianos de un mercado” (González, 2023).

Teresa y su familia, concordaron con todos, y reiteró que las pocas mejoras que han tenido no han sido para todo el mercado. Como fue el caso en el que se incendió una de las zonas del mercado y solamente ahí les llevaron a cabo el cambio de las láminas. Mismo, incidente que fue mencionado por el señor Julián y don Carlos en su momento.

Para ir cerrando este apartado, otro punto que se trató fue las áreas de oportunidad para mejorar el mercado, el director general de mercados expresó que este espacio “... es un mercado que debería estar zonificado, si bien hay zonas establecidas, no todas son respetadas” (García, 2023). Ya que considera que, un espacio más organizado da una mejor imagen para los clientes. Siendo que La Acocota es uno de los mercados más ordenados y limpios que hay en la ciudad.

Por su parte, el representante de locatarios de la zona seca considera que modernizara la infraestructura, se procure la vigilancia para sentirse seguros, tanto comerciantes como los clientes, sería una opción la colocación de cámaras. Pues hay ciertas tensiones dentro del mercado, las cuales atraviesan de cierta manera la organización social, al menos entre los comerciantes.

Por otro lado, el entonces representante de locatarios de la zona húmeda manifestó que ayudaría mucho, además de la difusión,

“lo que nos afecta mucho es que este mercado se construyó sin área de estacionamiento, y entonces estamos muy limitados en los cajones de para la clientela. Perdemos un promedio del 20 % de clientela los sábados y domingos, que es la que ya no logra encontrar un espacio para estacionarse... Necesitamos difusión, publicidad... Que la propia clientela venga y nos conozca, tenemos un programa de ofertas donde se le hace descuento. Por ejemplo, los martes, determinado producto está más barato, los demás productos mantienen su precio, pero uno está en oferta, nos ha dado resultado, pero sí necesitamos apoyo de la autoridad” (Díaz, 2023).

Otras necesidades y tensiones que tienen dentro de este mercado, externadas por don Julián fueron:

“En la mayoría de los mercados ha proliferado la delincuencia, se han apoderado de algunas áreas. Actualmente, la delincuencia incluso llega a cobrar derecho de piso, los extorsionan, los golpean, y el locatario tiene que estar atenido. Por desgracia, la autoridad no ha implementado un programa donde se ataque la delincuencia en los centros del trabajo, en los mercados. Porque trabajan a sus anchas, por eso es urgente la vigilancia policiaca.

Carecemos de agua porque ya nada más nos cae dos veces a la semana... imagínese aquí tener 800 locatarios, son un promedio de 1300 locales, pero como algunos tienen de a dos o tres, ya se redujo el número. Pero imagínese, póngales una cisterna de agua, para 800 personas y las necesidades de lavado de su mercancía y su propio espacio es insuficiente.

El costo de la energía eléctrica, se nos cobra una tarifa elevadísima... son tres tarifas, la de casa habitación y dos comerciales, pero de esas dos nosotros pagamos la más cara. Aquí se pagan unos \$1400.00 o 1600.00 bimestralmente, es carísimo. Siempre hemos estado en pláticas con las autoridades para que nos consideren, pero siempre nos ponen trabas o nos dicen que no está dentro de sus posibilidades año tras año” (Díaz, 2023).

Esto último es preocupante, pero ayuda a comprender mejor el contexto interno, puesto que hay algunos locales estén un poco descuidados y otros tantos cerrados. Así como, afuera de administración coloquen memorandos en los que les soliciten justificaciones de las ausencias de los comerciantes después de cierto tiempo. Como bien lo dijo el señor Julián, dichos negocios son las fuentes principales para el sustento de sus familias, por lo que considero que es un tanto arriesgado que paguen cantidades algo exorbitantes teniendo en cuenta las bajas ventas que muchos de ellos están enfrentando.

Sobre cómo le gustaría que fuera el mercado, el representante del área húmeda reiteró su petición de poder ser dueño del local del mercado. Mientras que el cómo podría mejorar el mercado, comentó que: *“yo creo que en dar mejor aspecto al mercado... es que son muchas cosas... Sería en pintura, darle más espacio a la gente que llega, en cuestión de estacionamiento” (González, 2023).* Como se ha establecido anteriormente, son bastantes las carencias infraestructurales con las que deben lidiar y continuar sus labores.

Por otra parte, me interesaba saber las visiones de todos los involucrados con respecto a cómo les gustaría que fuera el mercado. La mayoría reiteraron que

requieren de mucho apoyo en cuanto a lo material, pero hubo algo que mencionó don Carlos y que me pareció una respuesta sorprendente:

“... se trata de un mercado público, donde encuentras variedad y de todo. Lo tradicional es que los vendedores andan de aquí para allá, te puedes encontrar desde el globero, al que vende los estropajos, las cazuelitas... Así que cambios necesariamente, pues no. Es lo tradicional del mercado ver de todo, el constante movimiento. Que quisiera quitar algo, no. En cuestión de que andan caminando los vendedores, pues no. Para mí eso es lo bonito del mercado” (González, 2023).

Don Carlos insistió en que la magia del mercado radica en que es un espacio que no se mantiene estático, que es un lugar dinámico donde se puede ver, oler, escuchar y tocar de todo. Esto me remitió a lo que Lefebvre (2013) estipula, que las prácticas se inscriben en el espacio y la naturaleza de este, lo que da la representación del espacio, pues es la interpretación del señor Carlos.

Mientras que Tere y su familia, comentan que lo que a ellas les agradaría es que hubiera más gente en el mercado. Es decir, tanto que acudan más clientes a consumirles, pues antes de la pandemia ellas tenían mucho trabajo y terminaban temprano de vender gracias a la afluencia tan grande de personas que iban a comprarles.

Es entonces que La Acocota además de ser un conjunto de relaciones sociales y comerciales, también es un espacio donde existe la jerarquía (Lefebvre, 2013). A pesar de que son cuestiones más administrativas y un tanto burocráticas, ya que el licenciado insinuó que lo ideal hubiera sido que me acercara primeramente a él y después a los demás actores sociales.

Así mismo, de algún modo se debe de pensar en este espacio social como un “contexto de uso” como lo llama De Certeau, ya que el actuar de los actores sociales van en relación con las circunstancias. Puesto que, al ser un espacio de producción y consumo, la primera característica *“proporciona el capital y que los usuarios, como inquilinos, adquieren el derecho de efectuar operaciones sobre este fondo sin ser los propietarios”* (De Certeau, 2000). Aunque, evidentemente en este caso no sea así por lo expresado en las líneas anteriores.

Igualmente, los comerciantes es que desarrollan algunas estrategias, como el privilegiar las relaciones de lugares —el altar, las cocinas, las áreas donde compran los insumos— y pueden crear un conjuntos de lugares físicos en los que reparten fuerzas, además de elaborar sistemas y discursos totalizadores (De Certeau, 2000). Bien se puede leer cierta diferencia entre lo que hacen y dicen la parte administrativa, como de los propios locatarios y comerciantes.

En resumen, de acuerdo con lo que me han expresado los líderes y el señor Carlos, en cuanto a la priorización del arreglo del drenaje, sería lo primero. Sin embargo, por la misma situación de que no son propietarios como tal de los locales, deben solicitar los permisos para arreglar únicamente lo correspondiente a sus espacios. De lo contrario, son sancionados tanto por no pedir permiso, como por arreglar lo que está fuera de sus locales. A pesar de que sea para bien de todos los locatarios, y aunque han hecho sus planes de trabajo para que el ayuntamiento tome en cuenta, por alguna razón desconocida ellos no lo han hecho.

3.2 Tiempo y alimentos

3.2.1 Tiempo²² y temporalidad

Se abordan las temporalidades y rutinas de los actores sociales —específicamente cocineros—, ya que en todo el año hay algunos platillos que se agregan al menú habitual del mercado. Además, de que hay algunas fechas de importancia que producen otro tipo de comensalidades —comunitaria y pública, por llamarles de alguna manera—, apropiaciones espaciales y uso de otras materialidades.

Así mismo, como también lo menciona Carbonell, “... *la vivencia del tiempo forma parte, de un modo muy íntimo de la cultura humana... es una experiencia personal,*

²² Primeramente, es necesario definir lo que es el tiempo, acorde a Carbonell (2004), también es una construcción social. Sin embargo, también vale la pena hacer la diferencia con lo que es temporalidad, que se utiliza “para designar la manera en que los seres humanos experimentan esta cualidad procesual en distintos contextos socioculturales” (Carbonell, Introducción. Tiempo y cultura., 2004, pág. 9).

subjetiva” (Carbonell, 2004, pág. 9). Para los comerciantes, ciertas temporadas pueden ser la recuperación económica del año, o como ya se ha mencionado anteriormente, implica un poco más de trabajo al añadir algunos guisados que marcan la pauta para indicar que comienza cierta temporada del año y festividades.

En lo que respecta a las temporalidades, se reconsidera lo establecido por Marcel Mauss (1905), quien menciona que: “*La vida social no tiene el mismo nivel durante todo el año, sino que atraviesa por fases sucesivas y regulares, de intensidad creciente y decreciente, de reposo y de actividad, de gasto y reparación*” (Mauss, 1979, pág. 428).

Cuando se trata de las festividades como son Semana Santa, fiestas patrias, la romería decembrina o fines de semana en el mercado La Acocota, son temporalidades en que los cocineros se ven un tanto presionados por la afluencia de gente que acude a degustar ciertos platillos. Mismos que van produciendo cierto gusto en los comensales y que los cocineros se ven imperiosos a elaborar.

Mismo que también, remite a lo mencionado por el autor anteriormente mencionado, “*las estaciones no son la causa inmediatamente determinante de los fenómenos que condicionan, sino que actúan sobre la densidad social que regulan*” (Mauss, 1979, pág. 429). Que si bien, en la producción de algunos platillos sí hay cierta influencia de las estaciones con algunos insumos de temporada como el chile en nogada o el mole de caderas, por mencionar algunos.

No obstante, como bien lo establece Mauss, no siempre la estación es de peso suficiente para que haya mucho movimiento en las cocinas del mercado. Pues de igual manera, hay una relación con que sea un día de paga —quincena—, si es fin de semana —ya que los domingos son de mucha afluencia de comensales—, si son vacaciones —que no siempre signifiquen que haya mucha venta—. Mientras que en la temporalidad “ordinaria”, al menos de lunes a jueves, generalmente son días muy tranquilos en las ventas.

Por lo que, considero importante tomar en cuenta lo que establece Carbonell (2004) gracias a Evans-Pritchard en el texto anteriormente citado, el tiempo ecológico que va relacionado “*con periodos breves como el ciclo anual estacional*”. Así como, el tiempo estructural, que “*es el reflejo de las relaciones mutuas en la estructura social: constituida por períodos largos que se corresponden con los cambios en la relación de los grupos sociales*” (Carbonell, 2004, pág. 44). Como se ve en el apartado que viene a continuación en el que es específica la relación entre el tiempo y el desarrollo de las relaciones sociales en el mercado La Acocota.

Antes de continuar con las temporalidades, dejo una tabla con las estaciones, temporalidades y fechas en que hay otras opciones de los platillos que se pueden degustar dentro y en los alrededores de La Acocota:

Estación	Temporalidad	Fechas aproximadas
<i>Invierno</i>	Festividad de la Virgen de Guadalupe / romería decembrina / aniversario de La Acocota	12 de diciembre / a partir del 15 de diciembre hasta el 1 de enero / 3 de marzo respectivamente
<i>Primavera</i>	Platillos de cuaresma (Semana Santa)	Depende del calendario
<i>Verano</i>	Chiles en nogada (fiestas patrias)	Finales de julio hasta mediados de septiembre
<i>Otoño</i>	Mole de caderas / dulces tradicionales y hojaldras para el día de muertos	Octubre y noviembre

Figura 5 Elaboración propia

3.2.2 Temporalidad y gusto

Otra parte de la organización social está relacionada con las temporalidades internas del mercado. La primera fecha del año que tiene relevancia dentro de este espacio es el 3 de marzo, ya que es la fecha del aniversario del Carmen Serdán. Relacionado con ello, el representante de la zona seca indicó que:

“Año con año se ha celebrado, la cuestión es que hoy –3 de marzo de 2023— no se pudo celebrar, ni el año pasado por la situación económica y principalmente por la pandemia. Han pasado ya 3 o 4 generaciones, nuestros abuelos, nuestros padres, ahora nosotros los hijos y siguen también los

nietos. Se ha tratado de mantener como en sus inicios, la tradición” (Valero, 2023).

Aunque este año logró hacerse de un festejo el mercado, en el cual había un itinerario marcado. Dicho evento no fue organizado por los administrativos, ni estuvo involucrado el señor Ricardo como representante de locatarios, sino que fue gracias a personas que están involucradas a los reajustes de la nueva organización social de La Acocota. Comenzó a las 12 horas del día invitando a comer a quien gustara de acercarse e ir, ofrecieron tacos de carnitas, envueltos y chancclas.



Foto 8 Invitación a la celebración religiosa por el aniversario. Foto: Dulce Hernández

A las 14:00 aproximadamente, se celebró misa en el altar mayor, en la cual estuvieron presentes tanto clientes como los mismos trabajadores del mercado. A las 15:00, comenzó la función de luchas, la cual duró hasta casi las 18:00, para luego dar paso al baile con música en vivo. Este evento se planeó para que, aproximadamente, a las 22:00 terminara y se retiraran las lonas y abrir nuevamente la circulación sobre la calle 6 Oriente.



Foto 9 Función de lucha de mujeres en el aniversario de La Acocota. Foto: Dulce Hernández.

Además, alrededor de la celebración se colocaron algunos puestos que vendían chicharrones preparados, crepas, sopas instantáneas. Mientras ocurrían las luchas, seguían colocándose puestos de chalupas, para degustar por la noche después de haber bailado un buen rato. Tampoco faltaron los puestos con juegos de destreza como tiros y canicas, en las cuales uno se gana premios, emulando un poco a las ferias.

Otra de las temporalidades importantes en el mercado es Semana Santa, pues en las cocinas se agregan platillos. Como en el caso de Antojitos y Cemitas Robert & Lulú, los empieza a preparar desde el miércoles de la semana mayor porque los puede hacer con más calma. Dichas preparaciones son de toda una organización familiar, pues los prepara junto con su hija, sobrina, hermanos y la empleada que tiene consigo en el local.

El año pasado, indicó que fue en los “días mayores” —jueves y viernes santos— en que afortunadamente se le acabó pronto, debido a que no preparó muchas porciones y que tuvo una afluencia medianamente buena por la temporada. Para los viernes santos ofrece: habas, tortas de camarón en caldillo, huauzontles con

mole o pipián, y chiles rellenos; dichos guisos los empieza a preparar desde el miércoles de la semana mayor porque los puede hacer con más calma.

Sobre la demanda de los platillos, comentan que lo primero que se terminó en esta temporada terminarse fueron las tortas de camarón, luego el huauzontle y, por último, el chile relleno. Con respecto a las combinaciones, externó que:

“la torta de camarón, algunos los prefieren con pipián rojo. El tradicional es con chile pasilla. Y el huauzontle es acompañado con lo que le decimos el caldillo, ese viene sazonado con huauchinango rojo. E igual hay quienes lo quieren acompañar con alguno de los pipianes o con mole rojo. La torta de camarón se acompaña con mole poblano, que lleva también sus nopales” (González, 2023).

La otra temporada fuerte en las cocinas es desde finales de julio hasta mediados de septiembre, justo cuando comienzan a elaborarse los chiles en nogada. Este es un platillo muy representativo de la gastronomía poblana, el cual marca la pauta del verano y las festividades patrias –15 y 16 de septiembre—. Es de los guisados más solicitados y elaborados de los menús de La Acocota.

Don Carlos desconoce si los chiles provienen de Calpan, pero aseguró que los compra con sus proveedores —de los cuales se retomará más adelante— que también pertenecen al mercado. En la preparación de este guiso, se involucran la esposa e hija del señor, ellas son quienes se los llevan al local, podría decirse a modo de *“mise-en-place”*²³, pues solo debe de calentarse para servirlo. El precio al que lo da es todavía más accesible que en cualquier restaurante de la zona, pues el costo aproximado es de \$250.00.

En lo que respecta al emplatado, considero que es muy tradicional porque ponen la nogada encima, junto con la granada y el perejil, en un plato de barro. Se notaba que alguien más cuidó de la presentación de ese platillo que si bien es sencilla, es muy atractiva para los comensales. No es que para lo demás sean “descuidados”, pero el emplatado es mucho más simple.

²³ Es un término en francés que podría traducirse como “todo en su lugar”, en términos de gastronomía se usa para definir como una preparación previa a cocinar.



Foto 10 Chile en nogada que ofrecen en Antojitos y cemitas Robert & Lulú. Foto: Dulce Hernández.

Para la temporada cercana a muertos, entre octubre y noviembre, otro platillo de tradición es el mole de caderas. Específicamente para este guisado, prepara en mucho menor cantidad porque los insumos son un tanto caros. Si bien es un platillo con cierto prestigio, aunque los comensales preguntan por este, es raro que lo lleguen a consumir. A comparación de los precios en los restaurantes del centro histórico, podría decirse que don Carlos prácticamente los oferta a mitad de precio —entre \$300 y \$350, aunque dependiendo del precio del insumo puede variar—.

Dentro de esta misma temporalidad, los accesos al mercado, especialmente las que se ubican por la calle 4 Oriente, se llenan de puestos con calaveras de azúcar y chocolate. Además de dulces de alfeñiques que representan frutas, guisados y ataúdes, así como de las hojaldras para complementar los altares de los difuntos.

Con lo anteriormente mencionado y como se estipuló en el planteamiento del modelo teórico, lo cocido de manera simbólica representa la transformación cultural. Sin embargo, también se entreteteje con lo “elaborado y no elaborado” y como bien lo establece Lévi-Strauss (2012), en las cocinas nada es cocido simplemente, así

como no hay condiciones puras de la crudeza o lo podrido (Lévi-Strauss, 2012). Y, de igual manera, como lo menciona David Le Breton (2009), *“el gusto de los alimentos depende de una serie de detalles en la composición del plato o en su cocción”* (Le Breton, 2009, pág. 28).

Es por lo que, en esta primera parte de este subapartado se hace referencia a esos guisos más elaborados y que principalmente se degustan en ciertas temporalidades que enmarcan fechas de cierta significación. No con esto, se quiere decir que las siguientes temporalidades desmerezcan de importancia, sino que dan pauta a un sentido de pertenencia y tradición, valores de índole religioso y otros que enmarcan el patriotismo e identidad de los mexicanos que, a su vez, enaltecen la gastronomía poblana.

Ahora bien, una fecha de suma importancia en La Acocota, es el 12 de diciembre día de la Virgen de Guadalupe, ese día *“se le hace misa y se da un pequeño refrigerio para quienes vayan pasando, quienes hayan asistido”*. En tanto a la cooperación, se les solicita solamente a los locatarios, aunque: *“... no nos piden a todos ese día. Hay una persona, una familia que hace eso cada año”*. Es decir, existe una mayordomía que está a cargo de la familia Palafox, y no tenía la certeza de que en el 2022 hubieran preparado algo, porque quien encabezaba la comitiva era el jefe de familia quien ya no está (González, 2022).



Foto 11 Invitación a la misa del 12 de diciembre del 2022. Foto: Dulce Hernández.

Ese día, aproximadamente a las 14:20 p.m. tocaron los mariachis frente a la imagen, enseguida llegó el padre que ofició la misa. Hubo varias personas, la mayoría eran adultos mayores, locatarios y clientes de los diversos negocios que se albergan en el mercado. La ceremonia no duró más de media hora, se hicieron los ritos principales como “la paz”, orar el “padre nuestro”, dar la limosna, la lectura de ciertos pasajes bíblicos y la bendición de los niños pequeños que están en el mercado de la Acocota.

Acorde a lo observado, casi no acudieron personas jóvenes a la misa, el padre dio su homilía, roció agua bendita y en cuanto terminó se retiró. Incluso bromeó sobre que no darían comida después. Sin embargo, los locatarios que estaban muy cerca del altar estaban muy animosos. En cada canción de alabanza, los participantes de la ceremonia religiosa alzaban los brazos y cantaban con entusiasmo. Se cantaron las respectivas mañanitas a la virgen y no faltaron las porras hacia ella y el mercado de la Acocota.



Foto 12 Celebración religiosa de la Virgen de Guadalupe del 12 de diciembre del 2022. Foto: Dulce Hernández.

Según lo mencionado por los comerciantes es que hay una breve convivencia, como bien ya había dicho don Carlos, hay un momento en el que reparten comida. A pesar de que espere cerca de 30 minutos para ser partícipe de esa comensalidad, no me tocó ver alguna cazuela o plato servido. Pero, según los testimonios de los comerciantes, mencionan que por lo general ofrecen mole con arroz y vasos con agua fresca.

En este sentido, se trata de platillos también elaborados, en su mayoría con la combinación de las técnicas de lo cocido —en su mayoría— con lo frito —en cuanto a los ingredientes del mole poblano—. Y como, se ha mencionado con anterioridad, lo hervido se relaciona con algo categorizado como “endococina”. Esto relacionado con guisados de “uso doméstico, destinado a un grupo cerrado y pequeño” (Lévi-Strauss, 2012).

Podría decirse que, quienes participaron de la celebración religiosa, fungían como una suerte de “familia” para la Virgen de Guadalupe. Además, “... *la prescripción de*

lo hervido acompaña a un estrechamiento de lazos” (Lévi-Strauss, 2012). Es decir, la familia que se encarga de esta “mayordomía” de la Virgen, estrecha esas relaciones simbólicas entre la fe y los devotos que, a su vez, forman parte de la vida social del mercado.

De igual manera, el gusto se produce gracias a la manera en que las personas “*se sitúan en la trama simbólica de su cultura*” (Le Breton, 2009, pág. 268). Ya que hay un cruce entre lo subjetivo y lo colectivo, no únicamente para el reconocimiento de los sabores o “evaluar” la calidad, como lo dice el autor anteriormente citado. Si no también para darle una emosignificación más allá de lo organoléptico.

Finalmente, la época de romería decembrina es muy importante para los comerciantes. Por ejemplo, el señor Ricardo comentaba que en la única temporada en que se les permite cerrar un poco más tarde. Sin embargo, comentaba que sería bueno que permanecieran más tiempo en servicio porque el horario es poco compatible con los usuarios que deben trabajar. La cuestión es que por órdenes deben cerrar antes de las 19:00 horas, ha ocasionado que mermen sus ventas.

La importancia de la temporada decembrina radica en que es cuando pueden recuperar un poco las ventas, ya que se trata de los días en que cierran más tarde el mercado. Amplían el horario de trabajo para que la gente pueda realizar sus compras para las cenas navideñas. Dentro de esta dinámica, también se insertan las cocinas y puestos de antojitos.

En el caso de Antojitos Rosita, no tienen platillos de temporada, sin embargo, los fines de semana añaden a su menú los tamales de dulce con crema, verdes, rajas y de mole. También, si tienen pedidos, llevan pequeños tamales de frijol, los cuales son los primeros en terminarse. Y, actualmente, ofertan aguas frescas de frutas de temporada —mango o maracuyá, por mencionar algunas— y los jugos de naranja.

Nuevamente, se presenta un platillo representativo a nivel nacional, que además reafirma lo establecido por Lévi-Strauss (2012), en el que predomina lo hervido, que requiere de un objeto culturizado —como lo es la vaporera— y que encamina a la

“transformación natural” por el uso del agua como mediador para la cocción de la masa.

No obstante, gracias a todo eso, los sabores y técnicas de cocción empleadas para dichas temporalidades hacen que “la percepción gustativa sobre el mismo alimento varía en calidad e intensidad a lo largo del trayecto alimentario”. Esto, porque las personas pueden reconocer o no los sabores de las temporalidades que se enmarcan en La Acocota. Es decir, “*el sabor se encuentra siempre afectado por un valor*” (Le Breton, 2009).

3.3 Los espacios culinarios y los cocineros: los agentes sociales productores del gusto en La Acocota

3.3.1 “Cemitas y antojitos Robert & Lulú”

El primer espacio culinario al que me acerqué se llama “Cemitas y antojitos Robert & Lulú”. Esta cocina se ubica en medio del área designada a las cocinas del mercado, ocupa tres locales de esta zona. Dicho lugar es atendido por la familia González, son cuatro hermanos y sus familias nucleares quienes laboran ahí. Con quien entablé el lazo de comunicación, principalmente es con el señor Carlos González, quien tiene unos 53 años, está casado y es padre de familia.

Dicha cocina tiene “cerca de 50 años”, en este espacio trabajan la comida corrida y a la carta, la primera consta de sopa aguada, o arroz y el platillo a elegir. De dichos platillos las opciones son: “el mole de res, caldo de pollo, mole poblano, los pipianes rojos y verdes, el adobo y la milanesa de pollo con ensalada de lechuga”. Además de dos o tres platillos que se hacen extra diariamente, este día prepararon “albóndigas en molito de chipotle y el pollo frito en salsa verde”. En cuanto a la carta tienen zancarrón de carnero, mole de panza, sopa de médula, mixiote y pozole de pollo o de cabeza (González, 2022).

Respecto al contexto histórico del negocio, apuntó: “quienes iniciaron todo esto fueron mis abuelitos, que empezaron esto donde antes estaba <<la barranca>>, sobre la 3 oriente”. Continuaron cuando se construyó el mercado, “Y ya de mis

abuelitos, pasaron mis papás. Y ahora, nosotros los hijos” (González, 2022), lo que en resumen son ya tres generaciones quienes se han dedicado a trabajar en La Acocota. De la siguiente generación familiar, don Carlos me dice que solo una de sus hijas y algunas de sus sobrinas les apoyan los fines de semana para atender a los comensales. Mientras que entre semana la atención es entre sus hermanos y una cocinera más que no pertenece a la familia, en total cuatro personas en este puesto.

Acerca de la rutina, me dijo que él llega al mercado entre las 6:15 y 6:30 de la mañana, que ha tenido el caso en que “se le peguen las sábanas” y entonces entra a las 6:45. Para don Carlos es muy importante profesar la religión católica, pues una vez que está en el local “me persigno y pido, doy gracias” para entrar de lleno a su trabajo. Comienza a preparar los guisados, le toma casi tres horas cocinar, pues mencionó que desde las 6:30 a las 9:30 a.m. más o menos termina de guisar para luego “esperar al cliente” (González, 2023).

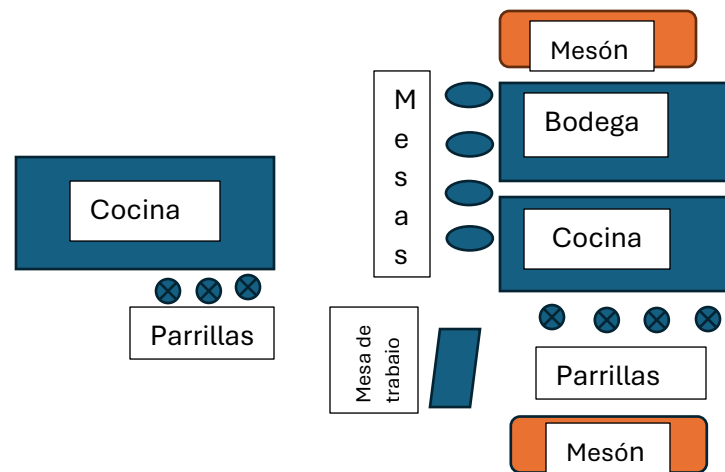


Figura 5 Croquis de distribución de “cemitas y antojitos Robert & Lulú”

Acerca de la organización espacial, las parrillas que están a la vista decidieron dejarlas ahí porque anteriormente era “una planchita”, y sobre esa misma acomodaron, es decir la alargaron, por lo que tuvieron que “tirar” la estructura original. Ya que necesitaban agilizar “el tiempo de preparar y acomodar” (González, 2023). Esto porque deben de tener espacio para aproximadamente 10 o 12 ollas, y si se llega a acabar tienen que preparar más.

El lugar se llama así porque son los nombres de los hermanos del señor Carlos, y quien decidió el nombre fue el jefe de familia, es decir, el papá de don Carlos. En cuanto a la organización interna, él junto con otra señorita son los encargados de cocinar, es así porque no le gusta estar sentado, *“porque si me siento como que no hago nada... me gusta más hacer las cosas, no me gusta estar sentado o parado. De todos modos, si veo pasar al cliente se le atiende”* (González, 2023). Lo que me da a pensar que a don Carlos le gusta estar trabajando, que prefiere estar activo porque quizás se desespera si no hace nada.

Sobre el método de aprendizaje para la preparación de los platillos, señaló que *“veíamos cómo hacía el proceso mi abuelita, veíamos a mi tía, luego a mi mamá y ellas fueron las que prácticamente nos enseñaron los condimentos y todo lo que llevaba”* (González, 2023). Lo que puede causar curiosidad es que, en los últimos años, hasta antes de la pandemia, son varones quienes se encargan de guisar en este espacio. No queda de lado el trabajo femenino, pues como ya se ha dicho, están la hija y sobrina de don Carlos, además de la trabajadora que, por lo general, está en la cocina del local atravesando el pasillo.

Para don Carlos, el ser cocinero en el mercado,

“Se siente bien, se siente bonito... porque haces de alguna manera lo que te gusta, conoces gente y hay momentos en que se puede platicar con ellos de cualquier cosa. Hay gente que me dice que le falta algo a la comida, ya sea picante o sabor, no me molesta porque lo tomo en cuenta y ver lo que se hizo” (González, 2023).

Me parece que don Carlos lo ve como área de oportunidad, para mejorar la sazón e intercambiar esos saberes. Y considero que eso es lo mejor de él, que también tiene ganas de mejorar y aprender. Pero, se sabe que no todo es color de rosa y lo negativo de trabajar en este espacio es que,

“luego surgen los problemas, por ejemplo, que la gente se pone muy grosera... no te quieren pagar, se levanta y se salen —se van sin pagar— como si nada. Y eso molesta porque te la pasas trabajando, guisando y pues no” (González, 2023).

Aunque este tipo de situaciones no son constantes, puede ser que por eso don Carlos sea un poco serio con los comensales que llegan a pesar de que le guste conocer gente.

Estos espacios culinarios son cocinas abiertas, por lo tanto, están a la vista de los mismos comensales. Para el señor Carlos, en ocasiones, porque luego nada más lo están observando y de cierta manera, se siente bajo presión,

“llega un momento en que sí te pone un poquito de malas. Hay personas que llegan y piden, aunque te ven esporádicamente, pero trabajas bien, o sea haces tus cosas y al tiempo que debe de ser, o un poquito más rápido a lo mejor. Lo que sí es que hay veces en que las miradas son muy pesadas, y eso sí es un poquito trabajoso” (González, 2023).

Además, cuando su papá aún vivía y trabajaba en el mercado, salían casi a las 10:00 p.m. Así que, considera que se perdió gran parte de la niñez de sus hijas por dedicarle mucho tiempo al trabajo. Y más que demandante, piensa que su trabajo es “muy socorrido” y que sí ha perdido un poco el convivir con su familia, que se considera “un vampiro” (González, 2023) pues solamente puede salir por las noches con ellos debido al horario que tiene, ya sea a cenar o algo en lo que les pueda dedicar. Don Carlos ve el negocio familiar como un segundo hogar, en muchas ocasiones llega muy tarde a su casa, y sus hijas bromeaban con llevarle una almohada y una cobija al mercado.

Más aún, mencionó que a él no le molesta que sus clientes le digan cómo mejorar la sazón de sus guisados. Para ilustrar, contó la ocasión en que una señora le sugirió añadir más hoja santa para su pipián verde y perfeccionara la sazón. Él disfruta de platicar con sus comensales, porque considera que también sirve de desahogo para ellos y viceversa. Recalcó que admite que no es muy sonriente, pero que trata de hacerlo para que siga teniendo una relación estrecha con sus clientes, pues ellos mismo le comentan que no sea enojón o serio porque puede dar esa sensación de miedo. Que incluso con su familia le llega a pasar, que les habla muy golpeado y le llegan a comentar.

Por otra parte, en relación con los proveedores que tiene, dichos comerciantes le llevan directamente a su local porque acuden a la central de abastos para llevarle a

don Carlos los insumos. Mencionó que no compra una gran cantidad, pues no le gusta tenerlo refrigerado mucho tiempo —porque entonces ya no es fresco—, así que todos los días encarga. Aunque puede estar gastando “un poquito de más”, considera que los insumos deben de salir el mismo día. A su percepción, si la carne está demasiado tiempo congelada, puede perder el sabor hasta que se condimente demasiado. Quienes le venden llegan por la mañana a entregarle, siendo los domingos que lleguen muy temprano —entre las 6:30 y las 7—, mientras que entre semana llegan a las 8:00 u 8:30 a.m.

Acercas de lo que compra dentro de La Acocota, me dijo que compra verdura, carne, huevo, leche, “todo lo que se ocupa prácticamente en la cocina”. Los proveedores fijos se acercan y preguntan qué es lo que va a necesitar, les hace la lista y se lo traen. Mientras que, rara vez llega a comprar afuera del mercado, es para comprar ollas, vajilla, cubiertos, los cuales compra en el centro porque por el mercado son muy caros. Algunas de las materialidades que compra son, desde los desechables hasta el peltre, aluminio y platos de loza.

Otro rasgo de “Antojitos y cemitas Robert & Lulú” es que los platillos que son más solicitados suelen ser los moles de panza y el de res, en segundo plano quedarían los pipianes y el mole poblano. Diariamente en este local preparan entre quince y veinte porciones, en caso de que se terminen, vuelve a preparar, pero un poco menos, es decir, alrededor de diez platos más.

Sobre el mole de panza, me dijo que él es quien lo prepara, y la verdad es que cambia la sazón cuando alguien más lo hace. Para ilustrar, en uno de mis primeros acercamientos don Carlos no estaba y, a decir verdad, el caldo me pareció algo desabrido y la pancita estaba un poco dura. Posteriormente, una vez establecido el vínculo, se lo comenté al señor, no precisamente con esas palabras, pero ríe nerviosamente y dijo que sí cambiaba “algo” el sabor.



Foto 12 Plato de mole de panza. Foto: Dulce Hernández.

Por eso para ellos es importante ir cocinando de poco a poco, para evitar que eso les suceda, pues anteriormente podían hacer cazuelas enormes de los guisados. Algo que me llamó la atención fue que, van preparando de a poco porque cuentan con las pastas para los moles y pipianes a la mano. Puesto que ellos mismos son quienes preparan esas pastas cada cinco días como mínimo.

En cuanto a las bebidas, ofrecen atoles, jugos y licuados, además de tener a la vista las vitroleras con aguas frescas. “*En plan champurrado, lo pedimos con un pariente. Ya lo que son licuados y jugos los preparamos acá*” (González, 2023). Parece que las relaciones comerciales a veces son muy cercanas, otras más de confianza, como en el caso de Teresa y don Carlos, la cual se expondrá más adelante.

En el caso de que algo se les quede, lo que hacen es repartírselo entre todos, que a lo mucho, les toca de aproximadamente dos platos. Considera que algo que les puede distinguir es que ellos no tiran la comida, como podría darse el caso de algunos restaurantes. Así mismo, de los platillos que más solicitan para llevar, don Carlos aseguró que por lo general son los guisados de la comida corrida. Como son

los pipianes rojos y verdes, el adobo y el mole de res. Ocasionalmente, llegan a pedir el mole de panza también para llevar, más no es el que encabece la lista.

En cuanto a los horarios en que llega a recibir más gente, en promedio para el almuerzo es entre las 10:00 y las 12:00, y para la hora de la comida puede ser desde las 14:00 y 16:30 horas del día. Además, como ya se ha establecido con anterioridad, también depende de la temporada, es decir, si son vacaciones y días feriados, ya que pensaba que podía haber relación con las vacaciones escolares de los niños, pero don Carlos dijo que no, que tal vez en años anteriores a lo mejor influía, pero actualmente no.

Sobre la higiene, sacan el bote de basura cada determinado tiempo, *“pero a veces ni el bote se llena, o solamente queda a medias”* (González, 2023). Igualmente, llegué a interpretar que era una cuestión de reglas que les imponga el ayuntamiento, pero más bien se trata de la organización interna del local. Ya que a lo mucho las autoridades administrativas les invitan a que el lugar esté limpio porque tampoco es que les tengan en constante supervisión.

En cuanto a la práctica de lavado de manos, me indicó que les permiten pasar a realizarlo a aquellos clientes que se lo soliciten, *“es prácticamente una obligación que tengas agua y jabón para tu cliente, ya sea agua o el desinfectante para manos”* (González, 2023). Pues también es importante que ellos se estén lavando constantemente las manos, tanto por la cuestión pospandemia como por la manipulación de los alimentos, utensilios y objetos.

Por ello, todo el personal cuenta con un trapo para limpiar, *“tenemos una cubeta con un poco de detergente y cloro, si terminamos de limpiar una mesa lo enjuagamos y lo sacamos. Y cada determinado tiempo se cambia esa cubeta”*, esto porque según don Carlos, *“se llega a apestar el cloro... luego nos decían que los trapos estaban apestosos... si llegábamos a utilizar algún desodorante —como pinol o fabuloso—, hay gente que a lo mejor es alérgica y se mareaba”* (González, 2023).

Ahora bien, retomando un poco lo mencionado por el señor Julián, que llegan a tener promociones en los productos e ingredientes que venden, me surgió la curiosidad de saber si dentro de las cocinas también llegan a aplicar alguna promoción. Me comentó que en ese caso que ellos no lo aplican porque no les es muy conveniente. “Quisieras dar otra cosa más, pero no se puede porque eso que vas a dar lo estás agregando o pagando de más en los insumos que estén dando más caro” (González, 2023). En cambio, los otros locatarios que venden las frutas y verduras sí lo pueden realizar por lo mismo que compran directamente a productores o en la central de abastos con los pilones o promociones.

3.3.2 “Antojitos Rosita”

Entonces, por buena fortuna, como ya se ha expresado y gracias a la señora Marina, el segundo acercamiento fue con Teresa Portada y su familia. Como bien dice el título de este subapartado, su local se llama Antojitos Rosita. Ellas llegaron a La Acocota hace 25 años, en ese entonces su mamá era vendedora de tortillas —de las que andan con canastas—, hasta que le ofrecieron un local dentro. A pesar de que no es el mismo en el que actualmente venden, pero siempre ha sido el mismo mercado, por ello su mamá tomó la decisión de vender gorditas.

Teresa, mi principal interlocutora, tiene 35 años y estudió hasta el séptimo semestre de la licenciatura en derecho. Se casó muy joven, pero desafortunadamente, hace no mucho, quedó viuda. Además, se ha capacitado para muchas cosas, sabe algunas cosas de estilismo, le gusta cocinar y práctica deportes —senderismo y alpinismo—. Gracias a eso último, ha podido salir adelante de las aflicciones y viajar incluso al extranjero. Por ello, las tardes se dedica a entrenar en el gimnasio, pues también hace recorridos de senderismo dentro del país.

Entonces, en la parte del negocio de comida, mencionó que: “*Aunque ni sabíamos hacerlas, pero aprendimos. En ese entonces yo tenía como 10 u 12 años, es por lo que ya llevamos varios años*” (Portada, 2023). Se han tenido que mover dentro del mercado, es decir, han arrendado locales y fue así como en el primer local duraron 10 años. Luego pasaron al local que se encontraba a un costado por otros 10 años,

y en el que se ubican, actualmente están por cumplir 4 años, siendo que actualmente deben de pagar \$3500 de renta.

Bajo este tenor, es la casualidad de que exista una relación comercial entre don Carlos con Teresa y su familia para la elaboración de memelas y quesadillas. Ambos mencionaron que inició hace aproximadamente 6 o 5 años, esto porque con el señor Carlos siempre han ofertado antojitos en el menú del negocio. Aunque anteriormente tenían una chica que se encargaba de la preparación de los antojitos, renunció. Posteriormente, intentaron contratar a otras dos personas, pero ninguna de ellas les funcionó, tuvieron que esperar un tiempo y entonces conformaron este acuerdo con “Antojitos Rosita”.

La dinámica de esta relación comercial consiste en que, Tere o la señora Rosita les cobran al final. Incluso los hermanos del señor Carlos pasan al puesto para llenar sus salseras, me hace pensar que a pesar de que Teresa los considere “muy serios”, existe tranquilidad entre ellos.

En cuanto a la organización interna, la señora Rosita —mamá de Teresa—, se dedica únicamente a hacer tortillas. También está involucrada Araceli —cuñada de Teresa— es quien está en la otra plancha haciendo las quesadillas, memelas, picadas y tlacoyos. Laura, también se encarga de atender, servir y llevar pedidos. Por último, Teresa es quien prepara los pedidos, es decir, pregunta qué ingredientes complementarios se les ponen a los antojitos —cebolla, queso rallado, salsa—. Las sobrinas de Teresa, aunque son unas niñas, también están atendiendo, ya que cobran, reparten pedidos, sirven bebidas, ponen las servilletas, cortan el papel para envolver los pedidos y las tortillas. Y cuando se llega a juntar mucha gente, anotan los pedidos para no olvidar qué es para consumo en el lugar y qué es para llevar.

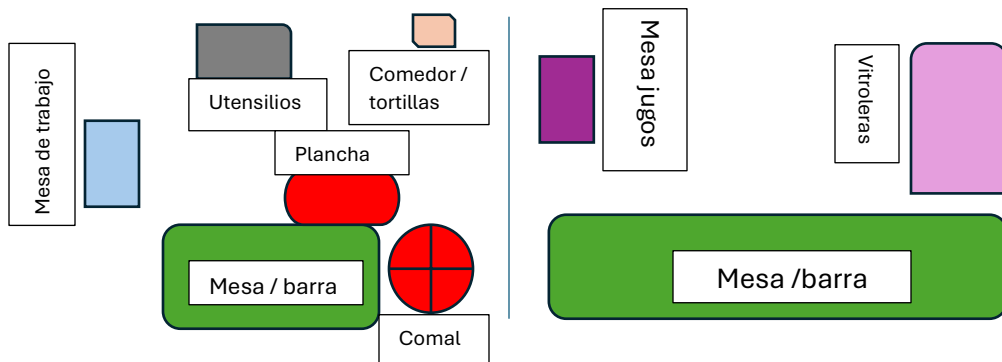


Figura 6 Croquis de distribución en Antojitos Rosita

La rutina de Tere y familia, todos los días se levantan a las 5:00 a.m., esto porque empiezan a preparar las bebidas que son principalmente atoles de maíz —los sabores son champurrado, maíz y arroz con leche— y café de olla. Por otro lado, su papá se encarga de ir al molino muy temprano con los botes de masa, mientras que Teresa le ayuda a su mamá a preparar las salsas, los guisados como el arroz, los huevos cocidos y las aguas frescas.

Por otra parte, ellas son originarias del estado de Puebla, ya que vienen de un lugar llamado La Resurrección²⁴, no tienen proveedores, sino que cultivan los ingredientes básicos, porque cuentan con milpa y un pequeño huerto en casa. Al respecto, Tere mencionó que se las han visto un poco negras, pues con la falta de lluvias no les ha dado maíz suficiente para poder vender un poco más. Mencionó a grandes rasgos el proceso, durante abril empiezan a sembrar, en junio esperan las lluvias y limpian las hierbas que hay, esto para que en agosto y septiembre comiencen a cosechar el maíz.

En relación con los pedidos para llevar, básicamente son de los comerciantes del mercado, casas aledañas o el gimnasio que está en la esquina. Además, ellas proporcionan algún número para que les hagan pedidos, especialmente aquellos clientes que vienen de puntos lejanos. En cuanto a la venta de tortillas, únicamente le vende a don Carlos y a otro puesto ubicado en las afueras del mercado que vende guisados.

²⁴ Es un lugar que tiene la distinción en que la mayoría de sus pobladores se dedican a la venta de gorditas y memelas, incluso anualmente organizan la Feria de la memela.

Igualmente, señaló que lo primero que se les termina son los atoles, esto porque a partir de las 11:00 a.m. empieza a escasear. En tanto, la compra del queso la realizan en el mercado específicamente en la “Cremería Esther”, considerando que quizás es de la elección, tenía relación con el aspecto económico. Aunque Teresa me dijo que “ya nada es barato” y menos en La Acocota.

Además, es de notar que la relación entre los clientes y ellas como cocineras es estrecha, considero que es porque el trato de Teresa y su hermana Laura es cálida y amable para con todos. Incluso para los vendedores ambulantes que andan ofreciendo trapos y jergas, o los músicos que andan dentro del mercado las conocen de hace tiempo, a algunos de ellos les fían o les hacen descuento.

Cabe resaltar que ellas llevan cerca de 300 kilos de masa de maíz diariamente, para hacer las tortillas, antojitos, atoles y que lleguen a comer de ahí. Sin embargo, por lo regular no les queda nada de masa, ya que afortunadamente todo se les termina. Sumándole que cargan con las vaporeras con los tamales, esto únicamente los fines de semana.

En lo que respecta a la organización espacial interna, hay un comal que se ocupa solo para echar tortilla, aunque también se ponga a calentar el café o el champurrado, y otra plancha en la que preparan todo lo demás. Tienen un par de prensas en las que se apoyan para la elaboración de las tortillas y antojitos. En un solo mueble han colocado todos los utensilios que llegan a ocupar, desde cazuelas de peltre y acero pequeñas, vasos y platos de plástico, charolas, jarras, entre otros.

También cuentan con varias mesas de trabajo dentro del espacio culinario, al menos en uno de los locales tienen dos de ellas, en una colocan parte de los desechables y el agua para enjuagar los platos. Mientras que, en la otra, colocan el canasto con las tortillas recién hechas, el canasto con el dinero que van recaudando de las ventas y, además, lo usan como comedor para ellas. Actualmente, hay un segundo local, mismo que es atendido principalmente por Teresa, en el vende las aguas frescas, cocteles de fruta, vasos y bolsitas con verduras —como jícama o pepino—, así como mangos preparados con chile, sal y limón.

Más aún, además del intercambio con don Carlos, igualmente existe con otros comerciantes. Ya que tienen muy buena relación con varios de ellos, específicamente con los carniceros y otros que se dedican a la venta de vísceras, quienes principalmente les solicitan bebidas calientes. Mientras que, algunos carniceros llevan filetes de carne y embutidos para que les preparen tacos o memelas con dichos ingredientes.

Estos intercambios consisten en que les cobran dependiendo de

“que tanto de carne es... los tamaños y el grosor de carne... como una falda, ahí sí puede durar hasta media hora, ahí sí les cobramos hasta \$50 o \$60 por un asado. Hay unos que sí los traen bien aplanaditos que sí son más rápidos —de cocer—, o una cecina y ahí son unos \$25” (Portada, 2023).

Es decir, les cobran el gas prácticamente, pues es más por tiempo de cocción que por otra cosa.

Otro aspecto es el orden de las bebidas e ingredientes, siempre ocupan el mismo lugar dentro de la cocina. Lo cual es para no perder estos movimientos rutinarios y sepan ubicar cada cosa, pues los movimientos de ellas en la cocina ya son mucho más certeros, casi en automáticos.

Sobre la relación comercial con don Carlos,

“Como ellos no las hacen, nos vienen a pedir... vamos anotando cuántas vienen a pedir durante todo el día y al final se les cobra. También nos compran tortillas en la mañana para sus clientes, porque no tienen quien les haga. Y ya ves que vienen a pedir un buen... Depende cómo les vaya a ellos, por ejemplo, ahorita está muy tranquilo, ¿quién va a pedir? Allá también me imagino que está igual, ¿quién les va a pedir? Depende de la gente que haya durante el día” (Portada, 2023).

En tanto a surtirse de abarrotes que por lo general “es un día sí y otro no”, estas compras están relacionadas especialmente a la preparación del agua de horchata. Puesto que la elaboración es casera, por lo que compran son las leches evaporadas y condensadas específicamente.

Retomando el contexto inicial de “Antojitos Rosita”, Teresa platicó que cuando empezaron a trabajar en el mercado, era muy tímida, que le daba “miedo hablarle a la gente”. Que esto mismo ha observado con sus sobrinas, pero que la más

grandecita —de aproximadamente hace unos 12 años—, ya empieza a interactuar más.

Igualmente, mencionó que el trato con don Carlos a veces es complicado, porque les parece muy malencarados y, en ocasiones, hasta groseros. Aunque don Carlos es consciente de que siempre les dan esas malas connotaciones, sin embargo, de vez en cuando bromean entre ellos. Teresa mencionó que incluso para con ellas es así, sin embargo, hasta ahora no han salido mal las cuentas con ellos y por eso mantienen la relación de negocios.

Finalmente, Teresa dice que para ella trabajar en La Acocota es la posibilidad de poder ayudarle a su mamá. Así como de tener un trabajo que le permita de disponer mejor de su tiempo para sí misma, porque si estuviera en una oficina no podría hacer las cosas que le gustan como el deporte y que, además, económicamente no le va mal. Ella tiene planes para su futuro, comentó que quisiera seguir preparándose académicamente y, de ser posible, también le gustaría ser mamá.

3.3.3 Agentes productores del gusto, sus comensales y sus preferencias alimentarias

Retomando nuevamente la parte del gusto, evidentemente es relevante considerar las preferencias alimentarias de los actores sociales principales. Ya que es parte importante para poder definir y caracterizar más adelante el gusto de La Acocota. Por lo que, comienzo con los cocineros del mercado, en un punto de las entrevistas toqué el ítem ya mencionado, es así como don Carlos mencionó que: *“cuando como solo me como nada más una sopa, hasta que llegue a la casa cenamos los dos. No es una comida como tal —refiriéndose a la sopa—, pero hay mucha diferencia”* (González, 2023). Lo que es interesante es a qué se le considera un alimento, me da entender que es porque no complementó con algún guisado —plato fuerte—, tortillas y, puede ser que, hasta la compañía tiene que ver —hasta el siguiente capítulo, se profundizará en ello—.

Precisamente, apuntó que cuando come acompañado sí puede llegar a preparar un bistec encebollado, guacamole, *“otra cosa, así como de antojo sí lo preparamos”* (González, 2023). Si me pongo a pensar, el acto alimentario, además de complejo,

puede ser flexible, pues en el caso de saberse acompañado por alguien querido motiva a esmerarse en la preparación de la comida.

En lo que respecta a una cuestión más personal del señor Carlos es que en cuanto a la textura de su preferencia son los caldos, sin importar el clima. La sensación que le da es el de la melancolía, *“me acuerdo de mi abuelita, cuando la íbamos a ver nos servía caldos y a veces nos preparaba unas memelas. Y también de mi mamá”* (González, 2023).

Definitivamente, aunque no las haya mencionado mucho, son figuras importantes en su vida y formación. Aunque en ese momento pareció que su mirada se le tornó un poco triste, casi enseguida se le dibujó una sonrisa al recordarlas. Bien se ha dicho que, *“la ingestión y los gustos llevan una enorme carga afectiva”* (Mintz, 1996).

Ahora bien, Teresa pocas veces demostró sus emosignificaciones relacionadas con sus preferencias alimentarias. Pero estas corresponden a sus necesidades, específicamente refiriéndose a sus objetivos de entrenamiento, pues dependiendo para que se esté preparando es conforme prepara sus alimentos. Como lo plateó Harris (2017), *“... los alimentos preferidos reúnen, en general, más energía, proteínas, vitaminas o minerales ...”* (Harris, 2017). Sin embargo, comentó que su predilección es lo asado, pues muchas veces acompaña sus gorditas con un bistec asado.

A diferencia de don Carlos, Tere no tiene conflicto en comer sola y tampoco considera que cambie su gusto. Pues para mayor practicidad, prefiere alimentos que sean fácil de preparar y transportar, por lo que sea asado predomina en sus tiempos de comida. Esto porque también responde a sus actividades diarias, ya que como se ha dicho, se ve permeada por la práctica del ejercicio y durante el trabajo en el mercado no cuenta con mucho tiempo para elegir algo en específico, *“ya con el hambre que tengo”* (Portada, 2024).

Aunque se abordará con más detalle en el próximo capítulo las perspectivas de los comensales, considero que en este apartado son necesarios sus aportaciones a esta investigación con respecto al gusto y las preferencias. Y si bien, la mayoría

considera que prefieren lo asado y lo frito, como en el caso de Elizabeth, Elena — clientas asiduas de Tere—, Mirelle y otro grupo de comensales del mercado y sus cocinas. Solamente uno de los participantes, en un grupo de discusión, sí mencionó que su predilección es por lo cocido: “*no es que no disfrute algo frito, pero por salud busco cosas que no tengan tanta grasa*” (Carrera, 2024).

3.4 Lo culturizado, emosignificativo y lo típico: el gusto y la vista de La Acocota

En definitiva, y como señala Le Breton (2009) para que el gusto sea totalmente perceptivo a los sabores, es necesario complementarle con el sentido del olfato. Esto porque cambia de un área a otra dentro del mercado, habrá olores más atractivos que otros. Puesto que lo que llama la atención en el caso de los guisos más elaborado es justamente la combinación de las especias que se ocupan para la preparación de los moles, o bien, el hervor del mole de panza que puede causar, a su vez, algo de aversión para algunas personas. O en el caso de las memelas, atrae el aroma de la manteca y el sonido de la carne asándose.

Además, es de vital importancia la vista, no solamente por las características físicas de los insumos, sino porque también influye la presentación de los alimentos. Y es aquí donde da pie a la estetización, incluso de los espacios culinarios, que de algún modo coinciden con el mercado, es llamativo, ordenado, con la comida a la vista — esto en el caso de don Carlos—. O bien, capta la atención por los olores y el menú, así como la ubicación de los locales, pues entre más cercano a un acceso la gente opta por acercarse y elegirlos.

Don Carlos, Teresa, Araceli y Laura, como cocineros de ambos negocios, son quienes principalmente producen los sabores del mercado Carmen Serdán, gracias a lo anteriormente mencionado y a las prácticas de limpieza que cada uno lleva a cabo. Por supuesto, no se dejan de lado sus destrezas culinarias, ya sean heredadas o autodidactas, las técnicas de cocción son parte fundamental para que los comensales consideren junto con el apetito. Con don Carlos predomina lo cocido

y con Tere lo asado y lo frito, ambos causan saciedad, pero la figura es distinta, aunque en sus menús digan una cosa.

Evidentemente, dentro del aspecto simbólico está que ciertos sabores, texturas y técnicas de cocción se relacionen con la familia, como en el caso de don Carlos y los sentimientos que le generan nostalgia –ya que los caldos le recuerdan a su abuelita y su mamá–. Otro aspecto que caracteriza el gusto dentro de La Acocota, es el cubrir la saciedad de quien degusta, algunos cuidando de su salud, otros prefieren dejarse llevar por el apetito o porque han entablado una relación de confianza con los cocineros a través del tiempo.

Por lo que, podría decirse que no hay un solo gusto en La Acocota, lo cocido, asado y frito es lo más buscado por los comensales en general. En cuanto a las materialidades, es el barro y el plástico lo que da presentación a cada espacio, y por la durabilidad de ambos que, son tan utilizados en las vajillas. Para la producción de los alimentos, si bien para lo cocido lo asocio con la loza de barro, mientras que lo asado lo relaciono con el acero. No obstante, lo relacionado a las materialidades se abordarán en el siguiente capítulo.

Capítulo 4. La comensalidad en La Acocota

4. La comensalidad en La Acocota

Este cuarto capítulo tiene el propósito de interpretar la comensalidad como un proceso sociocultural complejo de la espacialización que incluye la estetización, la normatividad de las maneras de mesa, así como de la construcción de distinciones sociales en un contexto de los dos espacios culinarios ya mencionados del mercado La Acocota.

Es así como la estructura de este capítulo culminante es, inicialmente, sobre la espacialización de estos sitios, pues los utensilios, materialidades y estetización de las cocinas y las mesas o barras, aportan a la construcción de la comensalidad. Ya que para los clientes es importante que estos se vean no solamente llamativos, sino además limpios. No obstante, es igualmente fundamental los lugares en los que estos se ubican para que los comensales elijan comer en estos sitios, sumando a la atención que los cocineros proporcionan.

Así mismo, que es considerado normativo en la mesa, aquellas maneras de mesa que persisten en las cocinas del mercado, las que se han introducido y cuáles son aquellas que causan las tensiones en la relación del espacio culinario, los cocineros y los comensales. Con respecto a la distinción social, se categorizan tanto a los comensales y cocineros como al tipo de comensalidad que se desarrolla en el mercado. Así como la percepción que los comensales tienen tanto de los alimentos como del espacio social en sí.

A causa de que los cocineros y comensales cuentan con ciertos modales desde casa, lo cual permea en el comportamiento al momento de comer. Desde luego es un hecho que el espacio culinario determina estas actitudes, sin embargo, también hay algunos otros que se van adquiriendo por experiencias.

De igual manera, a través de los discursos se denotan los campos y capitales que los actores sociales y lleva a la distinción social. Esto objetivado en las percepciones de lo que comen, como, con quién y el lugar en que efectúan esta actividad. Ya que, dentro de estos testimonios de los comensales, surgieron ideas y reflexiones interesantes alrededor de todo el proceso de la alimentación.

4.1 Apropiación espacial del mercado y sus espacios culinarios

En general, el mercado es un espacio atractivo, pues según los comensales — muchos de ellos clientes frecuentes de otros comerciantes—, ya que lo consideran de los más limpios y ordenadas. Algunos mencionan que los colores son vibrantes, estos desde la fachada, por dentro es gracias a los puestos de frutas, mismos que acomodan de una forma estetizada —por colores y en cierto orden—. Otros giros llamativos son las cremerías que tienen a la vista —en vitrinas refrigeradas— los quesos y carnes frías.

Sin embargo, el tema de interés son las cocinas en La Acocota, por lo que quienes van a comer ahí señalan que las grandes cazuelas de barro son lo que más captan comensales pueden verse seducidos por los guisos, además de los olores y las invitaciones a sentarse por parte de los cocineros. Algo que llamó mi atención de lo que expresaron los comensales fue que: “... *si yo no supiera que la comida es rica, yo no me sentaba. Porque así, visualmente ninguna me llama la atención*” (Carrera, 2024).

Con respecto a que son cocinas “expuestas”, uno de los comensales que participaron en uno de los grupos de discusión, apuntó que eso es importante “*porque da una centralidad al cocinero, siempre está como en alto... Y puedes ver tu proceso de cómo preparan tu plato, el emplatado*” (Romero, 2024). La mayoría de los comensales, son conscientes del papel de los cocineros en cuanto a la apropiación espacial, no únicamente lo estético se considera, también se valoran los saberes culinarios y el trato.

En tanto, a las cocinas de La Acocota específicamente, para llevar a cabo cambios materiales y estéticos de los locales, deben pedir permiso al ayuntamiento. Ya sea para colocar los azulejos, piso, lona o aquello que necesiten en sus locales. También me mencionó don Carlos que, cualquier trabajo de reparación o cambio en los espacios, se debe de hacer después de las 18:00 horas. Debido a que así, hay menos gente en el mercado y así no se molesta a nadie, ya que ese tipo de trabajos

provoca que haya demasiado ruido, polvo “y más en el área de cocinas” (González, 2022).

Lo que sí me aclaró, es que no cobran por dar el permiso, pero se puede dar una cooperación para el mantenimiento del mercado. Anteriormente, o hasta donde sabe don Carlos, es que el ayuntamiento ponía la mano de obra para efectuar los cambios de los cuales piden permiso, “*el locatario pone el piso y el ayuntamiento la mano de obra*” (González, 2022), y no tenía costo alguno.

Continuando con esto, considero que es relevante mencionar cómo es el espacio culinario de “Antojitos y cemitas Robert & Lulú”. Como ya se ha dicho anteriormente, se sitúa en medio de la zona de cocinas, destaca porque los colores de los azulejos son rojos y tiene algunos motivos en azul marino y amarillo. Por lo que, los colores, además de la ubicación, lo hacen un tanto llamativo para los potenciales comensales del mercado.

Otra característica son los refrigeradores con logos de refresqueras —en su mayoría de Coca-Cola—, don Carlos mencionó que lo piden directamente a la empresa o bien, al “preventista” que levanta el pedido. Los únicos requisitos que les piden es una credencial y un recibo de luz —que corresponda al local—. Y que, en una semana, aproximadamente, les entregan los refrigeradores. Aunque, el trámite depende del tipo de vendedor le atienda, “porque hay unos que no se apuran” (González, 2023).

Algo que predomina en el área de cocinas es que colocan en partes altas, siempre cercanas a las mesas. Por lo que los sonidos son muchos y al mismo tiempo, ya que se escuchan al menos cuatro televisiones encendidas, más los vendedores y músicos ambulantes. Además de los electrodomésticos que emiten algún sonido como los refrigeradores, licuadoras, o bien, el proceso de preparación en las cazuelas.



Foto 13 El espacio culinario de don Carlos y familia. Foto: Dulce Hernández.

Relacionado e introduciéndome un poco al sistema objetual, pregunté por qué llevan los platos para los pedidos de antojitos, don Carlos dice que es para disminuir el uso de desechables. “*Aparte de que es más representativo el plato, tiene más presentación*” (González, 2023). Y es que, algunas ocasiones, en que pedí gorditas, a veces me lo llevan en platos de plástico —el característico de puesto de antojitos—, otras veces en platos de barro, y aunque solo fue una vez, también en desechable.

Si bien había un interés del saber si hacían la compra de utensilios de barro con los loceros del barrio de La Luz. Don Carlos, comentó que compran utensilios cada tres o cuatro meses aproximadamente, hay ocasiones que un muchacho les ofrece platos de barro, lamentablemente desconoce de dónde proviene el chico. No obstante, también han comprado algunos de sus utensilios en los locales que venden barro dentro del barrio, como “jarros, vasos, plato extendido, plato corto, plato para pozole”. Sin embargo, en aquellos locales del barrio —acorde a lo platicado con quienes trabajan en ellos— se les llegan a dar un precio accesible al indicar que quienes los adquieren son cocineros. Aunque don Carlos comentó que

llega a ser un mínimo de descuento, “*el muchacho que viene de fuera da un poco más de precio que aquí*” (González, 2023).

En tanto a la espacialización de esta cocina, se puede observar que en sus parrillas presentan los moles y pipianes en grandes cazuelas de barro con cucharones de madera. Esto me hizo considerar que había una materialidad para la elaboración de un guiso, no obstante, el señor Carlos dijo que no hay un uso en específico de un tipo de materialidad para un guisado en especial, sino que es conforme salgan las ollas, o “*porque no guardan olores*”. Sin embargo, lo que puede suceder es que hay ollas que se manchan, sobre todo con el mole y el adobo, porque “*se ponen un poco negros con el tiempo*” (González, 2023). Y solo entonces es cuando les dan ese uso específico a las ollas.



Foto 14 Cazuelas de barro con moles y pipianes de Antojitos y Cemitas Robert & Lulú. Foto: Dulce Hernández.

Respecto a las cucharas y palas, hace mayor uso de las de acero y peltre, aunque las de madera su uso es sobre todo para el arroz. Mientras que para el mole y el adobo sí hay cucharas asignadas, “*porque si la ocupas, en este caso para la médula o el mole de panza, oscurece un poco el caldo. Por lo mismo de que suelta el color del mole*” (González, 2023). Desde mi perspectiva, considero que las materialidades de estos objetos que se ocupan para la manipulación —de la preparación—,

probablemente deban ser de cierto tipo no porosos, ya que así se puede evitar que haya contaminación cruzada y disminuya el riesgo de que se modifique la sazón o de padecer alguna infección.

Otro rasgo que me llama la atención es el uso de las vitroleras, don Carlos señaló que lo hacen así porque “se ve mejor... se ve más presentable y se antoja más” (González, 2023), el garrafón solamente lo llegan a ocupar cuando necesitan hacer más cantidad de agua, o cuando no hay vitrolera. Aparentemente, todas las cocinas de La Acocota hacen uso de las vitroleras, pues en efecto, dan una presentación más apetecible, pero a su vez muy “tradicional / folclórico” como lo llamaría García Canclini. Sin duda responden a esa estética “popular” que maneja Bourdieu, donde se vea “consistentes”, “resistentes”, a la necesidad de postergar la inversión en los utensilios, pero a su vez, puedan conservar el sabor y sazón.

Me parece que otra manera de marcar la estetización son los menús, en estas cocinas utilizan principalmente lona con los platillos que preparan en dichas cocinas. Otros más, mandan a rotular las paredes con los guisados básicos del menú. En cambio, cuando se trata de los guisados de la comida corrida, en el caso de esta cocina, optan por anunciarlo en cartulinas u hojas.



Lona con el menú. Foto: Dulce Hernández.

Con respecto a las mesas, la estructura es a base de hierro y el tablón de madera, las que actualmente utilizan se compraron hace 10 años, “las puras mesas”. Las sillas, en cambio, las renuevan constantemente, “como son de madera y clavadas, se desprenden más rápido” (González, 2023). Esto es a causa de que los

comensales no siempre tienen cuidado de ellas, pasa que pueden azotarlas, que se levanten y las tiren accidentalmente.

De igual manera, les colocan manteles plastificados, por lo que compran el rollo, comentó que el material es de hule y se cambian continuamente, tal como los utensilios y vajilla. Esto debido a que, los comensales los van rompiendo, sin distinción de edades, y la mayoría de las veces no quieren asumir el pago del mantel. Es por lo que optaron por comprar el rollo de hule, ya que les permite cubrir diez mesas aproximadamente.

En tanto a los objetos presentes en la mesa de esta cocina, son las salseras, estas son de acero. Contienen además de las salsas, cebolla, cilantro y limones. También llegan a colocar paneras y tortilleros, esto dependiendo de lo que el comensal solicite para degustar. Otro elemento, que si bien podría decirse que hubo un tiempo en que “desapareció” de las mesas y restaurantes, son las botellas con dispensador para el gel antibacteriano. Aunque, como se ha dicho en párrafos anteriores, también está la opción de lavarse las manos adentro en los lavamanos que están en los pasillos.

Ahora bien, para el análisis teórico de este aspecto, se considerarán las materialidades, guisados y estilo de mesa como signo. Pero, primeramente, se debe definir lo que es un signo que, “*se define no por su relación analógica y en cierto sentido natural con un contenido, sino, esencialmente, por su lugar en el seno de un sistema de diferencias*” (Barthes, 1993). Si bien, parecería que los elementos ya mencionados no tendrían sentido alguno si se les observa por separado.

Para ello, al unirlos, entonces estaríamos creando un sintagma, el cual “*es una combinación de signos que tiene como base la extensión*” (Barthes, 1993). Es decir, en el caso de Antojitos y cemitas Robert & Lulú que funciona más como una fonda —espacio culinario—, junto con el barro —materialidad—, la preparación de moles —guisados elaborados—, y los saberes transmitidos provenientes de las mujeres de la familia —como significantes—, como la totalidad de un sintagma que lleva a la comensalidad y el gusto que se producen dentro de La Acocota. Ya que la

estetización de la mesa, confirmo que responde a lo tradicional —apuntalando a lo identitario, pero que sería otro tipo de discusión—.

Para mí, el espacio culinario de don Carlos y familia, es un espacio que tiene cierta carga emotiva, por tanto, es la continuación de lo que comenzaron los papás de él. Que intentan conservar y seguir en el proceso de aprendizaje en tanto a la sazón de los platillos. Que además prefiere mantener cierta estética “típica” como la loza de barro tanto para la elaboración como en la presentación de los guisos, también muy cotidianos de la gastronomía poblana. Donde, además, considero que resaltan dentro del área de cocinas por los colores y la constante invitación a los comensales a sentarse para degustar. Pues como bien señala García Canclini, “*lo culto tradicional no es borrado por la industrialización de los bienes simbólicos*” (García Canclini, 1989).

Son mesas para sentirse un poco como en casa, si bien hay ciertos elementos que no coinciden como tal, puede evocar al hogar o a las comidas familiares. Debido a que son guisados un tanto más elaborados, incluso desde cero, de recetas familiares y con materialidades “cálidas” —por llamarles de alguna manera—.

En lo que respecta a “Antojitos Rosita”, los locales que rentan tienen azulejos blancos y lo que resalta a la vista es la lona con escudos del equipo de fútbol América —misma que provoca comentarios entre los comerciantes y sus comensales—. No cuentan con parrillas, sino con una plancha y un comal medianos de acero, la mayoría de sus utensilios son de peltre, ya que son ollas donde colocan los atoles y el café de olla.



Foto 15 Menú de "antojitos Rosita". Foto: Dulce Hernández.



Foto 16 Plancha donde preparan las gorditas. Foto: Dulce Hernández.

Otra parte del sistema objetual, son de plástico resistente, tanto los platos en que sirven, las vitroleras para las aguas frescas, los cucharones y “cubetas” donde tienen las salsas. Por supuesto los volteadores son de acero, las rajas en ocasiones las colocan en una cazuela pequeña de barro y otras tantas en recipientes de plástico. El pocillo donde ponen la manteca a calentar para ponerles a los antojitos también es de peltre, así como cuentan con una vaporera de acero inoxidable para los tamales del fin de semana. El acero está más presente en este espacio culinario, ya que tienen las prensas para hacer las tortillas y antojitos. Además de que los ingredientes —quesillo, chicharrón, queso rallado—, también son como canastas de plástico de diferentes colores para diferenciar unos de otros.



Foto 17 Quesos, chicharrón y salsas. Foto: Dulce Hernández

Según Tere, usan estas materialidades del sistema objetual, aunque las ollas de peltre tardan en calentarse, no es para que guarden el calor. Las de barro evitan utilizarlas porque como transportan todo diariamente, no resisten tanto el uso rudo porque se pueden romper o cuartear. *“Como traemos en la camioneta tanta cosa, imagínate, se viene sacudiendo y ¡madres! Es por la duración, más que nada. No podemos andar trayendo cazuelas porque se nos rompen”* (Portada, 2024).

De igual manera, de acuerdo con la señora Rosita, sus utensilios los compran cerca de su casa. *“Mi comal, mi tanque de gas los traigo de allá del pueblo —La Resurrección—. Los platos en las tiendas donde venden plásticos, mis cucharas también”* (Acero, 2023), lo mismo que la canasta donde ponen las tortillas que venden. Sin embargo, enfatizó que el comal lo mandó a hacer igualmente en el pueblo.



Foto 18 Comal con tortillas. Foto: Dulce Hernández.

Ellas no cuentan con mesas, únicamente barras donde los comensales se sientan a degustar, junto con una banca pequeña que también es usada por aquellos clientes que realizan pedidos para llevar. Estas barras de cemento son cubiertas de igual manera con manteles plastificados, se colocan algunos servilleteros de acero, los cuales cuentan con un “hueco” para colocar los saleros en forma de barril.

No se utilizan sillas, sino bancos de plástico conocidos como periqueras, por lo que la comensalidad podría decirse que se da de modo vertical. Ahora que han extendido el negocio al local contiguo, hay posibilidad de que más comensales se puedan sentar. En el caso de aquellos clientes frecuentes, pueden sentar en ese otro espacio y colocar algunos bancos por dentro para comer como si se estuviese en una mesa.



Foto 19 Barra del espacio de Antojitos Rosita. Foto: Dulce Hernández.

En este caso, el sintagma se conforma de Antojitos Rosita, acero que predomina como materialidad, los antojitos y que ellas aprendieron a preparar dichos alimentos de modo autodidacta. Esto porque cuando la señora Rosita comenzó a vender en locales, ellas eran aún unas niñas y solamente vendían las tortillas de comal. Aunque en apariencia, el acero podría parecer frío, lo que da un ambiente familiar a este lugar, es el trato de todas a ellas con mucha calidez y amabilidad a sus clientes.

4.2 Los modales de mesa estructurantes en los espacios culinarios de La Acocota

Como se ha dicho con anterioridad, tanto el sistema alimentario como el espacio culinario es lo que determina la normatividad de las maneras de mesa. Por el lado del sistema alimentario por la disponibilidad de insumos y la reglamentación propia del espacio social que representa el mercado. Mientras que, por parte del espacio culinario, además del estilo de mesa que se construye —social y tangiblemente—,

se deben al menú que se puede degustar y las prácticas de higiene que se llevan a cabo.

Para ello, es pertinente decir que entiendo los modales como una serie de prácticas sociales que son aprehendidas desde la infancia, mismas que son implementadas por figuras familiares con autoridad, las cuales ejercen cierto control del cuerpo, actitudes, e incluso, los temas para hablar —o no— en la mesa. Las cuales pueden denotar el nivel de educación, puesto que se deben ejercer meticulosamente cuando se comparte la mesa fuera de casa y en presencia de otras personas.

Los comensales consideran que comer La Acocota es un espacio vasto, la mayoría lo consideran “lindo” pero uno de los mercados caros de la ciudad, es limpio y lo consideran un tanto seguro. De igual manera, tres de las entrevistadas consideran que comer en los mercados es toda una experiencia, ellas tratan la mayoría de las ocasiones con visitantes extranjeros y también con nacionales.

Por lo que una de ellas indicó: *“Cuando les quiero mostrar Puebla, es un punto clave a dónde siempre los llevo. La experiencia del mercado, la experiencia mexicana, aparte ahí están las cemitas que más me gustan. Según yo, son las mejores cemitas que he probado”* (Hernández, 2024). Lo que concuerda con lo dialogado con Lefebvre (2013) sobre los espacios sociales y las experiencias vividas y, por ende, las percepciones que los usuarios del mercado, como experiencias con la gastronomía poblana.

Además de que el acto alimentario es un todo un acto social, que se ve permeado por ciertas acciones llenas de imperatividad y coercitivas (Durkheim, 2001), esto viene desde casa porque al conversar con algunos comensales y los mismos cocineros. Quienes apuntaron que principalmente las figuras maternas se encargaron de inculcar estas “buenas” costumbres, que van desde las posturas corporales, el uso de los cubiertos y manos, temas de conversación —también se le podría llamar sobremesa—, agradecer a Dios por los alimentos, ser servicial en la mesa, y la incorporación del teléfono.

Por ejemplo, en lo que respecta a los temas de conversación, el señor Carlos comentó que:

“Siempre hay una pequeña reserva a lo que uno no se atreve a preguntar, hay algo que se guarda porque no de todo platicas. Porque en este caso, con mi hija, me puede decir algo y la tacho de loca, o le digo yo algo y me dice loco, o estás mal. Por qué —de que se reserve uno— quién sabe —risas—” (González, 2023).

Por otro lado, algunos mencionaron que no tienen tanto problema con estas cuestiones, pues en sus casas no tuvieron correctivos. Considerándolos: *“nimiedades, siento que son sin importancia. Hay ciertas cosas, pero creo que están de más”* (Hernández, 2024). Algunos otros comensales apuntaron que no les es de su agrado, pero que es de respetar lo que cada uno hace de sus prácticas al momento de comer. *“Mis modales son disfrutar el momento con lo que tengo y si tengo que chupar mi hueso lo hago y lo hago muy clavado en ello”* (Vera, 2024).

Si bien hay diferentes perspectivas, la mayoría de los actores coinciden en que:

“... la autoridad que funda la eficacia performativa del discurso es un percipi, un ser conocido y reconocido, que permite imponer un percipere, o, mejor aún, que permite imponerse oficialmente como imponente, es decir, frente a todos y en nombre de todos, del consenso respecto al sentido del mundo social que funda el sentido común” (Bourdieu, 1985, pág. 66).

Es decir, las figuras maternas, o en algunos casos las tías, los padres o abuelos, fungen como estas autoridades que nos dan este discurso de las “buenas” maneras de mesa que serían este poder de las palabras, o “poder delegado”, como lo indica Bourdieu. Si bien llega a haber ciertos correctivos con otros discursos igualmente infundados por estas mismas figuras de autoridad, los cuales el autor ya mencionado, les categoriza como “actos de autoridad” o “actos autorizados”, que son *“la reunión de un conjunto sistemático de las condiciones interdependientes que componen los rituales sociales”* (Bourdieu, 1985, pág. 67).

Según lo platicado con los actores sociales involucrados en esta investigación, sus figuras de autoridad pocas veces tuvieron correctivos físicos, más bien otro tipo de discursos como las llamadas de atención o simplemente miradas, advirtiendo que no estaban demostrando esas buenas maneras. Por ejemplo, don Carlos

mencionaba que su papá era quien le corregía la postura corporal y le indicaba que se sentara “correctamente”. Tere comentó que a su mamá le disgusta cuando hacen uso de los celulares mientras comparten los alimentos en familia. Mientras que, por parte de los comensales, pocos fueron quienes señalaron ser reprendidos.

Como se ha dicho, las cocinas y mesas del mercado son puntos de encuentro —o reencuentro— y de placer. No obstante, es importante recalcar que el acto de comer, además de ser social, puede llegar a ser, hasta cierto punto, un acto ritual. Específicamente, podría compararlo como un “acto de institución”, ya que

“... tiende a consagrar o a legitimar, es decir, a hacer desestimar en tanto que arbitrario o reconocer en tanto que legítima, natural, un límite arbitrario; o lo que viene a ser lo mismo a llevar a cabo solemnemente, de manera lícita... de manera lícita y extraordinariamente, una transgresión de los límites constitutivos del orden social y del orden mental que se tratan de salvaguardar a toda costa” (Bourdieu, 1985, pág. 79).

Menciono esto porque, al charlar con los comensales surgieron estas connotaciones con respecto a las maneras de mesa, al menos tres de ellos coincidieron al decir que sentarse a comer —“al menos en Puebla”— es un ritual porque *“literal religiosamente acá es acabar de comer y dar gracias a Dios”* (Corona, 2024). Así mismo, mencionaron algunas acciones como: servir en primer lugar al padre de la familia, sentarse y esperar a que todos estén en la mesa, respetar el puesto de cada miembro, simplemente las maneras de comer —uso de cubiertos, manos o tortillas—, por mencionar algunos.

Por otro lado, todos los comensales participantes acordaron que el catalogar las maneras de mesa como “buenos” o “malos” corresponden a los contextos en que se encuentren al momento de comer. Pero, como se ha establecido, las figuras de autoridad imponen estas categorizaciones porque hacen de estas actitudes *“una segunda naturaleza mediante su inculcación e incorporación en forma de habitus”* (Bourdieu, 1985, pág. 84).

Aunado a eso, algunos de los comensales mencionaron que también denotan la distinción, como la ha establecido Lévi-Strauss (1970). Mencionando así algunos ejemplos de una de las comensales que ha tenido la oportunidad de vivir en Estados

Unidos y Francia, en dichos países es mal visto colocar los antebrazos en la mesa porque daría indicio a que la persona estuvo en la cárcel y debe proteger su comida. Su experiencia en Francia fue que, en los restaurantes, es bien visto que limpien los platos con ayuda de un pedazo de pan.

Si bien, actualmente no hay “sufrimiento corporal” en este acto de alimentarse, que considero institucional y ritual, como menciona Bourdieu en su libro “*¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*” (1985), don Carlos apuntó que en sus mesas ha observado ciertos comportamientos de sus clientes mientras comen.

“... Algunos regañan al niño, en este caso a mí no me afecta, incluso lo llevo a tomar con gracia. Pero quién sabe realmente la gravedad de esa falta. Hay niños que se quitan los zapatos para comer, personas grandes igual. No sé qué comodidad tengan o qué es lo que sientan al estar comiendo así. Hasta se sientan en posición de flor de loto, es algo raro que yo vea eso, pero llega a pasar. Tanto hombre como mujer son contados, pero lo hacen” (González, 2023).

Mientras que, en el caso de Tere, comentó que ella no suele fijarse si es que entre sus comensales se dan estas situaciones. Sin embargo, en mi observación participante noté que las madres de familia suelen hacer correctivos cuando los niños no desean comer en ese momento, o bien, los antojitos. La insistencia de las madres es porque, aparentemente, los domingos no desean cocinar y no habrá otro alimento para la hora de la comida. Además, un antojito una vez a la semana me parece que es factible y fuera de la rutina, sirve para dar variedad al paladar y al estómago.

Más aún, uno de los comensales expresó que,

“... estoy peleado con los modales, si en un lugar público tengo que chupar un hueso porque lo hago siempre y no me importa. Entiendo que hay reglas del juego, que hay normas, pero a mí no me gustan mucho. Mis modales son disfrutar el momento con lo que tengo y lo hago muy clavado en ello” (Vera, 2024).

Por otra parte, otro de los comensales se posicionó en el otro extremo:

“... para mí, sí son básicos, aunque estés solo o acompañado, sí hay ciertas cosas. No tan al extremo de no poder chupar un hueso, porque yo también

lo hago, pero sí considero que es importante no hacer ruido. No puedo con eso, sí me genera mucha bronca, me estresa muy cabrón” (Corona, 2024).

Estos testimonios se confrontan y tensionan la comensalidad, debido a que ciertos ruidos, olores y sabores causan disgusto entre quienes comparten una mesa. Incluso el que alguien pida alimentos complementarios para mejorar el sabor del platillo, como solicitar salsa o un chile y hacer un sabor picoso, o el uso de tortilla o pan para auxiliarse además de los cubiertos.

Dos de las comensales ejemplificaron dichas acciones que les han “criticado” algunos miembros de sus familiares. Una de ellas dijo:

“Cuando te estás comiendo, por ejemplo, una sopa o algo aguado, y agarras la tortilla y doblas, tengo un primo que me dice, pues ¿que eres albañil o qué? Ahora lo hago en todos lados, pero más joven no, es que no es de tan buena educación, el enrollar toda la tortilla con mis 2 manos, mejor lo hago en mi casa porque tengo la confianza, afuera no lo hago. Ahí te das cuenta de que sí cambian tus modales o tu manera de comer si estás en casa o si estás fuera” (Carrera, 2024).

La otra participante comentó:

“Nos tocó ir a un concurso de oratoria en la casa de un exgobernador y dieron jabalí, era una cena gourmet y acá se atacó —señala a su esposo con la mirada—, porque a mí se me ocurrió pedir chile” (Corona, 2024).

Ya que al mesero que les atendía le pidió que le trajeran “*unas rajitas, una salsa o algo*”. Su esposo le hizo saber que eso no estaba bien visto y menos en evento, sin embargo, ella argumentó que necesitaba añadirle eso porque “*no le iba a saber el jabalí*”. Lo cual considero que es comprensible al ser un alimento nuevo para el paladar y probablemente no fue tan agradable cuando lo probó. Lo cual abre paso para la distinción social que se produce gracias a la comensalidad.

Tal como Le Breton apunta, en teoría, los modales deben de tener cierta “armonía” entre las gesticulaciones, los sonidos, si hay silencio al momento de ingerir o en el espacio. Aunado a ello, el autor agrega que también se deben de considerar en esa unión los colores, sabores y el ambiente, puesto que es fundamental que en el espacio haya “ornamentación” para entonces sean posibles los movimientos sin límite algo en su uso (Le Breton, 2009).

Para algunos comensales, el sentarse es a comer es parte de los modales, pues para ellos es importante tener una mesa, ver los cubiertos, porque de lo contrario no hay sensación de haber comido. En el caso de los cocineros de La Acocota, no implica que cambien los modales, pues don Carlos comentó que no es que haya cierta predilección entre comer en su casa, el mercado o en algún restaurante.

“... en los dos lados porque vivo acá... en la casa es un poquito más agradable porque, llego y quiero que algo me preparen a mí. Ya si me dicen que me toca preparar, lo hago. Es que me la paso preparando comida, llega el momento en que uno dice que quiere que le den de comer. A veces, llego sin hambre porque ya comí tarde aquí en el trabajo —solo cena pan y café— y no es una cena como tal, pero sirve para estar con la familia” (González, 2023)

Como ya se había mencionado en el capítulo anterior en la construcción del gusto, la cuestión de comer “bien o completo” es acorde a las percepciones de cada actor social. Pues desde estas aristas que tiene el acto de comer, viene desde la perspectiva de la salud, lo emocional y otro tanto por las preferencias alimentarias. Pues cuando se las personas saben que no es lo ideal comer a deshoras, que muchas veces puede ser causa por el estrés de la carga de trabajo, sentirse tristes y porque no siempre se les apetece lo que tienen a la mano. Y, por ende, los modales suelen ser todavía más “descuidados” pues no hay quien nos observe o corrija.

En cambio, cuando uno está acompañado se siente con mejor ánimo para comer y, claramente, se “come mejor”. Que por esto entiendo como el comer de todos los grupos de alimentos, además de tener mínimo dos tiempos en la comida, es decir, el consumir la sopa, un guisado —con o sin guarniciones—, más tortillas o pan para acompañar.

Lo anteriormente mencionado, lo pude observar cuando don Carlos comía con parte de su familia nuclear —esposa e hija (s)—, se tomaba un poca más de tiempo, no prestaba atención a la televisión, conversaban y la comida solía ser mucho más consistente. En cambio, cuando lo encontraba comiendo solo, prefería ver las películas de la tele, comía más rápido —cuando llegaba a tomar asiento— y por lo general esas comidas consistían en algún guisado caldoso. Y, en pocas ocasiones,

lo llegué a ver comer de pie porque había demasiada gente que atender en las mesas.

En lo que respecta a Teresa y su familia, podía variar, pues comen en cierto orden: primeramente, comían las niñas, a veces junto con la señora Rosita, después podían seguir Laura y Araceli, eso si había poca demanda del puesto. Sin embargo, a quien veía a comer constantemente sola era a Tere, buscaba tomar asiento en el puesto donde hoy tiene los jugos. Esto porque decía que “no quería ser molestada”, a veces se ponía a platicar con alguien o simplemente ve el celular.

Otra cuestión que observé fue que las “mesas comunitarias” por lo general eran ocupadas por familias. Muchas veces se trataban de grupos muy grandes, llegué a contabilizar cerca de 9 o 10 personas. Donde un lado era ocupado por los adultos, mientras que del otro estaban sentados los niños, esto lo pude ver en temporada vacacional escolar.

Retomando la cuestión de comer en familia, otra de las características de las que me percaté es que, las familias menos numerosas suelen acudir junto con sus mascotas —generalmente perros de razas pequeñas—. Si bien en los últimos años las mascotas se les considera parte de la familia, creo que es un punto que puede tensar la comensalidad en los espacios culinarios del mercado. Pues no todas las personas llegan a considerar “bien visto” compartir la mesa y los alimentos con los perros, a pesar de que esto ya no es algo poco común y las mascotas se “comporten”.

4.3 Las maneras de mesa productoras de la distinción social

Es bien sabido que lo que otorga la distinción social son los discursos, capitales —económicos, culturales y materiales— y las prácticas o habitus. Siendo así que con las maneras de mesa ya surgió parte de esa distinción, pues como Bourdieu ha señalado: “... *puede, también, tender a la inculcación de disposiciones permanentes como los gustos de clase que, en principio de <<elección>> de los signos exteriores en que se expresa la posición social*” (Bourdieu, 1985, pág. 84).

En lo que concierne a la perspectiva de los cocineros como don Carlos, en alguna de las entrevistas hablamos sobre si él lograba distinguir —la clase social— a sus comensales. Ya que, en las ocasiones que acudí, observé a mujeres que van vestidas de cierto modo —con bolsas de marca, ropa deportiva, lentes—, quienes únicamente compraban los guisados para llevar. Puesto que otros clientes, que, desde mi punto de vista, podría decirse que son de clase media y popular, sí comían en el mercado.

Don Carlos señaló que *“entra de todo y se les atiende parejo”*, pero que depende el modo en que les soliciten el servicio, ellos como comerciantes y cocineros, les atienden. Admite que hay veces en que *“llegan a fallar, que el cliente se moleste y nos haga el señalamiento”*, puesto que intentan esmerarse en la atención.

Respecto a los comensales, me dice que cuando vienen en grupos se toman más tiempo para comer, es cuando se animan a acompañar los alimentos con cerveza y eso implica que haga más prolongada la sobremesa. Aunque no siempre se vean las mesas con mucha gente, los cocineros siempre se encuentran apurados, esto es debido a que hay comensales que piden platillos que deben preparar al momento y, por lo tanto, les implica más trabajo.

4.3.1 La elección

Para ejemplificar lo anteriormente expuesto, dentro del grupo focal se cuestionó en qué tipo de espacio culinario —restaurante o en el mercado— prefieren comer, la mayoría elige acudir a La Acocota porque lo creen variado en cuanto a los menús de las cocinas, que los alimentos son frescos a comparación de los restaurantes, por la cercanía, también surgieron las emosignificaciones —como la añoranza de un ser querido con quien iba a comer al mercado— o el “plus” que es también comprar parte de la despensa de la semana.

Algunos de los testimonios de estos comensales señalaron lo siguiente:

“... el mercado no solo te atrae, te seduce, te da los mejores olores, la mejor vista. Entonces comer ahí siempre es muy sano y bueno porque sabes que el producto que está ahí, lo que preparan ahí es fresco, es nuevo. Yo creo que deberíamos retomar la bonita costumbre de comer en el mercado porque hay todo” (Serrano, 2024).

“... el tener al mercado es como no batallar con el tema de la comida, no solamente llegar y sentarme a comer al mercado, sino también traerme la comida para disfrutar en la casa” (Romero, 2024).

De igual manera, una de ellas comentó que, por la experiencia que tiene como cocinera, comer en el mercado puede ser más “casero” y “natural” porque en un restaurante no siempre se llevan a cabo buenas prácticas en el manejo y preparación de los alimentos. Pero que comprende que por la “posición económica”, otras personas opten por ir a comer a los restaurantes (Flores, 2024).

Otra cuestión entre los comensales para tomar una decisión para el sitio donde comer es también las porciones que sirven. En marzo del 2023, en un primer grupo de discusión, uno de los comensales mencionó que él debía considerar si lo que le servían en el restaurante sería suficiente porque no contaba con la certeza de quedar satisfecho.

Mientras que, en el segundo grupo realizado en marzo de 2024, otro participante mencionó que, prefería comer en el mercado porque hay cierta facilidad para “armar el platillo”, ya que puede comprar porciones de guisados en diferentes cocinas y tomar asiento en una sola sin conflicto alguno. Lo cual coincidió con lo dicho por Mirell, que me ha comentado que cuando acude con sus invitados, algunos compran cemitas, otros antojitos y toman asiento en una de las cocinas para probar los moles, pipianes y adobos.

La señora Marina, reafirmó estos testimonios al mencionar que las cocinas de La Acocota son “muy amigables hasta para servir”, puesto que, si el comensal solicita que le den otro poco de caldo o mole, lo hacen. Y esto no siempre ocurre en los restaurantes, especialmente en aquellos que sean franquicias, pues muchas veces ya tienen las porciones contabilizadas para que no haya desperdicios.

Así mismo, surgieron ciertas cuestiones emocionales, pues otra de las participantes, quien es una mamá joven proveniente de la Ciudad de México, apuntó que los mercados le evocan a su mamá —a quien ya no tiene cerca— y las primeras citas con su ahora esposo. Además, mencionó que una de las particularidades de la

comida en La Acocota es que sirven abundante, o que, por ejemplo, en el caso de las cemitas son “chicas cemitas”²⁵ y muy ricas.

También, la cuestión de la cercanía influye, pues dentro de las emosignificaciones, surgió esto en la cuestión familiar. Pues otro de los participantes, desde que es niño, frecuenta La Acocota, porque su abuelo tenía un local de jarciería y, por lo tanto, sabe y ubica buenos espacios culinarios para comer dentro de este espacio social.

Otro punto por tratar es la salud, pues consideran que el comer en un mercado es mucho más natural que hacerlo en un restaurante. Esto debido a que, consideran que en los restaurantes puede haber un uso excesivo de condimentos químicos para mejorar el sabor. Mientras que, en los mercados “todo es natural”, porque es más factible que hagan uso de especias para realzar la sazón.

Cabe resaltar que, ciertamente, hay una relación con el gusto, pues la comensal que es guía de turistas menciona que su elección va más relacionada con la carga de trabajo, ya que ella únicamente acude si puede contar con el tiempo y, además, de la zona en la que se encuentre trabajando. “... vivo cerca del Zócalo, pero pienso, hújole, se me antoja algo del mercado, pero no me queda tan cerca. O tengo 30 minutos nada más para comer y aunque me encantaría venirme por unas enmoladas, no me daría tiempo” (Carrera, 2024).

A pesar de que Le Breton (2009) menciona que “el buen gusto”, lo cual prefiero llamar preferencias alimentarias, no tiene relación con la calidad, costo, escasez, la salud —es decir, alimentos equilibrados—. Que, en cambio, va de la mano con “el gusto del consumidor, con su sistema personal de valores que nada autoriza a colocar en lo absoluto” (Le Breton, 2009, pág. 281).

Sin embargo, acorde a lo expresado por los comensales, quienes no mencionaron específicamente el costo de la comida, la escasez se relacionó más hacia la saciedad. La calidad y la salud, para ellos, tienen una correlación muy estrecha que aplica tanto para ambas partes —cocineros y comensales—, que también se

²⁵ Expresión que hizo acompañado de movimientos con las manos para señalar que son de gran tamaño.

estableció en el capítulo anterior. Por lo que ese sistema personal, es afín a las emosignificaciones, la cercanía y, por supuesto, al apetito de los actores sociales.

Se debe agregar que, se debe incluir que la gente elige comer en La Acocota por los platillos que se pueden encontrar ahí. La señora Marina y otros comensales señalaron el mole de zancarrón, la interlocutora ya citada ejemplificó con el caso de su mamá, quien incluso después de estar un tiempo en el hospital y al ser dada de alta, le pidió que le comprara un mole de zancarrón. Esto lo atribuyó a una cuestión emocional, pues su mamá le dijo que pensaba en no morirle sin antes haber comido este platillo nuevamente.

Como bien menciona Le Breton, “la cocina da cuerpo en doble sentido a los individuos, ya que también les imprime la sensación de identidad” (Le Breton, 2009, pág. 275). A pesar de que los comensales pueden tener mayor afinidad con los antojitos que con los guisados más elaborados y que según los cocineros puede predominar la predilección por el mole de panza, hay conciencia en que el mole de zancarrón sin duda es uno de los platillos que le dan distinción al Carmen Serdán.

Al respecto, conviene decir, que otro efecto en la elección del espacio culinario es la preparación de otros platillos que probablemente no estén dentro del menú. Esto va estrechamente relacionado con el tipo de comensal, pues en estas cocinas se puede llevar los insumos y solicitarles a los cocineros que preparen la carne u otro guisado en específico. Para eso, don Carlos menciona: “Mientras tengas las cosas pues se hace, porque prácticamente lo quieren luego, les dan media hora para comer nada más” (González, 2023).

En esos casos, les cobra lo mismo que si se tratara de una comida corrida, es decir entre \$50 o \$70, y solamente les niega el servicio si tiene mucha gente, pues me parece que es considerado de su parte al saber lo valioso que es el tiempo que se toman para comer. Aunque puede haber clientes que pueden ser pacientes y esperar a que los preparen.

Igualmente, en el caso de “antojitos Rosita”, estos comensales que acudían con los insumos para cocinar son principalmente los carniceros del mercado. Aunque,

también pude observar que familias de los clientes que tienen una relación estrecha con ellas, pueden llevar carne para que acompañen con las memelas. A estos últimos, pueden darles un pequeño descuento al momento de cobrar la cuenta, ya que, como he mencionado, se trata de personas que ellas consideren amigos.

4.3.2 La compañía

Bien dicen que para saborear los alimentos lo ideal es tener compañía, es decir, desarrollar la comensalía²⁶. Ya que *“el gusto de la comida es entonces una cuestión de calidad de las relaciones para que la salsa cuaje o sea sabrosa, tanto como de calidad de las comidas”* (Le Breton, 2009, pág. 308). Es decir, no es meramente una cuestión que se limite a lo fisiológico con el gusto, sino que también hay un proceso sociocultural en “la mejora” del gusto.

Al respecto, hubo cierta diferenciación entre hombre y mujeres en el grupo de discusión, esto a causa del tema de la compañía al momento de comer. Todos los hombres coincidieron en que prefieren ir a comer en solitario:

“Yo no tengo problema, la verdad es que me gusta ir solo. Si voy a acompañado es mejor porque te motiva más. Me gusta mucho estar con la gente, con mis amigos y con conocidos. Pero si voy solo no tengo mayor problema como igual o tal vez más” (Vera, 2024).

En cambio, las mujeres indicaron que si se trata de un restaurante no tienen mayor problema en poder comer solas. Sin embargo, cuando se trata de un espacio más amplio y “expuesto” como lo son esas mesas de las cocinas en La Acocota, a algunas porque ir *“solita a comerse una torta no le sabe”* (Ortiz, 2024). Por ello, cuando compran comida en esas cocinas, optan por pedir para llevar a casa, sobre todo si viven cerca, *“... el motivo por el que me lo llevo a mi casa es porque es casero”* (Carrera, 2024).

Igualmente, esta misma comensal, quien se dedica a ser guía de turistas, mencionó que si llega a comer en el mercado es porque realiza sus compras y cuando hace los recorridos con turistas. Por lo conversado, también comentó que es en esos

²⁶ Para diferenciar de comensalidad, Le Breton lo relaciona a *“... una acción en común que restituye las sensaciones a la apreciación colectiva”* (Le Breton, 2009, pág. 307)

momentos en que debe de explicarles el concepto de los mercados en México, esto sobre todo para los turistas provenientes del extranjero.

En lo que respecta a los cocineros, don Carlos mencionó lo siguiente:

“disfruto un poco más de estar acompañado, porque si te sientas a comer tú solito, en mi caso, no me siento bien. Te vas acostumbrando y cuando vas a otro lado a comer, como que te sientes raro. Por eso procuramos ir en familia a comer, las pocas oportunidades que tenemos de salir” (González, 2023).

Aunque la mayoría de las veces, observé al señor Carlos comer en solitario, viendo la televisión. Igualmente, pude encontrarlo compartiendo la mesa con su hija, y en ocasiones, también su esposa comía con ellos. Cuando eso ocurría se tomaba un poco más de tiempo, ya que se estaban platicando y disfrutaban de los alimentos como de la compañía.

Por otro lado, en el caso de Teresa, es que por lo general prefiere comer sola y se sienta en el local que ahora es su puesto de aguas frescas, la razón es:

“para descansar un poquito —entre risas-... para que no me pidan aquí, me voy para el otro puesto. Es que apenas y me siento 5 minutos, todo el tiempo estoy parada. No me enoja que ellas se sienten y coman, pero yo cuando como no quiero que me molesten” (Portada, 2024).

En cambio, la señora Rosa, Laura, Araceli y las sobrinas de Tere, suelen comer juntas, a menos que tengan demasiado trabajo. Cuando es el caso, se turnan para comer, usualmente las primeras en comer son las niñas y la señora Rosita. Después, si es que ha disminuido la carga de trabajo, suelen comer juntas Laura y Araceli. En pocas ocasiones, llegan a comer incluso de pie o en casos muy extremos, no desayunan más las que doña Rosita y las niñas.

4.3.3 ¿Gastronomía o antojito? Lo que sí construye la comensalidad

En un inicio del segundo grupo focal, surgió una interesante discusión entre los participantes, ya que desde mi perspectiva y varios de ellos, cualquier platillo es parte de la gastronomía. Porque implica un conjunto de saberes y habitus, así se trate solamente de una quesadilla. Dicho punto surgió al realizar un breve ejercicio presentando las siguientes imágenes de ciertos platillos representativos de la cocina poblana y que se pueden consumir en un mercado o en restaurante de “alta gama”.



Imagen 6 De Facebook Supertortas Mary. Consultada el 2 de marzo de 2024.



Imagen 7 Del sitio Tripadvisor. Consultada el 2 de marzo de 2024.



Imagen 8 Del sitio Meganoticias. Consultada el 2 de marzo de 2024.



Imagen 9 Del sitio Food and Wine. Consultada el 2 de marzo de 2024.

Los interlocutores argumentaron que las cemitas no son “buenas”, porque el aguacate no está en buen estado, no contiene quesillo, sino queso y en poca cantidad, en otra exageraron con la porción de pápalo. En lo que respecta a la cemita “gourmetizada y gentrificada”, hubo total desaprobación, de hecho, para todos ninguna era lo suficientemente buena para consumir. Aunque uno de ellos, admitió que a pesar de que no le parece la cemita de chalupas, no tendría inconveniente en probarla.

Vale la pena agregar que, las chalupas se consideran un “antojito”, a modo de una “gastronomía” de menor rango que solamente cumple con una función de “entretener” el estómago y el paladar. Siendo que también influye en esa categorización, el momento en el que se consume, pues los “antojitos” se pueden encontrar más de noche. Los métodos de preparación también se deben contemplar en la clasificación de, lo que personalmente llamo “figuras gastronómicas”, porque a simple vista una orden de chalupas es más sencillo de preparar.

A raíz de lo anteriormente mencionado, una de las participantes indicó que las cemitas en sí ya son un platillo y que no requiere de otros guisados tanto o igual de complejos, por lo tanto, no hay sentido en que las cemitas se rellenen con otros platillos. Como había foráneos en el lugar, algunos mencionamos que, en cuestión del relleno de una cemita, optamos por la milanesa o la carne enchilada, o en su

defecto, una torta al estilo “chilango”. Como investigadora, no quise dar una opinión al respecto porque admito que tampoco es que me agrade del todo la cemita y evidentemente me inclino más por las tortas mencionadas.

De la imagen de los chiles en nogada, representa el que preparan en Casa Reyna, les fue muy fácil de identificar porque el plato es emblemático, además de que “están legitimados” porque el restaurante entrega un certificado del número de chile que el comensal está comiendo y que los ingredientes provienen de diferentes partes del estado. También les presenté la imagen del chile que prepara la esposa de don Carlos, que está en el capítulo anterior. Todos eligieron esta última imagen como la representación de algo más “tradicional” porque está de buen tamaño y tiene la cantidad adecuada de nogada.

Así mismo, surgió otro punto clave, pues es un tema muy discutido sobre si los chiles son o no capeados. La mayoría, siendo oriundos de la ciudad de Puebla, defendieron el hecho de que sí o sí deben estar capeados y no “encuerados”. Esto captó mi atención porque también algunos mencionaron que no son muy asiduos a la gastronomía poblana porque no es de su total agrado. No obstante, el que también vendan este platillo fuera de la temporada no lo ven con “buenos ojos”.

Como se ha dicho anteriormente, Harris (2017) señala que las preferencias y aversiones se relacionan con los costos y beneficios prácticos, mismos que no son equitativos en la sociedad. Puesto que, *“la capacidad de los grupos privilegiados para mantener altos niveles de nutrición sin compartir su ventaja con el resto de la sociedad equivale a su capacidad para mantener a raya a los súbditos en el ejercicio del poder político”* (Harris, 2017, pág. 19).

En ese sentido, aunque en esta investigación no hay tanta intromisión a lo político como tal, considero que los comensales tienen cierto capital cultural en diferentes ámbitos, siendo que en específico me quiero referir al cultural. De igual manera, algunos de ellos tienen la oportunidad de también contar el capital económico para haber acudido a Casa Reyna a consumir los chiles en nogada certificados, comentan que el precio no precisamente corresponde al sabor. Sin embargo, pienso

que esto depende del paladar de cada actor social, pues los demás, aunque este platillo tenga cierta fama en la ciudad de Puebla, no es tan accesible el costo y el único beneficio sería el certificado como un elemento de legitimización.

Otro proceso de diferenciación entre los comensales es el modo en que perciben lo que es el acto de comer. Pocos son quienes consideran que es meramente el satisfacer una necesidad biológica, una actividad básica que no desmerece disfrutar porque también lo consideran un placer. No obstante, son conscientes que el compartir la mesa es otra cuestión que complejiza y convierten el comer en un acto de alimentarse al involucrar sensaciones y emociones.

Para la mayoría de los comensales es principalmente disfrutar, implicar los sentidos: ver, oler y saborear. Porque cuando uno come simplemente por necesidad, tiene una alta probabilidad de comer lo primero que encuentre, lo haga en cualquier lugar y no importa, porque generalmente eso se hace cuando tenemos poco tiempo o estamos solos.

Es entonces que, *“la comida es una celebración en común, una culminación festiva del lazo social... Apela como contraparte a la felicidad gustativa de los invitados y a su saciedad. Compartir sabores responde al gusto de estar juntos”* (Le Breton, 2009, pág. 309). En las respuestas de estos actores sociales, mencionaba implícitamente, desde mi punto de vista, que cuando comen solos únicamente eran alimentos que quizás ni se les apetecía tanto, pero que tenían al alcance.

Para otra de mis interlocutoras, con el tiempo ha ido cambiando el significado de comer, debido a que en el pasado —hace 10 años— tuvo una relación complicada padeciendo algunos problemas alimenticios, por lo tanto, era un “suplicio”. En la actualidad, disfruta de comer e incluso de cocinar para su familia propia. El alimentarse va estrechamente ligado a las mamás, ya que son las primeras cocineras que buscan que los hijos como comensales gocen de la comida (Vera, 2024).

Bajo este tenor, también es importante pensar en la importancia de lo que llega a ser la mesa. Por lo que otro de los entrevistados, profesor oriundo del estado de Chiapas, mencionó una anécdota relacionada:

“... cuando salía de la escuela, mi madre abría una cervecita, siempre compartía conmigo un cachito y platicábamos mucho. Entonces, para mí, siempre ha tenido un sentido de mucha unidad, de amor. Tiene un significado muchísimo más allá de solo sentarnos para comer” (Vera, 2024).

Otro de los involucrados mencionó que:

“Prefiero cuando hay una mesa porque cuando es la barra no sé, hasta me siento más incómodo, así apretado no puedo estar. Mientras que, en la mesa puedo convivir con todo mundo. De pronto veo al me veo al mesero, al cocinero, a los que están al lado” (Romero, 2024).

Para otros, la mesa, además de ser un área de trabajo, coinciden en que es un punto de convivencia, así como de trabajo, como una base en donde se pueden llevar a cabo varias actividades. Como puede ser el crear la sobremesa porque después de comer, se pueden crear recuerdos a través de los juegos de azar y mesa.

4.4 Los comensales y la sociabilidad en la comensalidad de La Acocota

Se puede decir que los comensales que visitan las cocinas de La Acocota provienen de otras regiones del estado, otros municipios de la ciudad, barrios aledaños y, además, de otros estados y partes del mundo –siendo la minoría–. Cabe resaltar que, en el caso de la cocina de don Carlos y familia, quienes más consumen son personas que provienen del mismo barrio. Mientras que, en el caso de Tere y familia, sus comensales son variados, ya que reciben bastantes personas los fines de semana y, además, acuden más comerciantes –principalmente carniceros– a pedirles comida

4.4.1 Los tipos de comensalidad

Así mismo, como se había propuesto en el primer capítulo, se toma en cuenta la pertenencia de los comensales al barrio de La Luz. El señor Carlos comentó que sí, son personas que se encuentra en la calle y saluda, no obstante, no considera que

sean relaciones estrechas con esos clientes. Esto porque en ocasiones prefiere no saludar porque no siempre responden, además de que considera que puede malinterpretarse, especialmente cuando sus clientas van acompañadas, a pesar de que son de sus comensales frecuentes, o de mucho tiempo.

Bajo este telón, sucede en ambos espacios culinarios —“Robert & Lulú” y “antojitos Rosita”—, pero de los mismos actores sociales de La Acocota, como ya se ha dicho, hay varios comerciantes que les consumen “... *vienen de aquel lado —la zona seca—... es esporádico, pero sí vienen... la mayoría son de fuera*” (González, 2023). Se trata de aquellos que no tuvieron tiempo de hacer su comida y la frecuencia en que le piden es de cada tercer o cuarto día, a pesar de que sí hay algunos que llegan a requerirlo diario.

En cuanto a “antojitos Rosita”, Tere dijo que todos sus comensales son frecuentes, gracias a su presencia de 25 años en el mercado, “*ya estamos bien acreditadas, gracias a Dios y tenemos muchos clientes*” (Portada, 2023). Sobre la cuestión del consumo en el lugar y para llevar, mencionó que es muy parejo, ni más de uno, ni menos del otro. Hay algunos locatarios que les llegan a comprar, “*son casi la mayoría*”, en caso de que se les termine entonces ellas compran pollo o algo que les haga falta.

Sin embargo, tipificando la comensalidad que se desarrolla en el interior de La Acocota serían las siguientes: las laborales externas e internas —de actores sociales involucrados en el mercado—, en solitario, de convivencia familiar, para “curársela” y para encuentros con amistades. En lo que respecta a la primera mencionada, por lo general son oficinistas, quienes no siempre se pueden tomar el tiempo para poder saborear los platillos que pedían.

Si esta se distinguiera entre género, los hombres son quienes van en grupos más grandes, suelen pedir una cerveza, platillos caldosos —mole de panza—. Mientras que las mujeres, suelen ir en grupos más pequeños, es variado lo que llegan a pedir, como pueden solicitar la comida corrida como solamente puede ser algún platillo caldoso. Este tipo de comensales, suelen sentarse en las mesas que tienen pocos asientos, pocas veces se sientan en las mesas comunitarias.

Referente a la comensalidad laboral interna de los propio comerciantes de La Acocota, específicamente los carniceros van a solicitar a otros cocineros que les cocinen su carne. En el caso de los antojitos, además del asado como se ha dicho, también les piden la preparación en tacos, memelas, quesadillas, tlacoyos y que se les lleve hasta sus puestos, o ellos pasen por ello. Si bien no consumen en los espacios culinarios porque deben continuar laborando, pues al igual que los cocineros, deben tomar turnos para comer.

En el caso de los espacios culinarios estudiados, se llevan a cabo las comensalidades en familia y en solitario. Ya que por las dinámicas que se desarrollan en ellos, no es del todo posible que se puedan a sentar a comer todos juntos, por lo que, deben tomar turnos ya sea por familias nucleares –como en el caso de don Carlos–. O bien, en solitario como se observó con Teresa, quien prefiere comer por aparte para “tener un momento de tranquilidad”.

También suelen ir comensales en solitario, la mayoría de ellos son varones, de mediana y tercera edad. Algunos suelen tomar asiento en las mesas comunitarias, solicitan comida corrida y, especialmente los “abuelitos” son quienes prefieren hacer plática con alguien que se encuentre a un lado de ellos. Los de mediana edad, prefieren sumergir su atención en el celular revisando sus redes sociales, comen con un tanto de prisa para no quedarse mucho tiempo. Con respecto a las bebidas, suelen pedir refrescos, o bien, vasos de aguas frescas.

Las mujeres que acuden solas a comer en este espacio culinario, suelen ser las trabajadoras del ayuntamiento que se dedican a barrer y recoger la basura de las calles. En ocasiones, prefieren ordenar algún tipo de antojito, arroz con huevo o antojitos, ya que son los platillos más asequibles económicamente. Aun así, ellas suelen tomarse el tiempo para degustar su almuerzo, probablemente porque acuden cuando han concluido o avanzado gran parte de su trabajo.

El horario en que más concurrido es a partir de las 14:00 hasta las 16:00 aproximadamente, mientras que los fines de semana suele ser desde las 12:00 los sábados y después de las 10:00 los domingos en que la gente comienza a llegar a

este espacio culinario. Por lo que, eso también influye en el tipo de comensalidades que se llevan a cabo.

Los sábados es cuando usualmente acuden familiar nucleares, incluso acompañados de sus mascotas –principalmente perros de razas medianas y pequeñas–, quienes prefieren sentarse en las mesas comunitarias y piden guisados caldosos. Igualmente, llegan parejas de diversas edades y son quienes suelen preferir las mesas pequeñas para comer, en cuanto a lo que solicitan es más variado pues pueden ser desde las comidas corridas como lo más cotidiano como lo son los diversos tipos de moles.

Los domingos, observé que hay dos tipos de comensalidades: las familias extensas y la comensalidad para “curarse la cruda”. La primera suele involucrar a los abuelos de la familia, padres, tíos, hijos, primos y hasta bisnietos, estos se toman más tiempo para comer pues aprovechan para conversar entre ellos. La mayoría de las ocasiones llenan las mesas comunitarias, las preferencias alimentarias son variadas.

Por otro lado, los fines de semana por las mañanas, pueden acudir grupos de hombres que pueden ser amigos o familiares a “curarse la cruda”. De igual manera, se sientan en las mesas comunitarias o en una mesa mediana porque suelen ser grupos medianamente numerosos –entre 5 a 8 personas aproximadamente–. Este grupo de comensales se caracterizan por pedir los caldos picosos –como el mole de panza– y, además solicitan al menos una cerveza.

En el caso de las mujeres, suelen ir en pares a comer, igualmente se toman su tiempo para comer porque aprovechan para conversar “largo y tendido”. Bien sean hermanas o amigas, tienden a preferir guisados caldosos y, algunas veces, piden que les pongan un poco más de caldo o mole para prolongar la conversación. Las bebidas que eligen tienden más a ser del tipo de aguas frescas, y si es por las mañanas, un buen cafecito de olla.

Otro rasgo que también apoya la elección del espacio culinario es la atención y la relación social que se desarrolla entre cocinero – comensal. Pues, en el caso de

“Antojitos Teresa”, varios clientes mencionaban que acudían con ellas porque son muy amables. Como ejemplo, está el caso de dos hermanas que acuden a La Acocota desde que son niñas —aproximadamente 35 años—, que han seguido a la señora Rosa por los locales que ha ocupado esta cocina.

En el caso contrario, la señora Marina comentó que evita ciertas cocinas, por ejemplo, las “Cemitas Juanita” porque: “... *los de Juanita, son muy mal encarados y se sienten los reyes del mercado, eso me hace sentir incómoda, aunque me encanten sus semitas*” (Ortiz, 2024). En contraparte, en alguna conversación con don Carlos, mencionó que a veces los comensales llegan a ser groseros, pues le dejan más la sensación de exigencia que del servicio “*estás para servirle sí, pero en el pedir está el dar*” (González, 2023).

Las experiencias de ambas partes, considero que también forman parte de la comensalidad tensionada. Ya que, dentro de mis observaciones, me he percatado que, aunque son menos hay clientes que cuando solicitan sus platillos, no dicen “por favor”, “gracias” o por lo menos, que lleguen a las mesas y saluden. Sin embargo, reconozco que también puede haber este tipo de “malas actitudes” por parte de los cocineros.

Lo que también les puede llegar a causar cierta molestia por ambas partes porque, es el tiempo de espera a que sean atendidos los comensales. Ya que como puede haber clientes que son pacientes, como hay quienes prefieren retirarse, aunque ya se les esté preparando. Esto último, lo observé en ambas cocinas y puede mermar los insumos porque hasta que otro cliente lo pida lo pueden ofrecer, si no pues es una porción que quizás ellos como cocineros se lo tengan que llevar.

4.5 Estetización y significaciones sociales en la mesa: más allá de lo hegemónico y la distinción social

Finalmente, este capítulo tiene como tesis que, en esta construcción de la comensalidad, se entrelazan el espacio culinario, las prácticas, discursos, preferencias alimentarias y la apropiación espacial. Aportando así la importancias

de los significados emotivos que llega a tener la comida en relación con el gusto y las relaciones sociales con las cuales se comparte la mesa.

Con respecto a la espacialización, las prácticas y discursos que conforma los comensales la consideran “ordenada” —mismo que relacionan con lo limpio— a pesar de tratarse de un espacio de constante movimiento como lo es el mercado, gracias al esmero de los comerciantes con sus prácticas de higiene. En tanto a las cocinas específicamente, estas responden a lo popular (García Canclini, 1989) debido a que prefieren cubrir y prevenir futuras reposiciones de vajillas y utensilios, por ello recurren al acero y el plástico que son materiales sumamente resistentes. Mientras que la loza de barro evoca a la tradición y presentación de los guisados más elaborados.

Siendo así que la estetización también influye a la elección de los clientes de las cocinas, pues dejar a la vista cierto tipo de materialidades como son las grandes ollas de barro con palas de madera, invita y evoca a que se pueda saborear guisados “hechos como en casa”. Además de ser opciones accesibles en lo económico y un espacio social que reúne a muchas personas sin importar la distinción social. Pues como se ha establecido, llegan de varias partes de la ciudad y estrato social, lo cual puede definir si consumen en el lugar o eligen llevar a casa.

En tanto a la normatividad, acorde a los testimonios y observaciones, dentro de La Acocota los modales se relajan, no se puede asegurar que no existen porque hay otros clientes que no dejan de “conservar los buenos modales”. Considero que las personas se sienten en un espacio de confianza y en el cual se puede pasar un tanto desapercibido por el constante movimiento que hay. A pesar de que hay comensales que se pueden sentir muy visibles para los demás.

Por último, la comensalidad que da como resultado La Acocota está relacionada con la nostalgia²⁷ de quienes han vivido alrededor del mercado y de quienes suelen

²⁷ Si bien este concepto se relaciona con otro tipo de discusión teórica, se menciona porque algunos comensales señalaron locales y comercios que se encontraban en el mercado y que, en la actualidad, desaparecieron o ya no tienen la misma sazón y dejaron de frecuentarlos. No obstante, tienen muy presente ciertos guisados y antojitos que forman parte de los recuerdos de sus niñez.

frecuentarla porque satisfacen el paladar y el corazón. Compartir la alimentación, o intercambiarla, es un indicio de que hay cohesión, es lo tangible de la creación de lazos entre varios individuos (Le Breton, 2009) que no necesariamente deben de pertenecer a un mismo grupo.

Conclusiones

La aportación de esta investigación es el modelo de análisis es el disgregar los elementos que conforman la comensalidad en un espacio que no es el hogar y tampoco un restaurante “formal”. Ya que considero que un espacio como el mercado, se encuentra en una suerte de “limbo” entre lo doméstico y lo “extra cotidiano” porque al analizar los testimonios de cocineros y comensales se pueden sentir “como en casa” aunque también pueden estar más “expuestos”.

Metodológicamente, la implicación etnográfica me permitió observar parte de lo anteriormente mencionado de la sociabilidad, muchas veces los clientes se concentran en ser alimentados, pero qué hay de los cocineros. En varias ocasiones, quienes cocinas deben de comer de pie o hasta suprimir un tiempo de comida debido a la carga de trabajo. Lo que lleva a que no brinden una buena atención a sus clientes, o bien, que se deban contener para que eso no suceda.

Definitivamente, el recurrir a una herramienta tan valiosa, que no se contemplaba, como lo fueron los grupos de discusión, agilizó el acceder a lo que piensan algunos de los comensales que acuden. Sin embargo, faltó platicar con más clientes asiduos que acuden a comer con don Carlos y familia, pues en pocas oportunidades los clientes eran cooperativos para responder.

Considero que los elementos materiales que constituyen la comensalidad son principalmente la mesa y los utensilios, así como el mercado en sí mismo como un espacio dinámico. Debido a que los comensales señalan que las ollas de barro con palas de madera son lo que les parece atractivo del área de cocinas de La Acocota, así como los colores y olores que envuelven el ambiente.

Por lo que los platillos también cuentan como parte de lo material, pues la construcción del gusto, aunque también cuenta con cuestiones muy simbólicas, los comensales consideran que la sazón es significativa para la construcción de la comensalidad. Que, aunado con las materialidades, crean una comensalidad familiar llena de emosignificaciones, porque en cada entrevista emergieron los sentimientos ligados a los alimentos.

La mesa, como algo material, también tiene la relevancia tanto para los comensales como para los cocineros. Ya que, para los primeros, puede significar un punto de reunión para compartir y, materialmente es importante para los cocineros porque es el lugar en el que atienden a sus clientes, por ello es por lo que les cubren con materiales duraderos para conservarlas en mejor estado.

En lo que respecta al espacio culinario, queda más que claro que depende de esto el que las maneras de mesa se lleven o no, aunque está más ligado a lo simbólico, a la importancia de este espacio en el sentido social y además del culinario. Ya que relucieron la nostalgia por el mercado y el sentido de pertenencia e identidad, el primero porque muchos de los clientes lo conocen desde que son infantes y siguen en la búsqueda de esos sabores que disfrutaban en ese tiempo. Los otros dos aspectos, porque la comensalidad en el mercado pueden tomarlo como experiencia para quienes vienen de otros lugares y porque es un punto de referencia en la ciudad.

Otra cuestión de la que saco una conclusión es que la relación con el sistema alimentario local barrial claramente influye en la comensalidad y los modales de mesa. Ya que se construyen redes invisibles para los comensales, porque dependen de estos intercambios económicos los costos de los guisos. Los menús se piensan a los insumos que se tienen a la mano, y, debo de decir que el sistema objetual también, aunque no se dé de manera precisa solamente dentro del barrio de La Luz, como se esperaba. Dentro del sistema alimentario se considera la parte material, que no se puede reducir a los insumos únicamente.

Los que me lleva a lo siguiente, dependiendo del guiso, es que los modales se demostrarán, es decir, es evidente que no es lo mismo comer un mole de panza a una memela, para unos se deben utilizar los “objetos culturizados” (Lévi-Strauss, *Mitológicas III: El origen de las maneras de mesa*, 1970) como la cuchara. Si bien en lo que respecta a comer en el mercado, no siempre es necesario el uso de los cubiertos, pero en todo esto me hace pensar que no se considera el uso de desechables, que, dejando de lado la cuestión ambiental, se deberían de considerar para la comensalidad que se categoriza “para llevar”. Al igual que los recipientes de

plástico que la mayoría de los comensales proporcionan a los cocineros para que les den sus pedidos.

Por otro lado, desde casa nos educan con la moralidad respecto a los modales, como se estableció dentro del estado de la cuestión, esto es un indicador de ser una “buena persona”, denotan la distinción social y, coloquialmente, entendería que son la manera de “brillar en sociedad”. Sin embargo, la perspectiva de los comensales está dividida, mientras para unos cuantos es importante sea cual sea el espacio en el que se sienten a comer, para la mayoría piensa que no son tan relevantes.

Entonces, considero que en las mesas de La Acocota realmente no importan estos hábitos y prácticas de la buena educación. Asumo que es porque los comensales pueden relacionar este espacio culinario a sus propios hogares y por ello, sentirse con la confianza y comodidad para tener ciertas posturas y actitudes que solamente se dan cuando se está en casa. Por el lado de los cocineros no me causa extrañeza tales composturas, pues todos ellos lo ven como un segundo hogar y, de igual manera, también depende de la compañía en la que se está. Los cocineros están con sus familias y, por lo tanto, no hay impedimento, sin embargo, acorde al tipo de comensalidad en el que se esté realizando, los comensales pueden mantener o no las buenas maneras de mesa.

Es así como, mi propuesta de lo que llamé comensalidad tensionada aporta un nuevo enfoque en cuanto al estudio de la comensalidad, el espacio culinario y el sistema alimentario, porque únicamente las investigaciones se han concentrado en otros aspectos. Por ejemplo, sobre la comensalidad solo encontré textos que hablaban sobre la familia, las prohibiciones y lo ceremonial que hay en ello. Del espacio culinario se habla sobre las prácticas alimentarias, lo que se debe de considerar sobre el consumo desde un sentido económico, los saberes culinarios y la importancia que tienen los mercados como un lugar donde se aprecia la riqueza de la biodiversidad del país.

Así mismo, se propuso como parte del modelo etnográfico sobre la comensalidad que no es en casa. Es decir, el uso y materialidad de los utensilios más la influencia

en la elección y predilección de los consumidores. Esto debido a que las personas saben que lo preparado en cazuelas de barro tienen un mejor sabor, o del sabor único que produce la mancuerna de la manteca con el maíz en platillos más simples de elaborar como las memelas. Durante los últimos años, los estudios desde la nutrición y del discurso médico, se han dado malas connotaciones a este tipo de prácticas, a pesar de que es importante la comprensión del porqué continúa esta preferencia y el modo de consumo.

Igualmente, parece que no hay mucho abordamiento sobre la construcción del gusto relacionado con la comensalidad, lo que evocan de la mano con relación a los cocineros que no sean figuras maternas o familiares. Lo que me llevó a la sociabilidad de los alimentos, esas tensiones que pueden causar las maneras de hablar fuera del papel de la sobremesa.

Retomando la hipótesis que se estableció, la comensalidad sí es producto de la sociabilidad, las preferencias alimentarias y la distribución de las mesas. En tanto a las maneras de mesa, es verdad que tiene parte clave de la construcción social de la comensalidad, pero considero que para muchos pasa a un segundo plano. La jerarquización y distinción social se objetivó en los discursos de los comensales, aunque siendo ayudante en una de las cocinas, esto puede pasar un tanto desapercibido porque no hay prioridad para servir los alimentos. Así mismo, las emosignificaciones son parte primordial tanto de la construcción de gusto como de la propia comensalidad.

El compartir o no la mesa y los alimentos, lleva a que las preferencias se lleguen a modificar por las emosignificaciones por lo que esta investigación aporta a en ese sentido a la antropología de la alimentación. Puesto que las añoranzas por ciertos platillos y cocineros involucrados en el mercado La Acocota surgieron entre los actores sociales. Así como la dimensión simbólica del sistema alimentario y la construcción del gusto, porque la mayoría de las investigaciones sobre alimentación se han enfocado en lo biológico, los usos rituales y frecuencia de consumo en los hogares, pero no en espacios sociales cotidianos como lo es un mercado.

Aunado a eso, el que la estetización también conforme la comensalidad no se había estudiado desde un mercado, debido a que únicamente este tema se ha enfocado a los restaurantes. Las materialidades, los platillos y el espacio no se habían estudiado como lenguaje, sino que se ha dado por sentado culturalmente, sin embargo, en esta investigación considero que se habla de un nuevo lenguaje a través de estos elementos como lo cocido, la loza de barro y la mesa, y lo asado, el acero y una barra. Dando como resultado el reforzamiento de relaciones sociales, familiares, de amistad y económicas a través de los alimentos.

Finalmente, es difícil desafanarme de mi formación inicial como nutrióloga, pero considero que el acercamiento con la antropología es un gran apoyo para obtener una mejor comprensión de las elecciones y preferencias alimentarias. La comensalidad y las maneras de mesa son partes fundamentales al alimentarse, las personas pueden sentirse mejor alimentadas cuando tienen compañía. Aun así, tengo la convicción de que, a partir de esto, se pueden crear herramientas para mejorar la atención a quienes acuden con los especialistas.

Sin embargo, falta mucho por discutir con las maneras de mesa y la visión nutricional, ya que estas se modifican por el espacio, la compañía y los “tipos de mesa” que las personas lleven a cabo. Esto abre cierta discusión entre la antropología simbólica y de la alimentación, mientras que nutricionalmente, permea en las elecciones que toman las personas cuando deben sentarse a comer. Considero que se debería hacer investigación también con la comida callejera y otros espacios culinarios para así hacer la comparativa para observar las persistencias y modificaciones.

Bibliografía

- Acero, R. (23 de noviembre de 2023). organización social y espacial. (D. Hernández, Entrevistador)
- Aguilar, P. (2010). El maíz en la evolución cultural de Mesoamérica: desarrollo de saberes e inteligencia alimentaria. *Diario de campo*, 23-28.
- Aguilar, P. (2012). *El sistema cultural de la alimentación. Una aproximación de teoría y método para los estudios de antropología de la alimentación*. España: Editorial Académica Española.
- Barros, C. (2010). La alimentación en México. Entre la tradición y la modernidad. *Diario de campo*, 49-54.
- Barthes, R. (1993). 2. Dominios. En R. Barthes, *La aventura semiológica* (págs. 217-280). Barcelona: Paidós.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2003). I. Los fundamentos del conocimiento de la vida cotidiana. En P. Berger, & T. Luckmann, *La construcción social de la realidad* (págs. 34-63). Buenos Aires: Cultura Libre.
- Bertrán, M. (2006). Significados socioculturales de la alimentación en la Ciudad de México. En M. Bertrán, & P. Arroyo, *Antropología y nutrición* (págs. 221-236). Ciudad de México: Fundación Mexicana para la Salud & Universidad Autónoma Metropolitana.
- Bertran, M. (2010). Acercamiento antropológico de la alimentación y salud en México. *Revista de Saúde Colectiva*, 387-411.
- Bertrán, M., & Pasquier, A. (2020). Introducción. En M. Bertrán, & A. Pasquier, *Alimentación, salud y sustentabilidad. Hacia una agenda de investigación* (págs. 15-28). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Bourdieu, P. (1990). Espacio social y génesis de las "clases". En P. Bourdieu, *Sociología y cultura* (págs. 205-228). Ciudad de México: Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1998). El habitus y el espacio de los estilos de vida. En P. Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. (págs. 169-222). Taurus.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2007). 3. Estructuras, habitus, prácticas. En P. Bourdieu, *El sentido práctico* (págs. 85-106). Buenos Aires: Siglo XXI.

- Cabrera, V., & Tenorio, L. (2006). Programa Angelópolis en la zona monumental de la ciudad de Puebla, México. *Ciencia Ergo Sum*, 7-14.
- Carbonell, E. (2004). 3. El tiempo, las condiciones ecológicas y la organización social. Evans-Pritchard: el cómputo del tiempo como reflejo de la organización social. En E. Carbonell, *Debates acerca de la antropología del tiempo* (págs. 37-48). Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- Carbonell, E. (2004). Introducción. Tiempo y cultura. En E. Carbonell, *Debates acerca de la antropología del tiempo* (págs. 9-12). Barcelona: Publicaciones de la Universitat de Barcelona.
- Carrera, F. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión sobre comensalidad. (D. Hernández, Entrevistador)
- Certau, M. d. (1999). *La invención de lo cotidiano 2: habitar, cocinar*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Clotet, R., Colomer, Y., Jarauta, E., & Mayor, F. (2013). El sistema alimentario global: I-Definición de un espacio. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 13-32.
- Corona, E. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión. (D. Hernández, Entrevistador)
- De Certeau, M. (2000). Capítulo III. Valerse de: usos y prácticas. En M. De Certeau, *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer* (págs. 35-52). Ciudad de México: Cultura libre.
- De Certeau, M. (2000). Introducción. En M. de Certeau, *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer* (págs. XLI-XVIII). México: Universidad Iberoamericana & Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Díaz, J. (1 de Abril de 2023). presentación y contexto. (D. Hernández, Entrevistador)
- Durkheim, E. (2001). I. ¿Qué es un hecho social? En D. Emile, *Las reglas del método sociológico* (págs. 38-52). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Flores, C. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión. (D. Hernández, Entrevistador)
- Franco, S. (2010). Aportes de la sociología al estudio de la alimentación familiar. *Luna azul*, 139-155.

- García Canclini, N. (1989). Entrada. En N. García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (págs. 13-26). Ciudad de México: Grijalbo.
- García, C. (24 de febrero de 2023). Entrevista: sobre el mercado como espacio. (D. Hernández, Entrevistador)
- Giard, L. (1999). Capítulo X. Artes de alimentarse. En M. d. Certeau, *La invención de lo cotidiano 2: habitar, cocinar* (págs. 153-174). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Giménez, G. (1994). Apuntes para una teoría de la región y de la identidad regional. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 165-173.
- Giménez, G. (1999). Territorio, cultura e identidades la región socio-cultural. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 25-57.
- Gómez, S. (2018). La "gourmetización" de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, 1-8.
- González, C. (7 de Diciembre de 2022). Entrevista de la organización social del mercado. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (28 de septiembre de 2022). presentación. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (7 de diciembre de 2022). sistema alimentario. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (25 de febrero de 2023). entrevista sobre los cambios en La Acocota. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (10 de agosto de 2023). introducción sobre la comensalidad. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (21 de enero de 2023). organización espacial y social. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (15 de abril de 2023). platillos de temporada. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (2 de agosto de 2023). proveedores y rutina. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (4 de agosto de 2023). rutina y prácticas de higiene. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, C. (17 de agosto de 2023). saberes, relación comercial y sistema objetual. (D. Hernández, Entrevistador)

- González, C. (23 de noviembre de 2023). sentires sobre cocinar y trabajar en la acocota. (D. Hernández, Entrevistador)
- González, R. (29 de diciembre de 2018). La Acocota Mercado debe su nombre a la batalla de Puebla. *Milenio*, pág. s/d.
- Good, C. (2019). Prácticas alimentarias en México y el papel estratégico de los mercados y ferias campesinos. *Mirada Antropológica*, 119-142.
- Harris, M. (2017). 1. ¿Bueno para pensar o bueno para comer? En M. Harris, *Bueno para comer. Enigmas de alimentación y cultura* (págs. 13-21). Madrid: Alianza Editorial.
- Hernández, A. (2000). "*La vivienda en los barrios tradicionales de Puebla (El Alto, Analco, La Luz y Xanenetla)*". Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hernández, M. (6 de febrero de 2024). comensalidad. (D. Hernández, Entrevistador)
- Le Breton, D. (2009). 1. Una antropología de los sentidos. En D. LeBreton, *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. (págs. 19-49). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2009). 7. El alimento es un objeto sensorial total. En D. Le Breton, *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos* (págs. 257-266). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2009). 8. Del gusto en la boca al gusto de vivir: una gustación del mundo. En D. Le Breton, *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos* (págs. 267-314). Buenos Aires: Nueva visión.
- Lefebvre, H. (2013). El espacio social. En H. Lefebvre, *La producción del espacio* (págs. 125-216). España: Capitán Swiny.
- Leicht, H. (2016). *Las calles de Puebla*. Puebla: Gobierno del Estado de Puebla y Secretaría de Cultura y Turismo.
- León, M. (4 de mayo de 2023). sistema alimentario II. (D. Hernández, Entrevistador)
- Lévi-Strauss, C. (1970). *Mitológicas III: El origen de las maneras de mesa*. México: Siglo XXI.
- Lévi-Strauss, C. (2012). El triángulo culinario. *New Society*, 937-940.
- Licona, E., García, I., & Cortés, A. (2019). El espacio culinario. Una propuesta de análisis desde la antropología de la alimentación. *Antropología experimental*, 165-172.

- Licona, E., Pérez, M., & Licona Gámez, S. (2021). El sistema de intercambio socializante en dos tianguis del estado de Puebla: La Purísima, Tehuacán y Santiago Mixquitla, San Pedro Cholula. En S. Moctezuma, & D. Sandoval, *Mercados y tianguis en el siglo XXI* (págs. 177-189). Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Lisbona, M. (21 de Diciembre de 2014). *academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/40608388/Steffan_Igor_Ayora_Diaz_Foodscape_s_Foodfields_and_Identities_in_Yucat%C3%A1n_Amsterdam_Centro_de_Estudios_y_Documentaci%C3%B3n_Latinoamericanos_2012: https://www.academia.edu/40608388/Steffan_Igor_Ayora_Diaz_Foodscape_s_Foodfields_and_Identities_in_Yucat%C3%A1n_Amsterdam_Centro_de_Estudios_y_Documentaci%C3%B3n_Latinoamericanos_2012
- Luna, R. (2016). *Cultura alimentaria de familias alfareras en el Barrio de La Luz, Puebla*. Puebla: Benémerita Universidad Autónoma de Puebla.
- Mauss, M. (1979). *Ensayo sobre las variaciones estacionales en las sociedades esquimales*. Madrid: Tecnos.
- Mayol, P. (1999). El barrio. En M. De Certau, P. Mayol, & L. Giard, *La invención de lo cotidiano 2: habitar, cocinar* (págs. 5-12). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Messer, E. (2006). Globalización y dieta. En M. Bertran, & P. Arroyo, *Antropología y nutrición* (págs. 27-74). Ciudad de México: Fundación Mexicana para la Salud A.C. y Universidad Autónoma Metropolitana.
- Mintz, S. (1996). 1. Comida, socialidad y azúcar. En S. Mintz, *Dulzura y poder* (págs. 29-46). Ciudad de México: Siglo XXI editores.
- Mintz, S. (2003). Introducción. En S. Mintz, *Sabor a comida, sabor a libertad* (págs. 21-38). Ciudad de México: Ediciones de la Reina Roja, CONACULTA, CIESAS.
- Miranda, A., & Favila, H. (2012). La comida y su protocolo. Sentido y significado de los modales de mesa entre los otomíes de la comunidad de San Gregorio Macapexco - México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 1578-1593.
- Moctezuma, S. (2021). Introducción. En S. Moctezuma, D. Sandoval, & coords, *Mercados y tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas*. (págs. 11-20). Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Ortiz, M. (3 de agosto de 2023). Contexto histórico del Barrio de La Luz. (D. Hernández, Entrevistador)
- Ortiz, M. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión. (D. Hernández, Entrevistador)

- Parra, F. (1981). ¿Para qué sirve la teoría de sistemas en sociología? *REIS*, 77-111.
- Portada, T. (14 de agosto de 2023). dinámicas comerciales. (D. Hernández, Entrevistador)
- Portada, T. (2 de agosto de 2023). entrevista contextual del espacio culinario. (D. Hernández, Entrevistador)
- Portada, T. (7 de agosto de 2023). sobre el mercado. (D. Hernández, Entrevistador)
- Portada, T. (22 de enero de 2024). significados de la comensalidad y prácticas de higiene. (D. Hernández, Entrevistador)
- Ramírez, A. (2014). *Imagen urbana en el Barrio de La Luz, Puebla, Puebla*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Reyes, E. (10 de noviembre de 2021). En 1952, el mercado Carmen Serdán estuvo a punto de cerrar sus puertas. *El Sol de Puebla*, pág. S/N.
- Robles, P. (25 de enero de 2023). organización espacial de La Acocota. (D. Hernández, Entrevistador)
- Romero, G. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión sobre comensalidad. (D. Hernández, Entrevistador)
- S/A. (10 de enero de 2024). *CasaReyna Hotel-Restaurante*. Obtenido de Descubre la historia: <https://www.casareyna.com/es/historia.php>
- Serrano, L. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión. (D. Hernández, Entrevistador)
- Sinchi, E., & De Campo, A. (2019). Comensalidad en el contexto fúnebre al sur de los andes ecuatorianos. *Revista Pucara*, 95-116.
- Solorio, E., & Guerrero, A. (2017). El Bajío como región culinaria: identidad y cocina en un área cultural de México. En E. Licona, & A. Cortés, *Alimentación, cultura y espacio. Acercamientos etnográficos*. (págs. 15-36). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y Facultad de Filosofía y Letras.
- Teresa. (22 de enero de 2024). significados y prácticas de limpieza. (D. Hernández, Entrevistador)
- Unigarro, C. (2015). Sistemas alimentarios y patrimonio alimentario. Transcultiraciones en el caso ecuatoriano. *Antropología Cuadernos de Investigación*, 21-34.

- Vacas, V. (2008). Cuerpos, cadáveres y comida: canibalismo, comensalidad y organización social en la amazonia. *Antípoda*, 271-291.
- Valero, R. (3 de Marzo de 2023). presentación y contexto. (D. Hernández, Entrevistador)
- Vera, S. (9 de marzo de 2024). grupo de discusión sobre comensalidad. (D. Hernández, Entrevistador)
- Villagómez, P. (2021). Alimentar a otros para alimentar a los propios: dualidades y desigualdades de la venta del trabajo de alimentar en la Ciudad de México. *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 1-31.

