



**Propuesta de Conceptualización del Producto Gastronómico, Caso: El Mole.
Un Acercamiento desde la Gastronomía**

ENSAYO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciada en Gastronomía

PRESENTA

Diana Irma Millán Gómez

DIRECTORES

Dr. Tirzo Castañeda Martínez

M. A. R. D. T. y T. A. Andrés José Antonio Juárez Ortega

ASESOR

L.G José Antonio Suarez Ríos

TENANCINGO DE DEGOLLADO 22 DE JUNIO DE 2020.

Contenido

Resumen	3
1. Introducción	4
2.1. La interrelación del patrimonio cultural y la cultura como patrimonio.....	7
2.2. El patrimonio cultural alimentario.....	11
2.3. La gastronomía en la significación de la cultura mexicana.....	15
2.4. El producto gastronómico en la perspectiva de la disciplina	17
2.5. Las diferentes etapas del proceso gastronómico.....	24
2.5.1. Los pasos del proceso gastronómico	24
2.6. El mole en la gastronomía mexicana.....	32
2.6.1. El mole como herramienta para explicar el producto gastronómico.....	43
2.6.2. Clasificación de moles según el producto gastronómico.....	43
2.7. El mole como producto gastronómico.....	44
3. Conclusiones.....	52

Resumen

El siguiente ensayo se propone el concepto de producto gastronómico tomando de ejemplo el mole, un alimento distintivo y emblemático de la cocina mexicana, a la vez, patrimonio cultural y gastronómico del país. La divergencia conceptual y práctica del término producto gastronómico obliga a su contextualización en la gastronomía. En este sentido, Bernáldez (2015) realizó un análisis epistémico y aportó tres conceptos de la gastronomía: 1) como construcción social que agrupa un corpus de normas y juicios de valor sobre lo que se considera como bueno para comer; 2) como una actividad económica orientada a la oferta de productos, servicios y bienes de consumo, condicionados por los recursos económicos para su adquisición; 3) como área de conocimiento que se encarga del estudio de los alimentos, comidas, cocinas, cuisines, comensalidad y los valores asociados a ella. En un esfuerzo en la comprensión de la complejidad que rodea al término producto gastronómico, su conceptualización y practicidad desde los diferentes contextos sociales, se decidió analizar y contextualizar el mole como producto gastronómico distintivo de las regiones de México, esto es desde su concepto. El trabajo pretendió realizar un análisis conceptual de la gastronomía como área del conocimiento de los alimentos a través del producto gastronómico y las etapas de transformación del proceso. El método de seguimiento analítico fue el cualitativo y el documental, como base metodológica. El mole es un producto gastronómico tangible que resulta de diferentes etapas de transformación de los alimentos, llamado proceso gastronómico. El producto gastronómico es obtenido de diferentes procesos, en este trabajo se identificaron dos: el industrial y el culinario, este último presentó dos vertientes, el culinario contemporáneo y el considerado culinario-tradicional.

Palabras clave: Mole; Alimentos; Producto Gastronómico; Proceso Gastronómico.

1. Introducción

El mole es el nombre que recibe uno de los platillos más emblemáticos de la República Mexicana, aunque su elaboración culinaria es diversa y regional, la constante en general es una salsa especiada a base de chiles, frutos secos, semillas, especias y verduras, y la cual se usa para bañar diferentes tipos de carnes (res, aves, cerdo). Al ser un alimento de larga preparación en la cocina y con la utilización de diversos ingredientes, su consumo se orienta hacia diferentes celebraciones representativas del país: los religiosos como los bautizos, bodas y fiestas patronales; pero también en reuniones familiares como los cumpleaños o los aniversarios de boda.

Lo emblemático de este platillo propicia diferentes expresiones en los mexicanos, referentes a la invitación a la mesa, algunas comunes de escuchar son: “Y, ¿cuándo el mole?”, “me invitas al mole”, o, “ya huele a mole”. Estas frases hacen referencia las distintas celebraciones en el país, pero el mole también otorga un sentido de arraigo e identidad nacional, pues no se trata únicamente de la simple palabra o de un proceso de elaboración, el mole es todo un concepto de vida e historia mexicana. La complejidad del platillo, sus características y el uso, han sido parte de todo un proceso de años de evolución, de orígenes prehispánicos y de sinergia con la época colonial; incluso, de diversos grupos étnicos nacionales y extranjeros.

El mole, conceptualizado como un producto de la gastronomía mexicana posibilita incluso el análisis de la geografía de los lugares, ejemplo de ello es el estado de Oaxaca, estado que ostenta la diversidad de los siete moles, cada uno representa una de las siete regiones en las cuales se subdivide este estado mexicano. El arraigo entre un alimento elaborado como el mole, y una persona, el mexicano, ha hecho que su producción se extienda a diversos campos y formas de elaboración, desde la manera artesanal hasta la masiva. Es esta interrelación compleja la que obliga a realizar algunos cuestionamientos ¿El mole proveniente de cualquier lugar puede considerarse un platillo típico y representativo? ¿El industrializar cierto alimento propicia que su valoración cambie o disminuya? Aunque el mole tenga el

mismo nombre y en general, se utilicen los mismos ingredientes ¿qué es lo que diferencia uno de otro?

Este ensayo pretende analizar al producto gastronómico tomando como ejemplo al mole en la cultura mexicana, para ello se consideraron tres tipos de mole y su consumo según su elaboración: el comercial, el tradicional y el de restaurantes. El mole en la gastronomía mexicana precisa de su contextualización social, es por ello que se desglosó un conjunto de temáticas interrelacionadas en este ensayo: el patrimonio cultural, el patrimonio alimentario y la relación que tiene con la gastronomía mexicana, el consumo del mole en México y los tipos de mole. Dada la complejidad que rodea al término producto gastronómico, su conceptualización y practicidad desde los diferentes contextos sociales, se decidió analizar y contextualizar al mole como producto gastronómico distintivo de México, esto es desde su concepto, que en palabras de Canguilhem, citado por Bernáldez, (2015) es el “esfuerzo teórico para captar la verdad de los objetos y fenómenos y, que al mismo tiempo, contienen la médula del esfuerzo de toda teoría en tanto pretende tener conocimiento cierto sobre aquello que estudia”.

Existen diversas áreas de conocimiento que estudian los alimentos y su consumo, por un lado, las ciencias naturales como la química, la nutrición, la biología en la composición de la comida y la ingesta; por otro lado, las ciencias sociales, por ejemplo, la sociología alimentaria, la antropología alimentaria, la economía en los procesos de administración de los alimentos. Analizar el mole a través de lo sensorial, posiblemente no redunde en diferencias significativas en sabores, texturas o aromas; el enfoque químico tal vez no proporcione resultados de gran variabilidad; el abordaje desde un enfoque económico, antropológico o social, obligaría centrar la atención en el consumo. Es desde esta manera de pensar que este trabajo pretendió el análisis del mole desde la óptica de producto gastronómico, del proceso de transformación, de los tipos de proceso y producto, desde las formas de elaboración y desde el consumo.

Los platillos a base del mole que son elaborados en las festividades, en restaurantes o en forma comercial utilizan los mismos ingredientes en mayor o menor medida, pero no se puede hablar de una homogeneidad en el proceso de elaboración, ni estudiar de la misma manera, el contexto de elaboración, la adquisición de los insumos, así como el lugar y las personas que los consumen son totalmente diferentes, cabe entonces preguntarse Teniendo en cuenta que este platillo se elabora en casi toda la república mexicana ¿Cuándo se considera y qué elementos lo definen como un producto gastronómico?

En México el mole es un plato típico para distintas celebraciones, aunque es elaborado con mayor disposición en las festividades religiosas y/o familiares. Su elaboración es de cuatro horas aproximadamente (Larousse, 2015). Este mismo platillo, es uno de los platos estrella del restaurante Pujol, considerado como uno de los mejores restaurantes de México. El mole también ha sido industrializado y vendidos de manera envasada por marcas comerciales a costos muy accesibles.

2. Desarrollo del tema

En este apartado se describen y analizan algunas temáticas relacionadas con el producto gastronómico, tema de interés de este trabajo. Dada la confusión que tiene el patrimonio con la cultura se intenta precisar su interrelación intrínseca y con los alimentos desde el estudio de la gastronomía. De esta manera es que se asume la trascendencia de la cultura de los alimentos como un patrimonio y como este trasciende en la cultura mexicana con productos distintivos y representativos en todo el país, como es el mole mexicano: tradición, identidad, cultura y patrimonio en un todo llamado, producto gastronómico distintivo de México.

2.1. La interrelación del patrimonio cultural y la cultura como patrimonio

El patrimonio se asume una construcción social de largo plazo, que conlleva cierta invención y cierto proceso complejo de atribución de valores. Una construcción social no exenta de continuos cambios, ni del dinamismo de las sociedades (Llull, 2005; Prats, 2000; García, 1998). En este sentido, el patrimonio se asume entonces un proceso cultural, sustentado en la construcción de conocimientos, pero también como un conjunto de objetos y manifestaciones de la producción humana; una especie de herencia histórica que detenta los elementos significativos de identidad de los pueblos. Las manifestaciones y objetos representan así mismo el testimonio del progreso de las sociedades, tienen por tanto una función referencial, por ello se les considera bienes culturales, que, de acuerdo con el valor otorgado, se clasifican en tres grandes categorías de valor: el de uso; el formal y el simbólico significativo (Llull, 2005; Prats, 2000).

El valor del patrimonio está asociado a su vez al valor histórico y estético de las cosas. De esta manera, el valor histórico se divide en los tres grandes conceptos generales mencionados: el valor de uso, valor formal y valor simbólico (EVE, 2014). En general, el valor de uso hace referencia a la satisfacción de la necesidad material; el valor formal está relacionado con el aprecio que las personas le proporcionan al o los objetos; y finalmente, el valor simbólico es el significado que las personas le otorgan al patrimonio.

Dada la confusión entre el concepto patrimonio cultural y la cultura como patrimonio, es necesario hacer algunas aclaraciones. El patrimonio es un fenómeno cultural, está constituido por recursos, los cuales se heredan y de los cuales se vive, por tanto, se modifican con el tiempo, se incrementan, evolucionan hacia nuevas formas y en algún momento de la vida, algunos aspectos de ese patrimonio, desaparecen a partir de que dejan de cumplir una función social. Su legado está implícito y explícito entre las responsabilidades sociales admitidas y sus aspectos tradicionales coexisten con la innovación, de tal forma que el pasado se integra en el presente (García, 1998).

De acuerdo con García (1998), la cultura es un atributo de los grupos humanos. Se asume como patrimonio, como forma de vida y su contenido son fundamentalmente recursos. Por tanto, la cultura es el patrimonio en sentido estricto y las colectividades los sujetos de la cultura, son quienes establecen la relación de uso con los recursos, los cuales no tienen ninguna organización general, al margen de su misma puesta en práctica. El patrimonio encuentra su sentido práctico-conductual en la cultura de la diversidad y en la innovación constante, en la tradición y en las identidades. Al referirnos al patrimonio cultural se hace énfasis en los símbolos, no en indicadores culturales, es decir, que el patrimonio está construido con modos culturales estereotipados y controlados, convertidos en signos. En síntesis, el patrimonio es una representación de la cultura y sus referentes; es un fenómeno social, histórico y concreto.

En términos del valor otorgado al patrimonio, la primera significación valórica que se asignó al patrimonio cultural fue el de riqueza personal, con una facultad de posesión implícita y una ponderación monetaria –Grecia Clásica-. Con el devenir del tiempo, del carácter utilitario y económico, los bienes culturales transitan hacia una consideración estética y antropológica. Así, en el imperio romano, el patrimonio adquirió una connotación pedagógica y de buen gusto. Posterior a la Revolución Francesa, el patrimonio histórico y cultural se concibió como bien público, con ello, la nacionalización de los objetos y de servicios a las colectividades. De esta manera, los bienes patrimoniales y culturales transitan de elementos significativos del acervo

cultural de las naciones, hacia una significación con atributos de creación, así como de expresión folclórica y de expresión etnográfica (Llull, 2005).

Para las primeras décadas del siglo XX, se promueven iniciativas, sobre todo en Europa, que conciben la cultura no solo desde un sentido estético, histórico y pedagógico, sino también desde una óptica de recuperación de las tradiciones y los aspectos culturales. La política toma partido y a través de ciertos proyectos es que se conciben ciertas acciones democratizadoras de la cultura, que hicieron accesible el patrimonio para la mayoría de las personas. Una de las consecuencias de estas acciones fue el desarrollo de la gestión cultural, pública y privada, que convirtió a los ciudadanos en espectadores y consumidores de exposiciones de arte, festivales de cine, ferias de libros y fiestas, entonces la cultura ya como negocio adquirió una interesante forma de expresión, auspiciada por las industrias orientadas a su reproducción y su comercialización –obras de arte, libros, música-, que tratan a su vez de generar los hábitos de consumo (Llull, 2005).

En la búsqueda del consumo, la mayoría de las actividades culturales se canalizan al ocio y al turismo, hacia las formas de disfrutar la cultura, en el tiempo libre de las personas. El nivel de vida de las sociedades, la privatización de las condiciones de vida, la democratización del espacio y del tiempo libre, así como la legitimación moral del hedonismo, han convertido a las actividades culturales, en los términos del turismo y del ocio, en un fenómeno de masas. El consumo masificado ha tenido consecuencias innegables en la difusión del conocimiento del patrimonio, en ocasiones, vinculado a una actitud de valoración y preocupación, pero también el impacto de la visita ha alterado la percepción social y el uso del patrimonio. La sociedad adquiere conocimiento icónico del patrimonio cultural, pero la visión que obtiene es meramente fotográfica y en ocasiones, totalmente descontextualizada de la significación original (Llull, 2005; Prats, 2000).

Una perspectiva más ética y educativa entre población y patrimonio cultural emerge a finales de 1970, con la noción de la democracia cultural, que pretendió convertir la cultura en un ámbito de desarrollo personal y de participación social. Es así que organismos como la UNESCO –Organización de las Naciones Unidas para la

Educación, la Ciencia y la Cultura- y el Consejo de Europa, pretendieron que la población se inmiscuyera activamente en los procesos culturales y fuera a la vez protagonista, de tal manera que la cultura tuviera plena significación social y por su carácter participativo, constituyera una alternativa eficaz de consumo, favoreciendo que las personas configuren su acervo cultural, mediante el aprendizaje significativo y la recuperación de los signos de identidad que definen a cada sociedad, cuidando las distintas formas de relación entre personas y el patrimonio cultural (Llull, 2005; Prats, 2000).

El patrimonio cultural es entendido también como riqueza colectiva y en los términos del concepto como fenómeno, los alimentos y el arte culinario mexicano configuran también un sistema cultural que rebasa los aspectos gastronómicos, tanto por su involucramiento en la religiosidad, rituales y tradiciones de siglos e incluso milenios, como por su vigencia en el siglo XXI. De esta manera es que la cocina mexicana se asume un fenómeno cultural, asociado a diferentes connotaciones, por ejemplo, al ciclo de vida y al ciclo agrícola, pero es también una matriz de conocimientos enriquecida por diferentes etapas de mestizaje que perviven en la actualidad: en el surco, en la milpa, la cocina, la mesa, los templos y cementerios, así como en las costumbres del pueblo. Es también un factor de cohesión social de los diferentes estratos sociales y un elemento de identidad nacional (Iturriaga, 2007).

En suma, un patrimonio es: “todo aquello que socialmente se considera digno de conservación, independientemente de su interés utilitario; abarca también lo que comúnmente se conoce como patrimonio natural, en la medida en que se trata de elementos y conjuntos naturales culturalmente seleccionados” (Prats, 1998). En estos términos, un patrimonio cultural es el conjunto de manifestaciones u objetos nacidos de la producción humana, que una sociedad ha recibido como herencia histórica. Se consideran bienes culturales aquellos objetos y manifestaciones de carácter histórico y artístico, pero también los de carácter de archivo, documental, bibliográfico, material y etnográfico, junto con las creaciones y aportaciones del presente y el denominado legado inmaterial (Peñalba, 2005).

Peñalba (2005) destaca al menos cinco características del patrimonio cultural: los bienes pueden ser tangibles o intangibles; su importancia recae en la construcción y/o formación de la identidad de una sociedad, sustentada en la conformación de ciertas construcciones sociales conceptuales; su producción implica un proceso de adaptación del ser humano con la naturaleza; su significado es acumulativo en relación con la vida histórica de los bienes y vincula las distintas dimensiones del contexto en el que se inserta, esto porque su significado puede ir cambiando a través del tiempo; es a la vez invención y construcción social.

Dependiente de las características de los bienes patrimoniales, también existen tres factores fundamentales por los que un bien forma parte del patrimonio (Torres et al., 2004): 1) por el valor intrínseco del bien, sea el valor estético, el valor arquitectónico, el valor económico, por la materia prima de que está hecho, por el uso o explotación que se hace del mismo, por ejemplo, como producto turístico; 2) por el rol o función que ha desempeñado y desempeña en el proceso de la construcción histórica de un pueblo, tanto como en el imaginario del mismo; 3) por aquellas necesidades espirituales y psicológicas propias del colectivo social que dicho bien satisface.

2.2. El patrimonio cultural alimentario

El patrimonio cultural no solo se refiere a los monumentos y a las colecciones de objetos, los cuales representan al patrimonio material, sino que comprende también tradiciones y expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados, transmitidas a nuestros descendientes, tales como las tradiciones orales, artes del espectáculo, los usos sociales, los rituales, actos festivos, conocimientos y las prácticas relativas a la naturaleza y al universo; están también los saberes y las técnicas vinculadas a la artesanía tradicional, es decir, al patrimonio inmaterial (UNESCO, s/f.). Tanto el patrimonio material como el inmaterial son productos culturales que se originan en respuesta a los diversos requerimientos sociales, pueden sufrir modificaciones en el tiempo, están expuestos a las lecturas heterogéneas, y poseen una relación indisoluble con el contexto y la sociedad a la que pertenecen (Manzini, 2011).

Un claro ejemplo del patrimonio cultural material e inmaterial es la gastronomía, cuyo saber-hacer, conocimiento y legado han estado ligado a la alimentación. Es en este sentido que se atribuyen dos tipos de significado al término gastronomía. El primero refiere la gastronomía como una cocina altamente elaborada y cuidada en el sentido estético y del gusto, es decir, en el sentido de la “alta cocina”. La segunda, designa a la gastronomía como un patrimonio alimentario de determinada región o lugar. Entender a la gastronomía como patrimonio alimentario de una localidad o región presupone una visión de largo plazo, transversal e integradora de los diferentes aspectos que se entrelazan con las tradiciones alimentarias, más allá de solo el dominio de la cocina (Moreira, 2006).

Los diferentes productos alimentarios, su combinación en la diversidad de platos, los utensilios utilizados (en la cocina y en la mesa), el modo de servir, los vinos (en su utilización culinaria y su apreciación en la mesa), así como todos los aspectos que involucran al acto de cocinar y comer, integran la gastronomía local. “Es en la valorización -directa o indirecta- de las prácticas cotidianas, de los recursos y de los saberes locales lo que sustenta la patrimonialización de la alimentación tradicional... Es decir, es en la perspectiva de la valorización y de apreciación (con todo lo que la actitud implica en términos de conocimiento y de capacidad de comparación con otros gustos y en otros contextos), que la alimentación tradicional se convierte en gastronomía local distintiva” (Moreira, 2006).

La revalorización de la gastronomía tradicional -en los términos anteriormente descritos-, constatada en las dos últimas décadas, se inscribe en una tendencia de patrimonialización de diferentes dominios, pero articulada de forma dialéctica con el turismo y con la globalización. Es decir, una revalorización relacionada a la memoria colectiva y al patrimonio, puesto que las sociedades actuales, por diversos motivos, atribuyen “nuevos valores, sentidos, usos y significados a los objetos, las formas, los modos de vida y los conocimientos sociales” (Pereiro, 2003:234). La valorización de la gastronomía, en los términos de la tradición, ha sido adjetivada como una patrimonialización por autores como Pereiro (2003). Aunque algunos otros autores como Raposo (2005:130) utilizan el concepto de folclorización u objetivación de la

cultura, para referirse a “aquellos [procesos] a través de los cuales ciertas prácticas culturales, consideradas tradicionales, son tanto reinterpretadas y reconstruidas, como reinventadas”, transformándose en cultura institucionalizada. En ocasiones es inevitable y como menciona Cardeira da Silva (2004), esta patrimonialización de la cultura se acompaña de una mercadotecnia de sus contenidos.

En términos generales, el patrimonio alimentario está constituido por el conjunto de representaciones, creencias, conocimientos y prácticas culturales, asociadas a la alimentación en general. Un conjunto de elementos que desde la perspectiva del patrimonio cultural son compartidos por los individuos de una cultura o de un grupo social determinado, lo que posibilita a su vez la herencia y la transmisión del patrimonio alimentario, mediante la interpretación en el presente. En este sentido, el patrimonio cultural alimentario se agrupa en cuatro tipos (Moreira, 2006): el primero considera las formas y los ritmos de aprovisionamiento alimentario de una determinada cultura o grupo social; el segundo refiere el almacenaje de técnicas culinarias y los espacios de almacenaje; el tercero alude a las técnicas y a los procesos de preparación culinaria; un cuarto tipo de patrimonio cultural alimentario presupone los hábitos de consumo y de sociabilidad alrededor de la comida.

Independientemente del tipo de patrimonio cultural alimentario, una constante que distingue a los diferentes tipos mencionados es la presencia de representaciones, creencias y conocimientos, que, de hecho, forman parte de la memoria colectiva y constituyen la herencia y la valorización o desvalorización del patrimonio alimentario por cada generación. En suma, la construcción de un patrimonio alimentario implica una selección de elementos de la biodiversidad alimentaria, también conocimientos, prácticas culinarias y de comensalía específica —catalogada de preferencia como tradicional—, arraigadas a un territorio específico o en su caso, asumidas como autóctonas, pero en el contexto de sus procesos de legitimación (Matta, 2015).

La preparación de los alimentos conlleva implícitamente el término *cocina*, el cual, según Rozin y Rozin (citado por Contreras, 1999:23) es un término que hace referencia a un “...cuerpo de prácticas relacionadas con la alimentación, que es culturalmente elaborado y transmitido”. No obstante, su gradiente de intangibilidad,

la alimentación es así mismo un producto de la actividad tanto material como simbólica del hombre, enmarcado tal producto en determinados sistemas culturales y sociales, es decir, un producto de la transmisión intergeneracional. Esta actividad, la alimentación, exclusiva del ser humano -en los términos culturales descritos con anterioridad- también crea identidad al constituir “un emergente de la actividad del hombre en el marco de las diferentes culturas, con rasgos característicos, peculiares y propios, diferentes de otras culturas” (Torres et al., 2004).

Los saberes alimentarios y culinarios empíricos también representan una parte importante del patrimonio alimentario local. Estos saberes se confirman y transmiten como cualquier otro patrimonio cultural, a través de la memoria individual y colectiva, configurada por el sentido que le confiere cada individuo, generación y grupo social en el presente. El patrimonio alimentario –formado por las prácticas alimentarias, los objetos y los espacios relacionados con la comida, sus representaciones y los conocimientos sobre alimentos y cocina– sincretiza una relación intrínseca con el territorio y con los diferentes sectores sociales que se articulan con la alimentación. El sentido dado a ese patrimonio es otorgado por la memoria, se recurre a ella en cada contexto y representa la mayor contribución en la construcción permanente de la identidad local y cultural (Moreira, 2006).

La gastronomía es también un símbolo territorial, una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos, en el arraigo a un determinado lugar. En las diferentes categorías gastronómicas que utilizamos, la gastronomía típica asociada a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades, un trazo de su identidad que se refleja en el cultivo, los productos y la elaboración de platos típicos, las formas de servir y consumir, tan nuestras, pero a la vez tan diferentes en los diversos contextos culturales, y cuya explicación radica en lo que es propio y habitual y lo que no. Un ejemplo es el acto de comer descalzo o sin cubiertos, hechos tan habituales en determinadas culturas y asumidos como rarezas en otras. En cualquier caso, la cocina y todo aquello que la rodea, como la cultura, es parte y todo en el desarrollo de las comunidades y la vida en sociedad, en cualquier parte del mundo (Fusté-Forné, 2016).

La gastronomía como patrimonio cultural alimentario tiene tantas connotaciones como acepciones, una de ellas los paisajes gastronómicos, los cuales, Adema (2006:13) concibe como aquellos “paisajes sociales, culturales, políticos, económicos o históricos que, de una u otra forma, tienen que ver con la comida”. Los paisajes gastronómicos y los culturales no son únicamente las manifestaciones del patrimonio culinario, son a la vez asociaciones intangibles entre un lugar determinado y su comida, entendiendo cada lugar como una amalgama de componentes que incluye los paisajes, la arquitectura, la historia y el patrimonio, así como sus estructuras sociales y relaciones (Smith, 2015).

En el sentido territorial, la gastronomía está compuesta tanto por elementos tangibles como por elementos intangibles que determinan y caracterizan a los territorios, los paisajes, la propia idiosincrasia de los habitantes e incluso la calidad de la vida de los espacios geográficos (Espeitx, 2004; Roden, 2003; Petrini, 2001). En este sentido, Richards (2002) menciona que la cultura culinaria representa una importante fuente de identidad en la sociedad postmoderna hasta el punto de convertirse en un baluarte de defensa de la autenticidad de un territorio y una comunidad, una contracorriente hacia la creciente homologación gastronómica que generan fenómenos como el de la globalización o el de la “MacDonalidización” (Ritzer, 1995) de los platos y de las comidas (MAK et al., 2012).

2.3. La gastronomía en la significación de la cultura mexicana

Se entiende como cultura al “conjunto de patrones de comportamiento y prácticas compartidas por miembros de una sociedad, que son transmitidos de generación en generación, pero que no son definidos por su herencia biológica” (Báez, 2018). Empero, en la significación de la gastronomía como parte de la cultura es importante señalar la diferencia entre términos: cocina, culinario, alimentación y comensalidad (comensalía). En este sentido, Sánchez (2006) explica lo “culinario” como aquello perteneciente o relativo a la cocina o al arte de guisar. La alimentación es también un referente de la “actividad mediante la que tomamos del mundo exterior una serie de sustancias necesarias para poder nutrirnos” (Martínez, 2016). Mientras que para Carneiro (2003) y Poulain (2004), el término comensalidad o comensalía deriva

del latín *mensa* (convivir en la mesa) y abarca no solo lo que se come, sino cómo se come.

La gastronomía es un concepto que engloba todos los aspectos anteriormente mencionados –cocina, culinario, alimentación, comensalía-, porque cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se enfatiza únicamente en el conjunto de alimentos o platos, sino que se hace referencia a un concepto más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma (Di Clemente et al., 2014). Y es en esta diferenciación conceptual que la gastronomía adquiere su carácter de estudio y análisis, de todo lo que rodea a la actividad de elaboración de los alimentos. Es en esta concepción que Hernández et al., (2016) mencionan algunas categorías de análisis de la gastronomía como la relacionada con la esencia en la comida y en su elaboración; el sentido comunicable de la gastronomía; la difusión y apreciación de la gastronomía; y por supuesto, su pertenencia al patrimonio cultural.

La gastronomía como un concepto contiene su respectiva lógica histórica y su correspondiente estructura sociológica, ambas, condicionadas por la sociedad que las considera en un tiempo determinado (Montalbán, citado por Mazatán, 2006). Al contar la gastronomía con estos dos aspectos, lo histórico y lo social, es que esta adquiere la connotación de tradición, de identidad y de costumbres (Ceretta y Da Silva, 2012). Partiendo de lo anterior, se puede afirmar que el eje central, teórico y práctico, de la gastronomía es el proceso de elaboración de la comida -alimentos y bebidas-, aunado a las características y las actividades que giran en torno a este proceso.

Es en esta acepción conceptual de la gastronomía que la UNESCO otorga en el año 2010, el título de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad para la cocina tradicional mexicana. Título sustentado en la estrecha relación entre la cocina y la gastronomía, no tanto en los sabores, ingredientes o platillos, pero sí en el contexto tanto de la producción, como en el uso de ellos. El expediente que resguarda dicha distinción expone seis componentes culturales en la gastronomía: 1) el proceso histórico que articula la diversidad natural y cultural, los saberes populares, formas tradicionales

de producción y comercio, festividades y ritos; 2) la atribución de esta como rasgo importante de identidad; 3) un sistema cultural alimentario construido por la historia; 4) un factor de desarrollo económico; 5) su diversidad natural; y 6) su activo cultural inigualable.

México cuenta con una de las cocinas más vastas del mundo, es una gastronomía mexicana tan diversa como su geografía y tan rica como su remota herencia prehispánica... "detrás de esta tradición culinaria es que se encuentra una serie de significados simbólicos que van más allá de su valor nutricional, pues es un reflejo de las culturas que la han desarrollado a lo largo de los siglos". De hecho, es posible identificar la importancia de la cocina mexicana tan solo por los ingredientes utilizados, las técnicas de preparación, las prácticas alimenticias, las reglas de etiqueta, los códigos morales empleados, los utensilios y platillos, todo parte de la identidad nacional (Báez, 2018).

2.4. El producto gastronómico en la perspectiva de la disciplina

La gastronomía analizada como producto gastronómico presenta aún demasiadas controversias conceptuales. La gastronomía visualizada principalmente en el campo de la cocina ha considerado, por ejemplo, igualmente los saberes del gastrónomo que los de un chef o los de un cocinero de restaurante. En suma, los estudios de la gastronomía se han orientado, en su mayoría, hacia las actividades que involucran al ámbito restaurantero. En este sentido, los trabajos de investigación gastronómica, en el campo de la cocina que es donde hay mayor número de estudios, hacen énfasis en la creación de nuevos platillos, diversas texturas, aromas y experiencias ligadas al acto de comer, caso de la cocina molecular, por ejemplo. Pero es también una necesidad que los estudios de la gastronomía consideren lo interdisciplinario y multidisciplinario de la gastronomía, así como los diversos enfoques disciplinarios.

Debe aceptarse que la gastronomía puede ser concebida como una ciencia inter y multidisciplinaria en la resolución de diferentes problemáticas sociales y en la obtención de conocimientos teóricos y prácticos. Parte de la complejidad en la investigación relacionada con la gastronomía, es esa carencia de conceptos

relativos a la disciplina, contar con ellos le otorgaría un carácter formal y propio. Tal como lo sugiere Silva (2011), la apropiación de conceptos dentro de una rama de estudio implica también una apropiación del conocimiento, un orden disciplinario y una diferenciación. Ejemplo de lo anterior es el término producto gastronómico, utilizado en diferentes estudios sobre cocina, turismo, arte o administración, y en los cuales, el abordaje teórico, conceptual y metodológico es diferente, no es que represente un problema en el eje epistemológico de análisis, tal vez, incluso es deseable, pero si en los supuestos, conceptos y directrices metodológicas de un producto en general, para obtener un resultado concreto. Por ejemplo, la revista "Food and Travel" hace uso del término, producto gastronómico, para referirse al chile en nogada y su relevancia económica, tradicional e histórica, de la cocina poblana (Torres, 2017).

En la misma tesitura de utilización del término producto gastronómico, Oliveira (2011) usa el concepto para referirse a la comida locataria, misma que sirve como atractivo turístico, pero mediante una experiencia previa, ya sea para conocer la cultura del lugar mediante ciertos rituales y hábitos asociados a la comida o solo, mediante el placer de degustar una "buena comida". Vélez (2012) expresa el término producto gastronómico de una manera más amplia, para mencionar la materia prima de un platillo o el platillo mismo como tal, y el uso de la tecnología para modificarlos o realizarlos. También se utiliza el término dentro del arte, abordado por Mejía et al., (2013) como una interpretación del producto gastronómico como platillo y el uso de la técnica, el proceso creativo y la composición, lo que introduce a la cocina dentro del mundo de las bellas artes.

En los escritos referidos, el producto gastronómico posee diferentes características, desde una relevancia económica, tradicional e histórica, hasta una consideración como obra de arte o atractivo cultural turístico, sin dejar de lado su analogía en la elaboración de platillos y de comida, o en la materia prima para la creación de estos, demostrando lo diverso y posiblemente tergiversado del concepto, lo que causa confusión en su empleo para los estudios en gastronomía. Un ejemplo de la confusión y la dificultad que puede traer consigo el abordar un objeto de estudio

como un producto gastronómico, es el caso de uno de los platillos emblemáticos de la cocina mexicana: El Mole, alimento compuesto por la molienda de diferentes ingredientes como son las oleaginosas, los chiles secos, diferentes especias y verduras, que resulta en una deliciosa salsa espesa.

Diversas regiones del país consideran el mole como un plato típico para distintas celebraciones y festividades religiosas y/o familiares. Este mismo platillo, es uno de los platos estrella del restaurante Pujol, posicionado como el décimo tercer mejor restaurante del mundo por el organismo *The World's 50 Best Restaurants* y cuyo menú de degustación de esta salsa, ronda los dos mil pesos (González, 2018). Pero el mole también ha sido industrializado, la empresa mexicana multinacional Grupo Herdez, posicionada como industria en el ramo de alimentos y bebidas, comercializa su *Mole doña María*, una presentación en envase de vidrio, con una capacidad de 235 gramos, cuyo valor es de 40 pesos aproximadamente dentro de los supermercados de México.

Los platillos de mole elaborados en las festividades, en restaurantes o en forma comercial utilizan los mismos ingredientes en mayor o menor medida, pero no se puede hablar de una homogeneidad en el proceso de elaboración, ni estudiar de la misma manera, el contexto de elaboración, la adquisición de los insumos, así como el lugar y las personas que los consumen son totalmente diferentes, cabe entonces preguntarse, teniendo en cuenta que este platillo se elabora en casi toda la república mexicana ¿Hasta qué momento éste puede considerarse propio de una localidad? ¿Qué características presenta para no ser considerada una salsa común? ¿Cuándo se considera y qué elementos lo definen como un producto gastronómico?

En un esfuerzo en la comprensión de la complejidad que rodea al término producto gastronómico, su conceptualización y practicidad desde los diferentes contextos sociales, se decidió analizar y contextualizar al mole como producto gastronómico distintivo de las regiones de México, esto es desde su concepto, que en palabras de Canguilhem, citado por Bernáldez, (2015), es el “esfuerzo teórico para captar la verdad de los objetos y fenómenos y, al mismo tiempo, contienen la médula del

esfuerzo de toda teoría en tanto pretende tener conocimiento cierto sobre aquello que estudia”.

La divergencia conceptual y práctica del término producto gastronómico obliga a la contextualización de la gastronomía como estudio. En este sentido, Bernáldez (2015) realiza un análisis epistémico sobre la gastronomía y aporta tres conceptos de ella: 1) la gastronomía como construcción social que agrupa a un corpus de normas y juicios de valor sobre lo que se considera como “bueno” o “bello” para comer; 2) la gastronomía como una actividad económica orientada a la oferta de productos y servicios, como bienes usufructuables y de consumo, condicionados por los recursos económicos disponibles para su adquisición; 3) la gastronomía como un área del conocimiento que se encarga del estudio de los alimentos, comidas, cocinas, cuisines, comensalidad y los valores asociados a ella.

La primera y segunda definición conciben a la gastronomía como un fenómeno alimenticio del ser humano. Aunque el estudio de este fenómeno no es exclusivo de la gastronomía: la sociología, la antropología y la economía, son necesarias en la búsqueda de las explicaciones y en la solución de las problemáticas relacionadas. En cambio, la tercera definición hace énfasis en el contexto en que la gastronomía ha desarrollado sus investigaciones, aunque lo común entre las definiciones es la aplicación práctica en el estudio de la gastronomía y también de comprensión de los hechos.

Los estudios de los alimentos y la comida en gastronomía son diversos, desde una tendencia hacia la modificación o la innovación, hasta los análisis sensoriales para determinar un maridaje, la aceptación de un producto innovador o una modificación al alimento para alargar su tiempo de vida. En comida tradicional, se han realizado propuestas de proyectos para su difusión, conservación, como símbolo de identidad o como un atractivo turístico. En los procesos de elaboración, cocinas y cuisines se han visualizado como un laboratorio para la creación de nuevos sabores, olores y texturas en los alimentos, enfocado principalmente al área restaurantera, con el fin de crear experiencias en la comensalidad (Di Clemente et al., 2014; Camarena et al., 2011; Mazatán, 2006).

Relacionado con los estudios de la gastronomía, están también la comprensión de los hechos. A los alimentos y/o comidas se les ha explicado principalmente como un objeto histórico que determinan a un grupo humano. Dentro del espacio que conforma la cocina, surge una relación persona-persona direccionada por la actividad productiva, lo que hace a la gastronomía susceptible de investigación desde los aspectos socio-culturales. También, a esta actividad gastronómica se le ha analizado como un arte, respecto a su manera de elaborar ciertos alimentos para la búsqueda de una armonía gustativa y visual (Mejía, 2013). En este sentido y en torno a la comensalidad es que surgen las relaciones persona-alimento y persona-persona. Es esta interrelación de la actividad gastronómica lo que la define como pública, local, regional, nacional e internacional (los usos y costumbres en la mesa) y lo privado -los lazos que se crean entre los individuos que comparten la mesa- (Hernández et al., 2016; Coelho, 2014; Jauffred, 2014; Camarena et al., 2011).

Especificada la complejidad conceptual, analítica y práctica de la gastronomía, se diserta brevemente su estudio en la alimentación y su carácter multidisciplinario. Una disciplina es un conocimiento riguroso y sistemático que hace referencia a una materia u objeto concreto. Es inevitable que la gastronomía esté relacionada a la materia de la alimentación, tanto en la creación de los alimentos como en el estudio de lo relacionado a ello. La literatura científica muestra el hecho alimentario como un objeto poliédrico, de múltiples caras, limitadas e interconectadas entre sí. Cada cara responde, habitualmente, a una visión o interés particular sobre la comida o el comer, sobre sus funciones y efectos sobre el cuerpo y/o la sociedad, pero es un hecho que lo alimentario debe ser estudiado desde una perspectiva multidisciplinar (Arnaiz y Díaz, 2012: 25).

El fenómeno gastronómico ha sido estudiado desde los factores biológicos, sociales y culturales, y en estas dos últimas categorías, el abanico de posibilidades de su estudio y análisis es amplio: están los comportamientos simbólicos y las prácticas que implica la alimentación, las creencias, las opiniones, las percepciones o los conocimientos sobre los alimentos y sus propiedades, las cuales definen los hábitos sociales en la forma de preparación de un alimento y su ingesta; están también las

relaciones sociales y las relaciones con el medio que lo rodea -antropología y sociología-; y están los análisis de la gastronomía como sistema -economía-, y los nutricionales –nutriología-.

Bernáldez (2015) hace referencia a tres elementos dentro de las metas de la gastronomía desde un punto de vista disciplinario: 1. Los alimentos, considerando tanto la comida como las bebidas. 2. Las relaciones gastronómicas, esto es la relación hombre-objeto y hombre-hombre. 3. La axiología de lo gastronómico, que en los términos de lo espacial se sitúa en las dimensiones de lo público, lo privado, lo local, lo regional, lo nacional y lo internacional. Todos los seres vivos obtienen de diversas maneras sus alimentos y todas estas maneras representan una realidad exclusiva del ser humano. En este sentido, Garine (1987) plantea que cualquier ser vivo tiene que satisfacer la necesidad de alimentarse, aunque el ser humano resuelve esta necesidad de manera consiente, adaptándose a su entorno, el cual hace propio mediante las modificaciones, y agregando significados a los alimentos y buscando placer en ellos.

El estudio de la alimentación desde la gastronomía, en específico la transformación de los alimentos, ha sido estudiado desde el enfoque de la economía en su acepción industrial, pero la transformación se analiza también en el hogar o en diversos estilos de restaurantes, porque la transformación es susceptible a la producción masiva, la del hogar o en la cocina contemporánea. La transformación de un alimento mediante el acto de cocinar, según Dos Santos (2007), es inherente y exclusivo de la raza humana, un acto que conlleva diversas etapas como el cultivo, la obtención y preparación de los alimentos, pero también finalidades: sean rituales, costumbres o el mero placer de comerlos.

La transformación de los alimentos está relacionada con el surgimiento de las diferentes civilizaciones, aunque a través del tiempo, se ha convertido en un sistema cada vez más complejo, auspiciado por los diferentes cambios sociales (nuevas formas de organización), como también constantes cambios tecnológicos, aunque toda transformación conlleva el mismo principio, la obtención, la transformación y el consumo. Es decir, la gastronomía conlleva el proceso de transformación de la

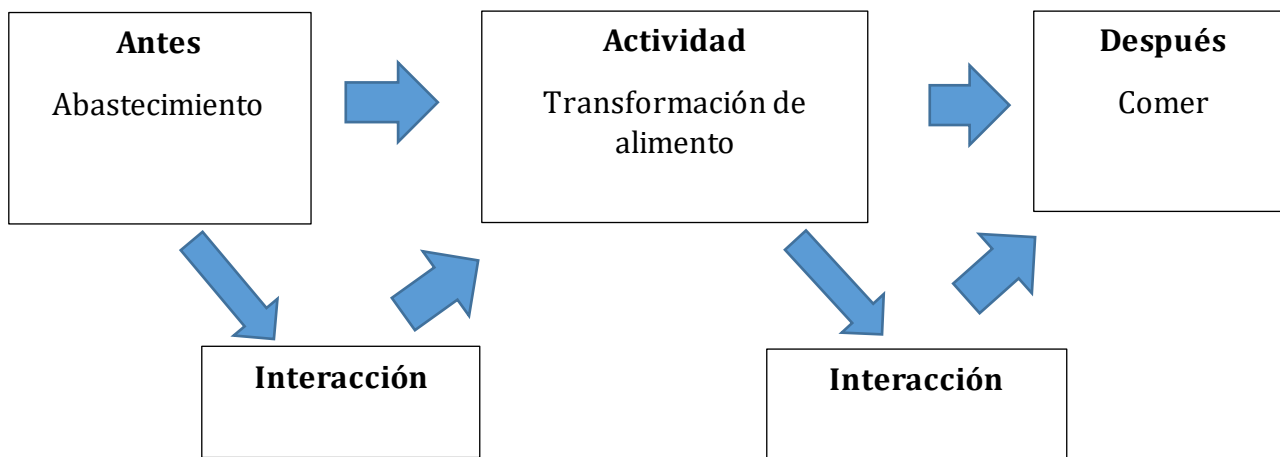
alimentación desde la cocina. La forma de cocinar determina la búsqueda de los insumos y el consumo final, sea esta la alimentación de la familia, los alimentos en las reuniones, la búsqueda de los beneficios económicos o la creación de las experiencias en las personas.

A partir de que el ser humano es consciente de los impactos que tiene la transformación de los alimentos, también comienza la búsqueda de cierto tipo de insumos, la organización de los recursos humanos, tipos de transformaciones y los instrumentos de ayuda, haciendo de la cocina en la alimentación humana, la determinante para que este fenómeno sea algo más que el simple hecho de satisfacer una necesidad biológica y comience a ser un aspecto cultural. Así se presupone lo gastronómico dentro de la alimentación, como una serie de acciones que conlleva un consumo para una transformación y un consumo del producto de la transformación, cuyo resultado es el producto gastronómico, puesto que es aquí donde deja de ser alimento y pasa a ser un producto, un símbolo de estima y de identidad.

Desde la óptica del producto gastronómico, la Figura 1 representa y esquematiza el proceso de transformación, el cual se asume como el conjunto de pasos que se requieren y que da como resultado algo tangible, determinado por las actividades que se realizan para su consecución. La serie de procesos toma como eje principal la transformación, y siguiendo los conceptos de la gastronomía que aporta Aldo Bernaldez (2015), la transformación se asume un conector entre dos actividades importantes para la construcción social y el movimiento económico: la obtención del producto y el consumo.

En la cocina, como una actividad, la transformación de los alimentos tiene un antes: el abastecimiento, y un después: la finalidad de la actividad, es decir, el comer. Pero además está presente también la relación entre los individuos, la interacción que se genera en cada paso, dando como resultado el proceso gastronómico.

Figura 1. Etapas de transformación para el proceso gastronómico.



Fuente: elaboración propia.

2.5. Las diferentes etapas del proceso gastronómico

El producto gastronómico requiere de un proceso de conformación, de diferentes etapas y diversas actividades.

2.5.1. Los pasos del proceso gastronómico

El antes: el abastecimiento. El abastecimiento representa una etapa del proceso gastronómico de transformación que se caracteriza por la consecución de aquellos bienes y servicios que se requieren para la operación, implica, por tanto, todas las actividades que se relacionan con la compra y la contratación de estos (MINEDUC, 2011). Lo anterior dado que la actividad culinaria necesita del abastecimiento de ciertos materiales, de la materia prima (ingredientes), de la energía (gas, luz, leña) y por supuesto, de la mano de obra. Este es un proceso que se puede ver afectado por el sistema económico, a través del comercio generado, y también por el sistema político, en concreto, por aquellas leyes que direccionan su regulación, también por los conocimientos y por las normas para considerarse *buena* la elección de cada uno.

Entre el abastecimiento y el proceso de transformación de los alimentos se precisa de una primera interacción para el consumo de los mismos. El consumo es concebido como “la conjugación y expresión de una serie de circunstancias propias

del mundo moderno, particularmente complejas y estrechamente relacionadas con el acto y la acción de adquisición y uso de los productos” (Páramo Morales , 2004).

En términos generales, se tienen identificados dos elementos del consumo, que son aplicables al proceso gastronómico (Guerra, 2014):

- El objeto de consumo: aquellos bienes y servicios que son consumidos por el sujeto de la acción (vegetales, frutas, carnes, energéticos, utensilios para cocinar, mano de obra).
- El segundo elemento es un tanto mayormente cualitativo, se refiere a la posibilidad de escoger, optar y decidir, sobre el tipo de objeto a ser consumido: aquellas reglas o normas para su elección, las formas de usarlo o prepararlo para su uso, dando como resultado el concepto de “bueno” para adquirirlo.

Dentro del abastecimiento, está involucrada también la compra, de alguna manera, implícita en el consumo, ya que esta se refiere a la “adquisición de una cosa por algún precio” (Sangri Coral, 2014). En este sentido, Ponce Díaz, Besanilla Hernández y Rodríguez Ibarra (2012) mencionan cuatro factores que se requieren para que suceda la compra:

- Los factores culturales que hacen referencia a los valores, las percepciones, los deseos y los comportamientos aprendidos por parte de una sociedad, a partir de la familia y a partir de otras instituciones importantes.
- Los factores sociales que se define por la clase social a la que el individuo pertenece, pero en los términos de su poder adquisitivo.
- Los factores personales, que tienen relación con parámetros de edad, estilo, de vida, profesión o situación económica.
- Los factores psicológicos, entendidos como aquellos que posibilitan los procesos de motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes.

La etapa de transformación del o los alimento (s) está relacionada propiamente con la actividad de cocinar. En términos generales, la preparación y la transformación de los alimentos se puede definir como “cualquier cambio efectuado a un alimento

para alterar su calidad comestible o garantizar su conservación” (Fellows, 2015). Pero, entiéndase que no solo los procesos con calor (cocción en agua, vapor, grasa, brasas y aire seco) son exclusivos de la transformación de los alimentos, si no también se incluyen las técnicas como el moler, trocear, airear, fermentar o incluso, introducir los alimentos en medios ácidos o en sales (Roselló Borredá , 2014).

Dentro del sistema gastronómico, la transformación de los alimentos también se debe clasificar, tanto para una mejor comprensión, como para evitar la limitante de ser de cada estilo de transformación. De esta manera y de forma general se tienen dos grandes clasificaciones de transformación de los alimentos: lo que se refiere a la transformación desde lo culinario propiamente y la clasificación correspondiente a la transformación que realiza la industria alimentaria. Se aclara que en este punto y para efectos prácticos, se usará el término “cocina” o el término “cocinar” para designar en general a cualquier espacio o actividad que involucre la transformación de un alimento.

En los términos de lo culinario, el Diccionario del Español Mexicano (2018) define el término culinario como un adjetivo que pertenece a la preparación de la comida o se relaciona con ella, mientras que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española –RAE- (2014) pondera dos conceptos de alguna manera relacionados, uno catalogado como “adjetivo perteneciente o relativo a la cocina” y el segundo, *como* el “arte de guisar”, asimilando en esta concepción la relación que existe entre lo culinario y el arte.

Tomando en consideración que el concepto de arte tiene diversos significados de acuerdo con los diccionarios, al menos el de español de México -DEM- (2018) y el de la Real Academia de la Lengua Española -RAE- (2017), de manera breve se mencionan cinco significados para el término del “arte culinario”:

1. Actividad creativa del ser humano que, con ciertas técnicas, maneja y transforma los materiales e ideas en objetos o representaciones, capaces de producir sentimientos, emociones o sensaciones, relacionados con la belleza

o con el placer estético, ejemplo de ello es el arte moderno, el llamado arte mexicano, el arte colonial y el arte abstracto.

2. Conjunto de las que tienen por objeto expresar la belleza, especialmente la pintura, la escultura y la música.
3. Capacidad, habilidad para hacer algo.
4. Manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.
5. Conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer algo.

El arte culinario en torno a la gastronomía se puede analizar desde dos ópticas o perspectivas: desde lo contemporáneo y desde lo tradicional (visto como una habilidad para crear). El arte culinario remite inevitablemente a la cocina, considerada un arte: “pues genera una experiencia estética y expresa un significado” (Lina Sarai Mejía y otros, 2014). Esta cocina desde el arte contemporáneo es algo que se ha dado a través de los años, en una evolución de la cocina tradicional a la *nouvelle cuisine* y de ésta, a la *cocina de vanguardia* (Berta Garrido Moreno, 2012). Un ejemplo de la cocina vista desde esta perspectiva de arte es la del chef Ferran Adrià en la Feria Alemana Internacional de Arte “La Documenta de Kassel” en 2007, quien participó con su exposición en la cual presentó su estilo de cocina.

El arte culinario contemporáneo se refleja también en otros tipos de cocina como en el caso de la “cocina de vanguardia”, un movimiento culinario reciente en el mundo, porque inició en la década de 1980 y se consolidó prácticamente en la década de 1990, este movimiento pretendió revolucionar el arte de cocinar mediante una visión moderna, esto es una oferta de productos de alta calidad para lograr en el comensal el placer de la buena cocina, a través de un reto permanente para los sentidos al momento de consumir los platos (Castaño González, 2012).

Respecto al arte culinario desde la tradición, como habilidad para crear, es necesario destacar lo manifestado por Boschetti y Dietrich (2011): “el vocablo ‘arte’

tiene una extensa acepción, y puede designar diversidad de actividades humanas, hechas con esmero y dedicación, pero también aplica para un conjunto de reglas necesarias para desarrollar de forma óptima una actividad”. A diferencia de la perspectiva de arte anterior, este tipo de arte culinario se expresa de mejor manera, por ejemplo, en la cocina tradicional de un lugar determinado, pues la tradición, en palabras de (Del Pino, 2013) “se transmite de generación en generación, forma parte de doctrinas o ritos, conlleva una enseñanza cuyo saber se traspasa, es también un conjunto de rasgos propios que han perdurado a lo largo de los años, y significa una elaboración que implica costumbres propias de un pueblo”.

Desde lo culinario tradicional es posible la creación de un platillo, por ejemplo, a partir del conocimiento transmitido a través de la oralidad y las prácticas cotidianas. También es posible mediante el carácter colectivo, la estrecha relación con la historia, la lengua, la etnografía y la tradición oral (UNESCO, 2012). Un ejemplo más concreto es el grupo denominado “mujeres de humo”, formado en el estado de Veracruz, México, cuya finalidad es preservar el arte culinario tradicional de la región, a través de conocimiento ancestral de las preparaciones prehispánicas (NTR, 2015).

2.5.2. La industria alimentaria y la cocina

La transformación de los alimentos por el ser humano tiene la finalidad práctica de facilitar su ingesta, pero la transformación como los diferentes procesos que llevan a cabo las personas, poco a poco se ha industrializado, facilitado por aquellos procesos de mecanización, lo que ha redundado en la homogeneidad, la producción en serie y la búsqueda de la mayor conservación del alimento, en síntesis, el devenir de la industria alimentaria (Montero Morales, 2004). El alcance de la industria alimentaria es vasto, considera desde pequeñas empresas tradicionales de gestión familiar, hasta las grandes empresas que realizan aquellos procesos industriales altamente mecanizados (M. Malagíé, 1998), aunado a que diversidad de empresas, sino es que todas, dependen de la agricultura y de la ganadería, que en general también son industrializadas.

En la elaboración de un alimento se involucra nuevamente la interacción entre los subsistemas y entre los actores sociales, pero además se involucra también al capital humano, aunque en esta diada y dado que las personas se definen como seres sociales y culturales, ocurren dos tipos de interacción: una que es persona-persona y otra, persona-alimento, cuyas características varían según el tipo de transformación que se haga de los alimentos.

La interacción persona-persona presupone en primera instancia que dentro de cualquier área de “transformación de los alimentos” se debe crear un espacio de interacción entre las personas que laboran entre ellas. Entendiendo esta interacción como “un proceso de mediación social de la actividad compartida que crea una relación dialéctica entre lo individual y lo social” (Jauffred, 2014).

La cocina conlleva así mismo una “expresión de la vida social, un modo de reunirse, un modo de dividir la comida, un modo de dividir los trabajos... que sigue las normas establecidas en la sociedad... que denota a su vez los procedimientos culinarios, el conjunto de reglas de uso, de práctica, de la representación simbólica y los valores sociales, morales, religiosos, higiénicos y sanitarios” (Da Veiga Soares Carvalho, Therezinha Luz , & Donizete Prado, 2011), lo que coadyuva la comprensión de la transformación, de los aspectos sociales, los culturales, familiares y tradicionales, es decir, la cocina como un espacio que produce cultura.

En tanto, la interacción persona-alimento remite al momento cuando se transforma un alimento, cuando se recurre a las técnicas y los utensilios especializados para esta actividad de transformación, como del otorgamiento de ciertos significados a las preparaciones. En este sentido, Lévi-Strauss enfatiza en el “triángulo culinario” (1964) y expone también los estados de los alimentos: lo crudo, lo cocido y lo podrido. Lo crudo lo relaciona con lo natural, mientras que lo cocido y lo podrido, con la transformación y con la dimensión cultural. Para Lévi-Strauss, la cocina es un espacio de mediación de la naturaleza en la cultura.

El después: el comer y la comensalidad. Para poder definir esta parte del proceso gastronómico es necesario diferenciar los términos: comer, nutrir y alimentarse. La

nutrición es “la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo” (OMS, 2018). Para su estudio se deben considerar otros términos como son los biológicos y los químicos, si es que se quiere lograr su comprensión, puesto que en general es un campo de estudio diferente al del sistema gastronómico. La acción de consumir se entiende como “toda sustancia elaborada, semi-elaborada o bruta, que se destina al consumo humano, incluyendo las bebidas...” (FAO,1999). Algunos términos relacionados son el acto de comer o el de alimentarse, que son asimilados a sinónimos, pero sólo en torno a un contexto de comensalidad.

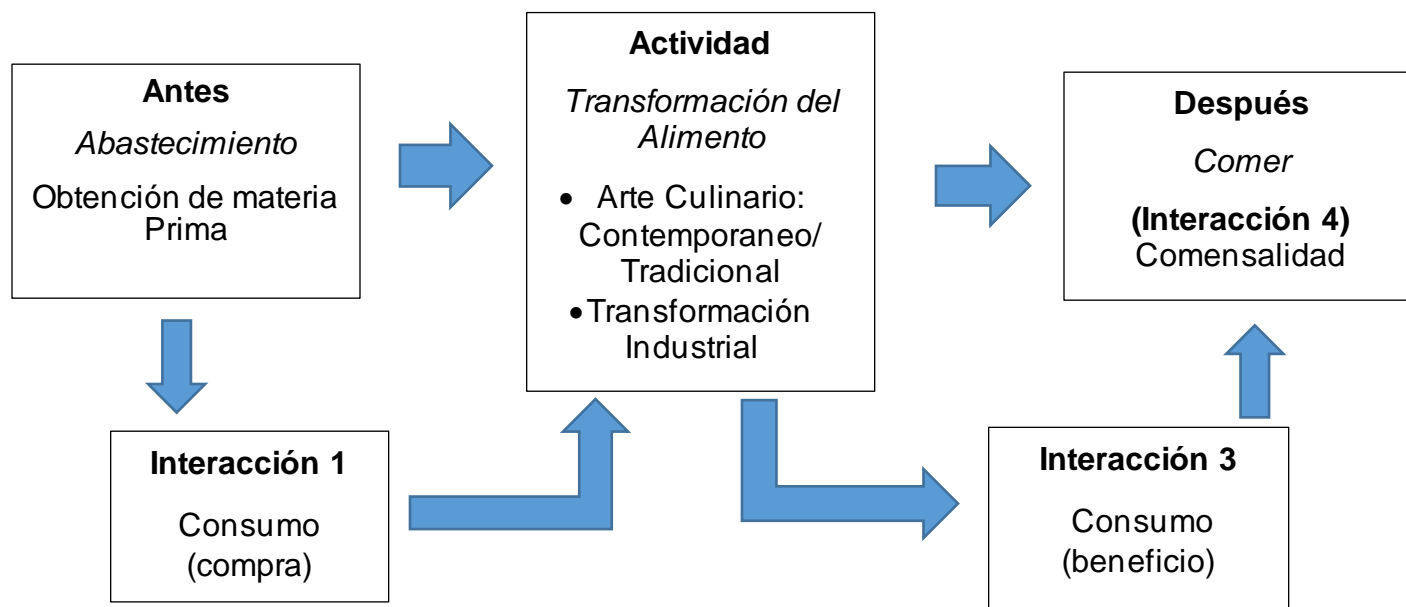
En términos del producto gastronómico, el ser humano como persona social, al momento de comer, genera que ocurran dos interacciones: el consumo, que se corresponde con los mismos aspectos de la etapa del proceso gastronómico, pero, en esta etapa, la actividad implícita de la compra es remplazada, puesto que no todo tipo de transformación de alimentos (arte culinario o industria alimentaria) ofrece su producto de manera condicionada o a cambio de un precio, lo que se busca es un beneficio, sí, pero puede ser económico, moral y/o sentimental, estos dos últimos, ligados más al arte culinario tradicional, pero no exentos de la búsqueda de algún provecho o la satisfacción de una necesidad (Torres Parra , Triviño Gutierrez, & Martínez Sierra , 2015).

En torno a esa búsqueda de beneficio, es que surge la comensalidad, que viene del latín *mensa*: convivir en la mesa (Carneiro,2003) y abarca no sólo lo que se come, sino, qué, dónde, cómo, cuándo y con quién comen las personas involucradas” (Coelho Costa, 2014). Las características de la comensalidad son diversas, están la cooperación, la solidaridad, la hospitalidad, el recibimiento y la convivencia (Coelho Costa, 2014), pero la comensalidad también otorga sentidos, significados y simbolismos a los alimentos y a la manera de consumirlos, produciendo identidades individuales y colectivas, relaciones sociales y vínculos, (Da Veiga Soares Carvalho, Therezinha Luz , & Donizete Prado, 2011), además de reglas y tradiciones alrededor de la mesa.

Es así como el proceso gastronómico denota un antes, que está relacionado con el abastecimiento y la obtención de la materia prima; una interacción entre actores

sociales para la compra y el consumo. La actividad propiamente dicha, la cual conlleva implícitamente la transformación de los alimentos en sus dos vertientes, desde el arte culinario y desde la industria alimentaria, implicada la interacción para el consumo en esta fase. Una tercera etapa, relacionada con el después: el comer y la comensalidad, no exentas estas de la interacción necesaria para el consumo, nuevamente y el beneficio, buscado u obtenido (Figura 2).

Figura 2. Las etapas interrelacionadas del proceso gastronómico final.



Fuente: elaboración propia.

Es necesario tener claro que el proceso gastronómico parte de la transformación de los alimentos, y como ejemplo están dos tipos de proceso: el arte culinario y la propia industria alimentaria. Distintas connotaciones se relacionan con estos dos procesos, por ejemplo, el arte culinario se corresponde con el arte tradicional y con el arte contemporáneo. Entonces, a partir de estas especificaciones hechas se tiene tres estilos de transformación, cada uno con su relativa forma de abastecerse de la materia prima, la propia e inherente actividad de compra y también la finalidad o propósito del saber-hacer: el comer, dando como resultado la comensalidad y un segundo consumo ligado a un beneficio que se obtiene por la transformación del alimento. Entonces, siguiendo el proceso gastronómico y sus tres variantes, existen tres tipos de producto gastronómico: tradicional, contemporáneo e industrial.

2.6. El mole en la gastronomía mexicana

En torno a la gastronomía de México y sus productos distintivos o sus platillos representativos es que la Secretaría de Turismo del país dispone de una división de seis regiones gastronómicas que agrupan a ciertas entidades federativas:

- *Noroeste*: Durango, Sinaloa, Sonora, Chihuahua, Baja California Sur y Baja California.
- *Noreste*: Coahuila, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas
- *Centro*: Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Estado de México, Ciudad de México, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala.
- *Pacífico*: Colima, Guerrero, Jalisco, Michoacán y Nayarit.
- *Sur*: Oaxaca, Chiapas, Veracruz y Puebla
- *Sureste*: Campeche, Tabasco, Yucatán y Quintana Roo.

(Vega D. F., 2017).

La regionalización detenta la diversidad natural y cultural de cada región, aunque algunos productos gastronómicos como el mole, trascienden la configuración regional y están presentes en cada una de ellas, aun con ciertas diferencias tanto naturales como culturales que refuerzan su diversidad y distinción regional. Respecto al mole como producto alimenticio tradicional y distintivo de México, el diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana (2012) lo define como: “del náhuatl *mulli* que significa, salsa o guiso, es un término que hace referencia a diferentes preparaciones, que por lo regular tienen como base alguna salsa espesa” y es posible encontrarlo en todas las regiones gastronómicas del país, con diversos ingredientes y con una misma base de preparación. Por lo anterior es que se eligió mostrar tres recetas de estados reconocidos por su elaboración de mole (Vega D. F., 2017) que abarcaran la zona centro, sur y norte del país, con tres formas de preparación de mole, los ingredientes utilizados y las cantidades.

Receta 1 **Mole del Estado de Puebla** (SECTUR, 2010).

Ingredientes

- 500 gr de chiles mulatos
- 750 gr de chile pasilla
- 750 gr de chiles anchos (las tres variedades de chiles van desvenados y despepitados)
- 450 gr de manteca de cerdo
- 5 dientes de ajo medianos
- 2 cebollas medianas rebanadas
- 4 tortillas duras partidas en cuatro
- 1 bolillo frito bien dorado
- 125 gr de pasitas
- 250 gr de almendras
- Pepitas de chile al gusto
- 150 gr de ajonjolí
- ½ cucharada de anís
- 1 cucharadita de clavo en polvo o 5 clavos de olor
- 25 gr de canela en trozo
- 1 cucharadita de pimienta negra en polvo o 6 pimientos enteros
- 4 tabletas de chocolate de metate
- 250 gr de jitomate pelado y picado
- Azúcar y sal al gusto
- 1 guajolote o pavo grande partido en piezas y cocido en caldo hecho con zanahorias, poro, cebolla, una rama de apio, perejil y un diente de ajo

Preparación

Los chiles se pasan por 300 gramos de manteca caliente, se colocan en una cazuela con agua muy caliente y se deja que den un hervor para que se suavicen.

En la misma manteca se acitronan el ajo y la cebolla, se añaden la tortilla, el pan, las pasas, las almendras, las pepitas de chile, la mitad del ajonjolí, el anís, el clavo, la canela, las pimientas, el chocolate y el jitomate y se fríe todo muy bien; se agregan los chiles escurridos y se fríe unos segundos más.

Todo lo anterior se muele en la licuadora con el caldo donde se coció el pavo y se cuela. En una cazuela de barro especial para mole se pone a calentar el resto de la manteca, se añade la salsa, se deja hervir el mole durante cinco minutos, se sazona con sal y azúcar y, si es necesario, se añade más caldo; debe quedar una salsa espesa. Se deja hervir de 25 a 30 minutos más a fuego lento, se añaden los trozos de guajolote y se deja hervir unos minutos más.

Receta 2 **Mole Negro de Oaxaca** (SECTUR, 2010)

Ingredientes:

- 1 guajolote grande
- 2 cebollas grandes
- 3 dientes de ajo
- 250 gr de chile chilhuacle negro
- 250 gr de chile chilhuacle rojo
- 250 gr de chile mulato
- 250 gr de chile pasilla mexicano
- 2 tortillas quemadas
- Las semillas de los chiles
- 1 kg de manteca de cerdo
- 2 cebollas grandes rebanadas
- 1 cabeza de ajo grande
- 2 plátanos machos pelados
- 300 gr de pan de yema
- 100 gr de ajonjolí tostado
- 100 gr de cacahuates tostados
- 100 gr de nueces
- 150 gr de almendras
- 100 gr de pepita
- 100 gr de pasitas
- 2 kg de jitomate
- 1 kg de miltomate (tomate verde)
- 1 cdita de nuez moscada
- 1 raja de canela
- 1 cucharadita de orégano
- 1 cdita de tomillo
- 1 cdita de mejorana
- 1 cdita de anís
- 1 pizca de cominos
- 5 clavos de olor
- 5 pimientas gordas
- 100 gr de azúcar
- 6 hojas de aguacate asadas
- 250 gr de chocolate de metate
- Sal al gusto

Preparación

El guajolote o los pollos se ponen a cocer con agua a cubrir, con la cebolla, los ajos y sal al gusto. Se asan los chiles, se abren y se despepitan, se apartan las semillas y éstas se asan hasta que se quemen; después se ponen a remojar en agua para que no amarguen y se escurren. Los chiles se ponen a remojar en agua muy caliente, se escurren y se dejan remojar 30 minutos en agua fría. En la mitad de la manteca caliente se acitrona la cebolla y el ajo y se añaden los plátanos rebanadas, el pan de yema, el ajonjolí, los cacahuates, las nueces y las pasitas. El jitomate se pone a hervir junto con los miltomates con sal y agua a cubrir. Se licúan y se cuelan.

Se muelen los chiles junto con las semillas y las tortillas quemadas, se cuelean y se mezclan con lo frito anteriormente y las especias. En una cazuela grande se pone el resto de la manteca y se fríe ahí esta mezcla, se añade el jitomate y miltomates molidos y colados, un litro de caldo donde se coció el guajolote y se deja sazonar 20 minutos, se añade el chocolate, el azúcar, el resto del caldo y las hojas de aguacate, se deja hervir por lo menos una hora a fuego lento, meneando frecuentemente para que no se pegue. Se añaden las piezas de guajolote y se deja hervir 15 minutos más. Antes de servirlo se retiran las hojas de aguacate.

Receta 3 **Mole de la región Huasteca** (Marta, 2020).

Ingredientes

- 8 chiles pasilla
- 2 cucharadas de aceite
- 3 cucharadas de ajonjolí
- 1 cucharada de harina
- 2 tazas de caldo de pollo, bien caliente
- 1 tablilla de chocolate de mesa
- 4 conitos chicos de piloncillo
- 100 gramos de almendras, peladas
- 1 vara chica de canela
- Sal, al gusto
- 1 pechuga de pollo cocida y deshebrada

Preparación

1. Limpiar los chiles, pero reserva las semillas.
2. Calentar el aceite en una cazuela amplia a fuego medio. freír ahí los chiles, sin que se quemem. Retirar y reservar.
3. En el mismo aceite, freír las semillas de los chiles y el ajonjolí. Retirar y reservar.
4. Dorar la harina en el mismo aceite.

5. Apagar el fuego y agregar el chocolate, piloncillo, almendras y el consomé de pollo caliente. Dejar reposar durante 20 minutos para que el chocolate y el piloncillo se disuelvan.

6. Pasar la mezcla a la licuadora, agregar los chiles y las semillas, canela, sal, y el caldo de pollo restante. Moler hasta lograr una salsa suave y ligeramente espesa.

7. Vertir en la misma cazuela, agregar la pechuga de pollo deshebrada y cocinar 10 minutos a fuego medio-bajo para que se sazone y se reduzca. Debe quedar un poco reseco.

A pesar de las diferencias en los modos de preparación que presenta el mole en cada una de las regiones, en cada modalidad y de acuerdo con cada receta, es posible apreciar la identidad mexicana, tanto desde los ingredientes como desde la forma de preparación. Dado lo anterior, se especifican algunas consideraciones respecto a ciertos ingredientes, dada su representatividad en México y en la elaboración de la comida y los posteriores platillos.

El chile. - Si la comida mexicana se hace presente en el colectivo nacional, es por lo innegable de uno sus ingredientes, el chile, cuyo atributo principal es el gusto de las personas del país por el sabor picante y que en su mayoría tienen todos los platos típicos. “Desde hace más de 500 años el chile ha sido sustento alimenticio de los mexicanos; las diversas culturas prehispánicas, entre ellas, la mexicana, teotihuacana y zapoteca, inmortalizaron su imagen en códices y glifos hechos sobre la piedra” (Rojas, 2020).

El chocolate. - El chocolate, nombre genérico con el que ahora se conocen los derivados del cacao, es en la actualidad uno de los productos más populares en el mundo y en México. El cacao propiamente dicho tiene mucho y poco que ver con el chocolate. Es un hecho que los mesoamericanos lo domesticaron, aprendieron a cosecharlo y a procesarlo, de un modo tan eficiente que eso ha cambiado casi nada a lo largo de milenios; ellos encontraron las mejores maneras de aprovechar su sabor, y sobre todo, de matizar su regusto amargo (Vela, 2012).

La tortilla. - Por mucho el alimento por excelencia del mexicano. La tortilla es otro de los productos derivados del maíz, y a partir de ella se elaboran numerosos platillos como los chilaquiles y las enchiladas, por mencionar dos, sin dejar de lado que es el soporte de un platillo de inagotable variedad y tan socorrido, que es en la práctica un símbolo nacional: el taco. También derivados del maíz y con técnicas de elaboración específica, aunque emparentadas con las que son propias de la tortilla, son productos como los tlacoyos, las chalupas, los totopos y las tlayudas, de nuevo sólo por mencionar algunos (Vela, El Maíz, 2011).

Es por demás enfatizar que el mole es un producto de la gastronomía mexicana que ha otorgado identidad nacional, aunque identidad que, a lo largo de la historia, no ha sido tan homogénea para todas las clases sociales. Por ejemplo, durante la época prehispánica, el mole, conocido como *mulli*, era consumido por todas las clases sociales. En esta época, los mercados eran el centro de la vida social y económica del México antiguo. El mercado fue de los centros urbanos donde gran número de personas se congregaba para comprar y vender las mercancías que necesitaban en su vida diaria. En las zonas rurales, el mercado fue también el espacio donde las familias vendían algunos de los alimentos producidos, y además compraban los bienes artesanales que necesitaban (Hirth, 2013).

Los que vendían guisos en el mercado, solían mezclar diversos chiles, pepitas, tomates y tomates grandes y otras cosas que hacen los guisados muy sabrosos [...] y chilimole de cualquier género que sea, y el mole de masa cocida o de masa de frijoles tostados o cocidos, y de los hongos y setas, y el mole de tomates gruesos y menudillos, y de ciruelas o de otras cosas ácidas, y de los aguacates mezclados con chile que quema mucho llamado chiltepin (ahuacatlmulli o guacamole). En este entendido, Mulchichihua significa guisar potajes (moles) y mulchichihucan, significa cocinero (Sahagun, 1956).

De igual forma, el *mulli* estaba presente en los banquetes de la nobleza. Ejemplo de ello es el emperador Moctezuma, quién gustaba consumir un guisado llamado totolin patzcalmollo, el cual, San Bernardino de Sahagún (1956) definió como “cazuela de gallina hecha a su modo con chilli bermejo y tomate y pepitas de calabaza molida,

llamada también ahora pipiana. Después de la conquista española, en el periodo colonial, los diferentes *mullis* propios de la época prehispánica comenzaron un proceso de diferenciación, agregando ingredientes propios de los conquistadores.

Es en el proceso de mestizaje que aparecen los moles de postín y los cotidianos familiares. Se preparan en los palacios, en las casas, en los conventos y en las iglesias. Los frailes halagan al peregrino y a los catequistas en las capillas abiertas. Se hacen guisos con verduras y yerbas frescas de la milpa. Se incluyen ingredientes autóctonos, frescos y verdes. Las órdenes mendicantes, con la ayuda de las llamadas guisanderas, preparan y sirven, en los atrios, moles verdes, como símbolo de renovación y de progreso. De ahí el dicho “El mole verde es de capilla y el mole rojo es de familia.” Es de esta manera que los moles comienzan su aparición en los recetarios (Monteagudo, 2014).

Dato curioso, durante el periodo comprendido de 1876 a 1911, conocido en la historia mexicana como época porfiriana o Porfiriato, y llamada así porque el poder en México estuvo bajo el control del militar oaxaqueño, Porfirio Díaz, existió la tendencia del gobierno en turno y de las clases altas por la cultura francesa. Por ende, la cocina francesa como la imagen de esta nación, “pero ¿hasta qué punto? Mientras la gente los mirara. En el restaurant, en el banquete, en la embajada, en la fiesta mundana y allá, muy adentro, arraigada en lo más profundo de su tercer estómago ruminativo, aristócratas y políticos, sentían la oprimida pero latente apetencia de lo que, al restituirse a la privacidad de su casa, pedirían a su señora, un buen plato de lo que ella ya estaba devorando: ¡unos chilaquiles!” (Novo, 2010).

Otro fenómeno que confundió aún más la búsqueda de unidad nacional a partir del quehacer gastronómico durante el porfiriato, fue el mole, el cual, ya identificado como “platillo nacional”, enfrentó las políticas higienistas y en cierta medida, anti indigenistas de la burguesía y de la élite porfiriana. Las virtudes de el mole fueron vistas más como una fiesta dedicada a la indigestión y al uso crónico del ámbito proletario y campesino, que al del buen comer de los sectores “finos” de los espacios urbanos. Una descripción de 1897 aparecida en el periódico *El Imparcial*, por

ejemplo, establecía no sólo al mole como un platillo hegemónico y nacional, sino también particularmente nocivo (Monfort, 2014).

Así, la cocina mexicana no se exhibió como tal, más bien se mantuvo oculta en los hogares, incluso, también durante la época de la Revolución Mexicana. Periodo en el cual el mole figuró entre los platillos típicos más importantes para las familias, el cual era acompañado con pulque y tortillas. Por ejemplo, cuenta la historia que entre las comidas favoritas del jefe revolucionario Emiliano Zapata estaba el mole de olla con bolitas de masa, los frijoles de olla, la salsa de tomate con jumiles, las tortillas y los atoles de ciruela, elote, piloncillo y canela. Por su lado, el General Francisco Villa, otro de los jefes revolucionarios, cargaba en sus alforjas carne seca, que era convertida en un guiso de carne con salsa. (Soco, 2019).

La Revolución Mexicana comenzó a forjar un nacionalismo decisivo en todos los estratos sociales y en todas las dimensiones productivas, la social, la cultural, la económica, la política, pero también en la gastronómica y su prueba más fehaciente fue la revalorización de la cocina mexicana. Ejemplo de ello fue la cocina criolla, cuyo saber-hacer fue construyendo un particular monopolio, el cual se puede constatar si se toman como fuentes de consulta, los libros de cocina mexicana del siglo XIX, y en los cuales se puede verificar la significancia clara que se hace al mole, como un producto culinario netamente mexicano, aun cuando lo mexicano no necesariamente incorporaba al mundo indígena. Había mole en muchas partes de México y desde luego, su vinculación a un vegetal muy nacional como era el chile lo convirtió en un plato relativamente hegemónico (Monfort, 2014).

Hoy en día y gracias al brebaje histórico con el que cuenta el mole y también por considerarlo un platillo por excelencia del ámbito culinario, este, ha sido encontrado un producto digno de ser estudiado, que nos permite conocer las historias de los pueblos, allí donde la cocina mexicana se ha convertido en un patrimonio cultural innegable. Esta importancia también se ha visto reflejada en las ferias nacionales e internacionales, por ejemplo, se instituyó “el 7 de octubre de cada año, como el Día Municipal del Mole Poblano; el 7 de octubre se eligió también para armonizar la fecha con la Feria de los Moles, la cual se realiza desde 2007 en Estados Unidos,

en los Ángeles, California. En México, el 03 de octubre de 2019, la Comisión de Cultura del H. Congreso del Estado de Puebla aprobó la propuesta para declarar el 7 de octubre como el Día Estatal del Mole” (Bautista, 2019).

La leyenda detrás del mole. La relación social y cultural que tiene el mexicano con el mole a través del tiempo, ha hecho que este producto sea parte de diversas tradiciones, incluso la explicación que se ha dado sobre su creación, ha hecho aparecer diversas leyendas; una de ellas (Soco, 2017):

Una leyenda narra que el mole poblano, cuya receta original utilizaba cerca de 100 ingredientes, surgió en el Convento de Santa Rosa, en la ciudad de Puebla, cuando una monja molió en un metate diferentes chiles y condimentos.

Otra versión más detallada nos cuenta que fue creado en la ciudad de Puebla en el siglo XVII por la monja dominica Andrea de la Asunción, en el convento de Santa Rosa, para satisfacer el paladar del Virrey Tomás Antonio de Serna, quien se encontraba de paso por la Ciudad y quien se sintió cautivado por tan singular platillo, cuyo picor lo invitaba a comer más tortillas.

Una versión más del origen del mole poblano, una leyenda narra que a la visita de Juan de Palafox y Mendoza, Virrey de la Nueva España y arzobispo de Puebla, un convento poblano le ofreció un banquete en el que todos los cocineros de la comunidad participaron en la elaboración, siendo el fray principal, quien por el nerviosismo comenzó a amontonar en una charola todos los ingredientes para guardarlos en la despensa y que, por las prisas, tropezó frente a la cazuela donde se cocinaban unos guajolotes y donde cayeron chiles, almendras, chocolate y otras especias. En su angustia, el fray comenzó a orar al tiempo que le informaban que sus comensales ya estaban a la mesa y para su sorpresa posterior, éstos elogiaron el platillo resultante.

Asociar un platillo tan complejo y a la vez tan equilibrado en sabores, a un simple accidente, es de alguna manera minimizar el conocimiento culinario, que se fue reforzando a través de la historia de México. Si bien, el mole tal y como se consume

hoy en día en México, es una creación colonial, tiene sus orígenes en la época prehispánica, en las salsas conocidas como *mulli*, la cual se usaban como elemento principal de un platillo o para aderezar otros.

Existían diversos tipos de *mullis*, que en general tenían como principal ingrediente diversidad de chiles, algún espesante, que podría ser semillas de calabaza o masa de maíz o frijol, y algún fruto, como el jitomate, ciruelas o aguacate. Los *mullis* eran parte de la dieta de todas las clases sociales, se podían ver servidos en la mesa del tlatoani o de venta en los mercados; lo que cambiaba era el acompañante principal, algún tipo de quelite o carne (pudiendo ser de venado, pato, armadillo, iguana, rana o guajolote). Todo esto es relatado por Bernardino de Sahagun en su libro: Historia General de las Cosas de la Nueva España (1956), donde menciona más de ocho diferentes tipos de *mullis*.

En el transcurrir del tiempo, las salsas (antecedentes del mole) llegaron a las casas criollas y a los conventos, y así se fueron agregando, “a través de los tres siglos de la etapa colonial, ingredientes de otras procedencias que concordaban con el concepto original: consistían en una mezcla de chiles frescos o secos, tomate o jitomate, a veces un espesante como la masa de maíz o la pepita de calabaza, y condimentos como el epazote, ajonjolí tostado, pepitas de chile, cilantro, cominos, ajo, clavo, pimienta, canela, jengibre, la hierba santa o la hoja de aguacate, con ellas se aderezaban verduras, carnes y pescados” (Barros, 2014), y surge posteriormente el uso de aceites o grasas para su cocción.

A partir de la Independencia, el mole empezó a complejizarse en sus ingredientes: entonces piñones, cacahuates, nueces peladas y fritas, cacao, anís, tortilla dorada o pan y ajonjolí aparecen para decorar el mole poblano, teniendo como carne principal, el cerdo y el guajolote. Hoy en día, la forma más común de presentación del platillo es bañando en su totalidad la carne con el mole, aunque algunos restaurantes, con el fin de darle un toque más moderno, deciden manchar ligeramente la pieza de carne con la salsa.

Actualmente existen más de 70 estilos de mole (Zurita, 2012), que si bien, en su mayoría se encuentra en lo que antes fue Mesoamérica, es un producto que se encuentra en todo el territorio mexicano, y teniendo en cuenta la versatilidad con la que se puede encontrar en cada región, podría ser el platillo más emblemático de la cocina mexicana, debido a la historia del lugar (mestizaje cultural), las tradiciones, festividades, el área geográfica, ya que “de acuerdo con la región donde se prepare... los ingredientes varían según la disponibilidad de los mismos, el gusto del cocinero y la fiesta de que se trate (fiestas patronales, bodas, XV años, bautizos e incluso después de funerales... día de Muertos).

Otra temática interesante en torno al mole es la botánica, pero disertar sobre los ingredientes botánicos de los moles requeriría de un análisis regional de los mismos, en el cual, sin duda, los chiles serían los principales ingredientes porque las variedades cambian de región a región...” (Linares & Bye, 2014). Hoy en día, el mole más elaborado y difundido en la república es el “mole poblano” o mole estilo Puebla (Zurita, 2012), que también hace referencia a cualquier tipo de mole con tonalidad café, el cual es común encontrarlo en diversas presentaciones en el mercado, en algún antojito mexicano, en diversos estilos de restaurantes, como pasta o en polvo, además de que existen varias marcas comerciales que lo ofrecen enlatado. La presentación tradicional de este mole pide que acompañe al guajolote, pero se puede añadir a prácticamente cualquier clase de carne y se utiliza para elaborar platillos como las enchiladas, mejor conocidas como “enmoladas” o el pastel o torta azteca (Vela, Los chiles de México. Catálogo visual, 2009).

Aunque el mole tenga diversas formas de consumo, esta salsa tiene además una importancia cultural enorme porque “Comprende de una tradición prehispánica y aportes europeos, la sabiduría campesina y la dedicación conventual, olorosas hierbas indígenas y productos del lejano Oriente. Las costumbres de cada lugar originan recetas que, aunque parecidas, dan lugar a una rica gama de sabores” (De'Angeli & De'Angeli, 1988). Este peso cultural es lo que ha hecho del mole un símbolo de identidad en el mexicano, al punto de que la Secretaría de Turismo (SECTUR) creó la ruta *Los Mil Sabores del Mole* dentro del programa turístico *Rutas*

Gastronómicas, la cual abarca cuatro estados: Tlaxcala, Puebla, Oaxaca y Ciudad de México (El Universal, 2012).

2.6.1. El mole como herramienta para explicar el producto gastronómico

El mole tiene cientos de años de haber existido, y su popularidad cada vez es más grande, es símbolo de mexicanidad, su difusión y su conservación cultural cada vez es más marcada. Esto no ha hecho que el platillo este absuelto de un mercado globalizado, comercializado en los mercados populares y en los supermercados, es entonces un producto nacional (mexicano) con diversas facetas, cada uno con diferentes procesos gastronómicos que nos ayuda a entender cada tipo de producto.

2.6.2. Clasificación de moles según el producto gastronómico

En México, el mole como producto alimenticio se puede obtener de diferentes maneras y en diferentes espacios, por ejemplo, es muy común que este sea el platillo esencial en diversas celebraciones sociales, desde un cumpleaños hasta una boda, bautizo o fiesta patronal. Debido a su larga elaboración este producto se puede encontrar de manera comercial, ya sea en forma de pasta o en una salsa muy espesa, lista para agregar simplemente caldo o agua. Este tipo de productos los encontramos en el mercado a precios muy accesibles, pero también lo encontramos dentro de restaurantes como en el ya mencionado; Pujol. Su mole tiene casi dos mil días de añejamiento y 100 ingredientes, y con precio de menú de degustación, donde se puede comer esta salsa, 98% más elevado que el mole de supermercado.

Dentro de la preparación y de los moles que se mencionan, a grandes rasgos podemos hablar de él como un alimento cuya composición se resume en una molienda de diferentes ingredientes como las oleaginosas, los chiles secos, las especias y verduras; si quisiéramos abordarlo desde su preparación, en general, comprendería un proceso muy similar entre uno y otro, lo mismo ocurriría si quisiéramos analizarlo desde una parte química o sensorial, entonces, para hablar de las diferencias en los moles, se deben abordar los contextos de ellos, los ingredientes y las técnicas, las cuales también pueden ser muy similares, pero es

en el espacio, la forma de preparación y el consumo, lo que marca una diferencia. La importancia de diferenciar o clasificar los diferentes tipos de mole desde el producto gastronómico, es que constituye una herramienta para evaluar, apreciar, estudiar, difundir y costear de la mejor forma cada uno de ellos.

2.7. El mole como producto gastronómico

Partiendo de la premisa de que el producto gastronómico es el resultado del proceso gastronómico, y que este a su vez, parte de la transformación de los alimentos, se puede aducir a la existencia de tres tipos de producto gastronómico y dos tipos de transformación de los alimentos que dan como resultado el particular producto gastronómico (Cuadro 1).

Cuadro 1. Tres tipos de productos gastronómicos y su transformación.

Tipo de Transformación		Tipo de Producto Gastronómico
Arte Culinario	Tradicional	1. Producto gastronómico tradicional
	Bellas Artes	2. Producto gastronómico-arte
Transformación Industrial		3. Producto Gastronómico industrial

Fuente: elaboración propia.

En general, se puede clasificar al mole dentro de tres tipos de producto gastronómico, pero sin dejar de lado su contextualización dentro de la gastronomía. Al respecto, Bernaldez menciona la construcción social y la actividad económica, lo que permite diferenciar los tipos de mole y el consumo. (Cuadro 2)

Cuadro 2. Tipo de mole, de acuerdo con el producto gastronómico.

Tipo de Producto Gastronómico	Tipo de Mole	Ejemplo
1. Producto gastronómico tradicional	Mole tradicional	Mole de fiestas patronales
2. Producto gastronómico contemporáneo	Mole de restaurante	Mole “Madre” del restaurante Pujol
3.Producto Gastronómico industrial	Mole envasado	Mole “Doña María”

Fuente: elaboración propia.

El mole como producto gastronómico tradicional. El mole es “un platillo que coronan la cocina de México... podemos decir que es el platillo nacional por excelencia” (Vega R. Q., 2004). Para este tipo de producto gastronómico, el mole hecho en una cocina tradicional, cuya finalidad de su preparación es algún tipo de satisfacción personal, se hace referencia a todos los que se sirven en cualquier tipo de festividad o en el hogar (Imagen 1).

Este tipo de mole se realiza mediante una receta que fue heredada y aprendida de una manera empírica, en su gran mayoría es elaborado por las mujeres de la familia quienes ofrecen a sus comensales esta salsa. Los estándares de sabor se comprueban directamente en el paladar de quien lo está degustando. En su mayoría, la materia prima se obtiene buscando el menor costo final, y la búsqueda se realiza en mercados o en tiendas cercanas al lugar donde se prepara la salsa. Quienes consumen este tipo de mole son amigos o familiares de las cocineras, quienes se reúnen con el fin de un festejo.



Imagen Ilustrativa 1. Mole tradicional.

La construcción social en el producto gastronómico tradicional. Alrededor de este tipo de mole surgen ciertas tradiciones ... que derivan también de una identidad regional, y hacen del mole un “símbolo de cualquier celebración, por lo que en ocasiones se oye decir “no hay fiesta sin mole”, “invítame al mole”...” a darle que es mole de olla...entre otros dichos y corridos más” (Cuen, 2007).

La actividad económica del producto gastronómico tradicional. Si bien, la compra de insumos para la preparación del mole genera como consecuencia un movimiento económico, en este tipo de mole, el movimiento es de tipo localizado y en pequeña escala. Pero también surge el movimiento económico que emerge a partir del turismo gastronómico, en busca de esto, como ejemplo, se tiene al mole poblano.

Hablar del mole poblano es hablar de la riqueza gastronómica, no sólo de un estado de la República Mexicana, sino de una nación; es también hablar de un producto artesanal muy bien posicionado en la mente de los consumidores; de un importante atractivo que posibilita el impulso alimentario de nuestro país y especialmente a Puebla como destino turístico; y de una manera de ofrecer mejor calidad de vida a algunos poblanos, entre ellos los productores, los distribuidores y los vendedores del mole poblano (Vega R. Q., 2004).

La gastronomía, y por supuesto la pasta para el mole poblano, ofrece grandes posibilidades para el desarrollo socioeconómico, la creación de fuentes de empleo

y la generación de riqueza para estados del país como Puebla, tanto en el ámbito exportador, como en el turístico (Vega R. Q., 2004).

El mole como producto gastronómico contemporáneo (Imagen 2). Siendo la cocina de vanguardia, el arte culinario dentro de las bellas artes, este mole es aquel que surge en los restaurantes con cocina de “autor”, donde el cocinero encargado expresa una propuesta personal que demuestra la creatividad, mezclando distintas técnicas en cada plato, generalmente ofrecidos en un menú de degustación (Toledano, 2015).

A pesar de que la elaboración de este tipo de mole se fundamenta en una receta ancestral, los chefs jóvenes de diversos restaurantes de México dan un giro a las recetas ancestrales y argumentan que esto hace que el mole adquiera mayor contundencia. En su mayoría estos chefs buscan reivindicar la idea de que esta salsa tiene que ser pesada, oscura y espesa. Un ejemplo de este tipo de mole es la creación del chef Jorge Vallejo, del restaurante Quintonil, en la Ciudad de México, quien explica que el mole sigue en evolución y elabora moles “superrefinados” y a palabras de él, “totalmente lo opuesto a cómo los concibe la gente” (Gordinier, 2017).



Imagen Ilustrativa 2. El mole del restaurante “Pujol”.

La construcción social en el producto gastronómico arte. En la cocina de autor se emplean nuevos productos, técnicas, artefactos y utensilios que permiten innovar de manera sorprendente. El montaje de los platos también juega un papel fundamental, ya que se busca animar al comensal por medio de los colores, las texturas, las formas y los sabores (Toledano, 2015).

En el caso de este tipo de mole, el chef Francisco Rauno, en su restaurante Alcalde, en Guadalajara, propone un mole donde busca quitar la “suerte de infraestructura barroca” y darle al mole una transformación minimalista. “Para él, es un reto evitar la lista monumental de ingredientes que algunas recetas requieren, a fin de lograr el mismo sabor pronunciado y profundo con solo diez o doce ingredientes. Ruano amplía las vetas de dulzura y acidez con vinagre, plátanos asados y puré de cebolla; en un mole, incluso sumó a la ecuación el sabor japonés umami, que quiere decir “sabroso”, con una base de algas marinas” (Gordinier, 2017).

En Puebla, el hogar ancestral del mole poblano, el chef Ángel Vázquez ha creado su versión, combinando las cocinas de Tailandia, Grecia y Marruecos (Gordinier, 2017). En palabras de Toledano, “Actualmente los cocineros prefieren productos locales y de mucha calidad, buscando sabores potentes y frescos” (2015). Aunque tal vez las recetas que ocupan en una cocina de autor son transmitidas de forma empírica, para poder innovar en ellas se requiere de un estudio previo de las materias primas y de técnicas culinarias, por ende, los espacios donde se realiza la transformación de los alimentos, también cambian.

La actividad económica del producto gastronómico arte. El mole genera hoy día importantes ingresos económicos en todos los restaurantes donde se oferta. Pero existen focos rojos que atender: no en todos los lugares, por ejemplo, Estados Unidos, se produce una comida con el rigor de nuestras cocineras y chefs, ni con la aplicación de las recetas originales. Ante esto, es necesario realizar campañas de capacitación, como las que se han realizado en casa Puebla en Nueva York, a fin de que se respeten las recetas originales (Riestra, 2004).

El mole como producto gastronómico-industrial. En este tipo de mole se considera a todo aquel mole que se vende elaborado, para su consumo en el hogar y su distribución es en tiendas o supermercados (Imagen 3). Como en toda industria, la obtención de la materia prima es por medio de estándares establecidos de calidad, y se distingue por la obtención de manera masiva. Así también sucede con la maquinaria que se usa para elaborar el mole, la búsqueda se realiza para poder disminuir los costos y facilitar la producción masiva. Y el empaque del alimento debe contener especificaciones determinadas por el ente gubernamental.

Ejemplo de fabricación de este tipo de mole industrial es la empresa de *Productos Alimenticios Linda María*, cuyo giro principal es la venta de alimentos procesados, tanto en el país como en el extranjero, entre ellos el mole. En el 2002 y con ayuda del Fondo Nacional para las Empresas Sociales, adquirió una envasadora industrial, generando mayor productividad y consiguiendo generar cinco toneladas de mole al mes. A partir de entonces su comercialización se hace a través de distribuidores y cadenas de tiendas (Camacho, 2011).

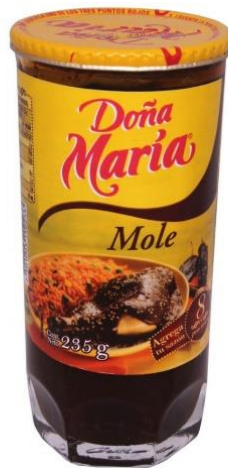


Imagen Ilustrativa 3. Mole Industrializado Marca Doña María.

La construcción social en el producto gastronómico industrial. El mole es parte de la cocina mexicana, y como se ha mencionado anteriormente, la cocina es un medio de identidad. En el caso del mole existe una gran característica, el ser visto

también desde el mercado como un producto de nostalgia, esto es “mercancías y servicios con atributos y particularidades, de carácter autóctono -mercancías y servicios con un sentido de pertenencia nacional, vinculado a conceptos como la “raza”, “pueblo” y a otras particularidades, “peculiaridades religiosas y lingüísticas” de un grupo social, el distintivo de la pigmentación de la piel, orígenes nacionales y geográficos” (Olmedo, 2007).

La actividad económica del producto gastronómico industrial. Al ser esta una transformación de forma industrial, la actividad económica que genera el producto gastronómico industrial es uno de sus principales enfoques o relevancias. Pero el mercado de la nostalgia tiene un gran papel en la economía de este tipo de producto. Este es un mercado conformado por su mayoría de migrantes, y en el caso del mole, relacionado en mayor medida con los mexicanos radicados en Estados Unidos y Canadá.

Tan grande han sido las importaciones de alimentos procesados, como el mole, que desde hace varios años, tanto el Gobierno Federal como algunos Gobiernos Estatales, incluso organismos de la iniciativa privada, han detectado este mercado y han hecho esfuerzos para impulsar a los productores nacionales para que se interesen en exportar este producto” (Aldana, 2010). El principal destino de exportación de los alimentos procesados se dirige a Estados Unidos, con 85 por ciento del total. Esto se debe en gran medida al Tratado de Libre Comercio (TLC), que eliminó las principales barreras al comercio, y a los 25 millones de mexicanos y mexicano-norteamericanos que han creado una gran demanda a través del llamado mercado de la nostalgia (Riestra, 2004).

Riestra (2004) hace mención a una investigación realizada por *Strategy Research*, empresa de investigación de mercados en Estados Unidos, los mexicanos y mexicano-norteamericanos gastan, cada año, 2 mil 600 millones de dólares en comida en supermercados y tiendas de abarrotes...según dicha encuesta, a los mexicanos y mexicano-norteamericanos les gusta gastar su ingreso disponible en productos típicamente mexicanos. Los mexicanos que viven en Estados Unidos gastan un mayor porcentaje de su ingreso en comida de supermercado que otros

grupos sociales. Las ventas de los alimentos diseñados para este segmento de mercado (tortillas, salsas picantes, moles, frijoles enlatados y comida preparada con chile) han crecido a tasas más altas que las del resto de los alimentos.

Otro ejemplo es la cadena de los Olamendi, de Cholula, Puebla, que permite a los mexicanos y los norteamericanos, en California, comer mole y delicias poblanas cualquier día de la semana. Los migrantes exitosos regresan e invierten en sus lugares de origen para producir alimentos procesados y comercializarlos en Estados Unidos: chiles jalapeños, moles, salsas, frijoles refritos, nopales, jugos o nanches. El mole sigue siendo un producto altamente rentable, que genera importantes ingresos para quien lo produce, tanto en México como en Estados Unidos. Las monjas lo producían para vender en las casas desde principios del siglo XVIII, y ahora siguen haciendo y comercializando los famosos dulces poblanos, otra de las glorias de nuestra gastronomía (Riestra, 2004).

3. Conclusiones

El mole representa un bien tangible e intangible de México y se considera emblema de todo un país, es considerado parte de su patrimonio cultural y de su importancia histórica, sin soslayar su contribución en la formación de su identidad, y de su concepto como nación, que parte de toda una construcción social, que no obstante su constante cambio a través del tiempo, permea su valor en la comida y en los alimentos como el mole, un platillo tradicional, artístico e industrial distintivo de todo un país.

La referencia al mole como un producto gastronómico y también, un bien alimentario, precisa del abordaje de los conocimientos y las prácticas culturales de las personas, los actores sociales, las empresas y los lugares, cuyo saber-hacer e innovación ha posibilitado la emergencia, producción y permanencia de un producto distintivo del país, un producto alimenticio distintivo desde el mismo abastecimiento y almacenaje, hasta el consumo, sin olvidar una parte fundamental de la producción y trascendencia social y cultural de este platillo, su contexto, es decir la forma en la cual se desarrolla y se recrea, pues como se ha mencionado, esto determina su valorización.

Tener conceptualizado al producto Gastronómico ofrece un carácter más teórico a la Gastronomía como estudio, y ayudaría a abrir futuras investigaciones en campos como la del patrimonio alimentario, por ejemplo, si, ¿La elaboración puede ser determinante para que un alimento sea considerado o no patrimonio? ¿Un platillo típico como un producto gastronómico precisa de alguna forma particular de elaboración o reproducción? ¿Qué factores son determinantes en su acepción como producto distintivo gastronómico? ¿Hasta qué momento éste puede considerarse propio de una localidad? ¿Qué características un platillo debería presentar para no ser considerada una alimento común? ¿Cuál sería el determinante social y cultural de un plato para que pondera una importancia culinaria, festiva o ritual en una región?, un mismo producto culinario, ¿podría ser identitario de diversas regiones y qué lo hace diferente entre estados?

El abordaje de un guiso desde la noción del producto gastronómico, es decir, como el resultado de las acciones que conllevan sus tres grandes etapas o facetas: su elaboración a través del abastecimiento, la transformación y la comensalidad, así como las interacciones sociales que surgen y se generan entre cada una de las actividades; posibilita en primera instancia una clasificación gastronómica de alguna manera y coadyuva en la determinación de las diferencias, tan necesarias en la distinción, la permanencia y la trascendencia social y cultural del mole; de lo que se pudiera considerar el mismo platillo, conllevando el conocer, el difundir, así como el conservar, sin demeritar el valor simbólico que se le otorga.

El valor del patrimonio alimentario depende de dos aspectos, su aprecio (valor formal) y el significado que se le otorga (valor simbólico). Aspectos necesarios en el análisis y oferta de un platillo, y del producto gastronómico, a partir de su proceso gastronómico. En el caso del mole, visto como un término que se utiliza en todo México para referirse a diversas preparaciones, diferentes valorizaciones regionales, modos de elaboración, diversidad de ingredientes empleados, costumbres en su preparación y en su consumo.

El mole, considerado usualmente una salsa representativa de la gastronomía mexicana, es un platillo cuya transmisión del saber-hacer ha sido inter e intra generacional, sus inicios se remontan a la época prehispánica de México, se constata su paso en el tiempo después de la conquista española, y los cambios que genera cada generación, como los recientes de esta época: el auge de la cocina de vanguardia, la cual encontró en el mole una salsa compleja y un camino para otorgar personalidad al restaurante; la industrialización alimenticia, la cual ha masificado su producción a través de la reglamentación sanitaria y de la producción alimentaria con identidad.

Identidad e importancia cultural de alimentos como el mole se sustentan en su dependencia de contexto y del lugar donde se desarrolla y trasciende como un producto gastronómico. El mole no pierde su relevancia identitaria según su elaboración, pero su consumo enfrenta una adaptación identitaria, por ejemplo, el consumo del mole industrializado en Estados Unidos de América. La valoración del

patrimonio cambia a través de la historia, y es el valor que culturalmente se otorga lo que confiere la forma, pero es el contexto lo que determina ese valor. El mole en muchas ocasiones es apreciado por su elaboración, tradicional, contemporáneo o industrial, aunque también trasciende por la identidad que genera a través del consumo, por ejemplo, el mercado de nostalgia.

4. Referencias bibliográficas

- Aldana, J. C. (2010). El Mercado de los Productos Nostalgia: Una Oportunidad para las PYMES. En UNAM (Ed.), *XV Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática*, (pág. 11). Ciudad de México. Recuperado el 5 de Enero de 2020, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/docs/88.pdf>
- Báez, P. J. (2018). Cultura Gastronómica Mexicana. En S. México, *El Arca del Gusto en México* (págs. 18-23). Puebla: Slow Food Editore.
- Barros, C. (2014). Los Moles. Aportaciones prehispánicas. *6° Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (págs. 20-27). Puebla: CONACULTA.
- Bautista, A. T. (21 de Octubre de 2019). *Slowfood*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de <https://www.slowfood.com/es/dia-del-mole-poblano/>
- Camacho, E. (2 de Agosto de 2011). *El Universal*. (E. U. Nacional, Ed.) Recuperado el 2 de Enero de 2020, de <https://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/88323.html>
- Camarena Gómez, D. M., Sandoval Godoy, S. A., y Domínguez Ibáñez, S. E. (2011). Actitud hacia el consumo de comidas étnicas/internacionales y tradicionales en el Norte de México. *Agroalimentaria*, Núm. Pp. 87-97.
- Castaño González, Y. (29 de Diciembre de 2012). Comida de Vanguardia. *El Nuevo Día*. Obtenido de <http://m.elnuevodia.com.co/nuevodia/sociales/la-columna-del-chef/167635-comida-de-vanguardia>
- Chedraui (2020) Mole Pasta Rojo Doña María 235 Gramos. [Imagen 1] Recuperado de <https://www.chedraui.com.mx/CH/Mole-Pasta-Rojo-Do%C3%B1a-Maria-235-Gr/p/000000000003043244?siteName=Sitio+de+Chedraui>

- Ciliane Ceretta, C., y Da Silva Heres, D. (2012). El Festival Del Bacalao como Manifestación de la Gastronomía Portuguesa en Pelotas, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Pp. 1558-1577.
- Coelho Costa, E. R. (2014). Comensalidad: La dádiva de la hospitalidad a través de la gastronomía. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. Núm. Pp. 505-525.
- Cuen, L. P. (2007). *Usos y Costumbres en Torno a la Mesa* (Primera edición ed.). Distrito Federal, México: Plaza y Valdés Editores.
- Di Clemente, E., Hernández Mogollón, J. M., y López-Guzmán, T. (2014). La Gastronomía Como Patrimonio Cultural y Motor del Desarrollo Turístico. Un Análisis DAFO para Extremadura. *Monográfico*. Pp. 817-833.
- Da Veiga Soares Carvalho, M. C., Therezinha Luz, M., & Donizete Prado, S. (2011). Comer, Alimentar e Nutrir: categorias analíticas instrumentais. *Ciência & Saúde Coletiva*, 155-163.
- De'Angeli, A., & De'Angeli, J. (1988). Moles y Salsas. En *El Gran Libro de la Cocina Mexicana* (Primera Edición ed., pág. 72). DF, México: Larousse.
- Del Pino, Á. (2013). *Comidas bastardas: Gastronomía, tradición e identidad en América Latina*. Santiago de Chile: Cuarto Propio.
- El Universal. (28 de Febrero de 2012). *El Universal*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de <https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/833087.html>
- EVE. (9 de Abril de 2014). *EVE Museos e innovación*. Recuperado el 15 de Enero de 2020, de <https://evemuseografia.com/2014/04/09/valor-del-patrimonio-cultural/>
- Fellows, P. (2015). Folleto de la FAO sobre diversificación 5. *Los Alimentos: su elaboración y transformación*. Roma, Italia: FAO.
- Fusté-Forné, F. (Enero-Junio de 2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*(24), 04-16.

- García García, José Luis. (1998). De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, Vol. 27. Pp. 9-20.
- Gordinier, J. (28 de Febrero de 2017). *The New York Times*. (T. N. Company, Ed.) Recuperado el 5 de Enero de 2020, de <https://www.nytimes.com/es/2017/02/28/la-nueva-era-del-tradicional-mole-mexicano/>
- Guerra, P. (2014). Las etapas del proceso económico: hacia una teoría socioeconómica solidaria de la producción, la distribución, el consumo y la acumulación. En *Socioeconomía de la solidaridad. Una teoría para dar cuenta de las experiencias sociales y económicas alternativas* (págs. 163-215). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Hirth, K. (Julio-Agosto de 2013). Los Mercados Prehispánicos. La Economía y el Comercio. *Arqueología Mexicana*(122).
- Hernández Heredia, C., Tamayo Salcedo, A. L., Castro Ricalde, D., y Muñoz, I. (2016). Tendencias Gastronómicas Predominantes en la Producción de Revistas Científicas de Iberoamérica. *Ciencia Ergo Sum*, Vol. Núm. Pp. 76-84.
- Iturriaga, José N. (2007). La identidad alimentaria mexicana como fenómeno cultural. *Tradiciones, Archipiélago*. Pp. 47-49.
- Jauffred, M. (26 de Agosto de 2014). *El Financiero*. Obtenido de La Cocina, de un Espacio Privado a uno Social: <http://www.elfinanciero.com.mx/suplementos/la-cocina-de-un-espacio-privado-a-uno-social>
- Linares, E., & Bye, R. (2014). Principales Ingredientes Botánicos en la Preparación de los Moles. *6° Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (págs. 62-67). Puebla: CONACULTA.
- Llull Peñalba, Josué. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, Vol. 17. Pp. 177-206.

- M. Malagíe, G. J. (1998). Procesos de la Insutria Alimentaria. En OIT, *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo* (págs. 2-3). España: Instituto Nacional de Seguridad, Salud y Bienestar en el Trabajo (INSSBT). Obtenido de <http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2013/12/Enciclopedia-de-salud-y-seguridad-en-el-trabajo.pdf>
- Manzini, L. (Junio de 2011). El Significado Cultural de Patrimonio. *Estudios del Patrimonio Cultural*(06), 27-42. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019
- Marta. (12 de Marzo de 2020). *People en Español*. Obtenido de Mole Huasteco con Pollo: <https://peopleenespanol.com/recetas/2426-mole-huasteco-con-pollo/>
- Matta, R. (Enero de 2015). Conocimiento Y Poder: Prácticas Alimentarias Y Patrimonialización Cultural. En M. A.-X. R. Avila (Ed.), *Alimentos Cocinas e Intercambios Culinarios: Confrontaciones culturales, identidades, resignificaciones* (págs. 205-220). Guadalajara: CUCSH/Universidad de Guadalajara. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/298401905_Conocimiento_y_poder_practicas_alimentarias_y_patrimonializacion_cultural
- Mazatán Páramo, R. (2006). Gastronomía: Pertinencia Sistémica en Hechos de Cocina. En I. Farías, y J. Osadón, *Observando sistemas: nuevas apropiaciones y usos de la teoría de Niklas Luhmann* (pág. 149). Santiago de Chile: Fundación Soles.
- Mejía López, L. S., Hernández López, R., y Mejía Castillo, S. E. (2013). Cocina y arte: la doble significación de la gastronomía. *Culinaria*. Pp. 07-22.
- MINEDUC. (2011). *Ministerio de Educación de Chile*. Obtenido de <http://portales.mineduc.cl/usuarios/pcompras/File/2011/ACREDITACION/GuilaPrActica2GestiOndeAbastecimiento.pdf>

- Monfort, R. P. (2014). El Mole como Símbolo de la Mexicanidad. *6° Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (pág. 81). Puebla: CONACULTA.
- Monteagudo, J. L. (2014). Construcción y Evolución del Mole Virreinal. *6° Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (pág. 37). Puebla: CONACULTA.
- Montero Morales, C. (2004). *Alimentación y vida saludable: ¿somos lo que comemos?* Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Moreira, R. (2006). Memoria y Patrimonio Alimentario: La Importancia de los Saberes Empíricos. *III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios"* (pág. 4). Andalucía: ALTER.
- Moreira, R. (2006). Memoria y Patrimonio Alimentario: La Importancia de los Saberes Empíricos. En ALTER (Ed.), *III Congreso Internacional de la Red SIAL: Alimentación y Territorios* (págs. 1-6). Baeza: ALTER.
- Muñoz, R (2020) Mole Poblano [Imagen 3] Recuperado de <https://laroussecocina.mx/receta/mole-poblano-2/>
- Novo, S. (2010). *Cocina Mexicana: Historia Gastronómica de la Ciudad de México* (10 Edición ed.). Distrito Federal, México: Porrúa.
- NTR. (18 de Octubre de 2015). Mujeres de Humo, custodias del arte culinario tradicional en Veracruz. *NTR*. Obtenido de <http://ntrzacatecas.com/2015/10/18/mujeres-de-humo-custodias-del-arte-culinario-tradicional-en-veracruz/>
- OMS. (15 de Mayo de 2018). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/topics/nutrition/es/>
- Olmedo, Carranza, Bernardo II Seminario-taller de la Unidad de Investigación en Economía Industrial del Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc), UNAM, Los grandes problemas de la industria en México, IIEc, UNAM, Ciudad Universitaria, D.F, México, 25, 26 y 27 de septiembre 2007

- Páramo Morales , D. (2004). El Fenómeno de Consumo y el Consumo en Marketing. *Convergencia*, 221-250 .
- Peñalba, J. L. (2005). Evolución del Concepto y de la Significación Social del Patrimonio Cultural . *Arte, Individuo y Sociedad*, 17, 177-206. Recuperado el 04 de Septiembre de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513551273009>
- Pérez San Vicente, G. (2010). La Cocina Mexicana y como se constituye. En D. d. Guzman, *Recetario Mexiquense* (págs. 19-23). Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Ponce Díaz, M., Besanilla Hernández, T., & Rodríguez Ibarra, H. A. (2012). *Universidad Autónoma de Tamaulipas*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/dhi.pdf>
- Prats, Llorenc. (2000). El concepto de patrimonio cultural. Cuadernos de Antropología Social, núm. 11. Pp. 22.
- Riestra, M. (2004). El Mole Poblano y los Productos Alimenticios Mexicanos. 6° *Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (págs. 124-129). Puebla: CONACULTA.
- Rojas, K. M. (17 de Marzo de 2020). *Instituto Nacional de Antropología e Historia*. Recuperado el 12 de 04 de 2020, de Chiles y salsas en México. Un sabor a identidad: <https://www.inah.gob.mx/reportajes/597-chiles-y-salsas-en-mexico-un-sabor-a-identidad>
- Roselló Borredá , M. (2014). Alimentación, cocina y gastronomía. *Manual Práctico de Nutrición y Salud*, 185-192.
- Sahagun, F. B. (1956). *Historia General de las Cosas de la Nueva España* (Primera ed.). Distrito Federal, México: Porrúa.
- Sangri Coral, A. (2014). *Administración de Compras. Adquisiciones y abastecimientos*. México: Grupo Editorial Patria.

- SECTUR. (07 de Agosto de 2010). *México Desconocido*. Recuperado el 13 de Marzo de 2020, de Receta de Mole Poblano: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/receta-mole-poblano.html>
- SECTUR. (28 de Junio de 2010). *México Desconocido*. Recuperado el 12 de Marzo de 2020, de Mole Negro de Oaxaca: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/mole-negro-de-oaxaca.html>
- Soco, M. (30 de Mayo de 2017). *Directo al Paladar*. Recuperado el 26 de 12 de 2019, de <https://www.directoalpaladar.com.mx/ingredientes-y-alimentos/el-mole-un-platillo-tradicional-lleno-de-historia>
- Soco, M. (11 de Junio de 2019). *Directo al Paladar*. Recuperado el 13 de Marzo de 2020, de <https://www.directoalpaladar.com.mx/directo-al-paladar-mexico/cuales-eran-alimentos-populares-tiempos-revolucion>
- Toledano, M. (30 de 01 de 2015). *Animal Gourmet*. (G. E. Criterio, Ed.) Recuperado el 23 de Diciembre de 2019, de La Cocina de Autor (o Cómo Edu carnos como comensales): <https://www.animalgourmet.com/2015/01/30/la-cocina-de-autor-o-como-educarnos-como-comensales/>
- Torres Parra , D. M., Triviño Gutierrez, J. A., & Martínez Sierra , L. M. (2015). Proyecto Ensayo de Grado. *El Salario Emocional Factor de Eficiencia y Competividad*. Bogotá, Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Torres, G., Fontán, L. M., & Santoni, M. E. (2004). El alimento, la cocina étnica, la gastronomía nacional. Elemento patrimonial y un referente de la identidad cultural . (C. N. Técnicas, Ed.) *Scripta Ethnologica*(26), 55-66. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14802603>
- UNESCO. (2012). Cuaderno Intercultural. *Identidad y patrimonio de las culturas de la costa Caribe de Nicaragua*. San José, Nicaragua: Colección Identidades y Patrimonio Cultural.

- Vega, D. F. (24 de 01 de 2017). *Food & Travel México*. Recuperado el 12 de 03 de 2020, de Regiones Gastronómicas de México: <https://foodandtravel.mx/regiones-gastronomicas-de-mexico/>
- Vega, R. Q. (2004). Visión Legal y de Negocios Relacionados con el Mole Poblano. *6° Congreso sobre el Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural: El Mole en la Ruta de los Dioses* (págs. 132-135). Puebla: CONACULTA.
- Vela, E. (Octubre de 2009). El Chile: una Breve Historia. *Arqueología Mexicana*(Especial 32), 7-20.
- Vela, E. (2011). La cocina del Maiz. *Arqueología Mexicana*(Edición Especial 38), 73.
- Vela, E. (Agosto de 2012). Del Cacao al Chocolate. *Arqueología Mexicana*(Edición 45), 12-13.
- Zepeda, M. (2017) Mole madre, un clásico de Enrique Olvera en Pujol. [Imagen 2]. Recuperado de <https://www.animalgourmet.com/2017/03/03/el-nuevo-pujol-listo-para-renacer-el-6-de-marzo/pujol2-3/>
- Zurita, R. M. (2012). *Diccionario Enciclopédico de la Gastronomía Mexicana* (Primera Edición ed.). DF, México: Larousse.