



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, C - III
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL



La importancia de los alimentos artesanales: un análisis a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales en Tuxtla Chico, Chiapas

Tesis

Que como requisito para obtener el grado de
Maestra en Desarrollo Local

Presenta:

Graciela Natalie Rasgado Bonilla

Directora:

Mtra. Guadalupe Ocampo Guzmán

Codirectora

Mtra. Yolanda Lizeth Sevilla García

Esta tesis se inscribe en la Línea de Generación y Aplicación del
Conocimiento “Procesos de Cambio Territorial”



San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. Septiembre 2018



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, C-III
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL

MAESTRÍA EN
DESARROLLO
LOCAL UNACH



San Cristóbal de Las Casas, Chiapas.
07 agosto del 2018.

ASUNTO: Autorización de impresión de Tesis.

C. Graciela Natalie Rasgado Bonilla
P R E S E N T E.

Con base al Reglamento de Evaluación Profesional para los egresados de la **Maestría en Desarrollo Local** de la Universidad Autónoma de Chiapas, y habiéndose cumplido con las disposiciones en cuanto a la aprobación del contenido de su trabajo de Tesis Profesional: ***“La importancia de los alimentos artesanales: un análisis a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales en Tuxtla Chico, Chiapas”***. Por parte de los integrantes del Jurado, CERTIFICO el VOTO APROBATORIO emitido por éste y autorizo la impresión de dicho trabajo para que sea sustentado en su Examen de Grado de la **Maestría en Desarrollo Local**.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para saludarlo cordialmente.

A T E N T A M E N T E.

“POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR”


DR. ENRIQUE ANTONIO PANIAGUA MOLINA
DIRECTOR.



c.c.p. Archivo/MDL



CALLE PRESIDENTE ÁLVARO OBREGÓN, SIN NÚMERO. COL. REVOLUCIÓN MEXICANA
C.P. 29200. SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS, CHIAPAS. MÉXICO.
TEL: 01 (967) 67.85341, www.mdl@unach.mx

DEDICATORIA

*“Lo esencial para que el universo haga lo suyo,
es que estés con los brazos abiertos.
Todo llega en el momento indicado”*

Anónimo

Esta tesis la dedico a mis padres Lidia Bonilla Espinoza y Federico Rasgado Cárdenas, porque han apoyado cada uno de mis proyectos de vida y son mi fortaleza para levantarme cada vez que decaigo, porque gracias a su amor y consejos he logrado defender con honra aquello en lo que creo y a hacerlo con ética.

A mi gemela malvada, mejor amiga y hermana Fátima, por tener siempre tiempo para mí, motivarme para nunca rendirme y sobre todo por su amor incondicional. A mi hermano el enano y mejor artista visual de mi corazón Eric RaBo porque su dolor llegó justo al inicio de este proyecto y fue mi motivo para seguir con más fuerza, enseñándome el verdadero valor de la familia, nuestra familia.

Dedico también este trabajo a quien además de tía considero mi segunda mamá a Irma Moreno Sánchez por regalarme su cariño y amor, y estar en los mejores y peores momentos de mi vida. A Liliana Rabanales Montes la mejor roomie del mundo, por su compañía y sincera amistad llena de apapachos, risas y noches de compartir oso aventuras.

A Juan, a quien conocí al inicio de la maestría y quien me acompañó en este camino. También, le dedico esta tesis, porque me ayudó a nunca perder la fe, creer en mí y reconocer mi capacidad, pero sobre todo por su amor y amistad.

A la memoria de mis abuelos maternos Lidia Espinoza Rodas y Casimiro Bonilla Pizano, porque su historia inspiró este trabajo, mi corazón les guarda y se llena de orgullo. A mi terruño, Tuxtla Chico, porque pensarle me transporta a mis años de infancia y en mis recuerdos está hasta la raíz ese sabor y olor a chocolate, tamales y pan.

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo que me otorgó durante dos años para culminar mis estudios de posgrado. Así mismo a la Universidad Autónoma de Chiapas por la oportunidad que me brindó para ingresar al programa de Maestría en Desarrollo Local de la Facultad de Ciencias Sociales y ser parte de la cuarta generación 2016-2018 en dicho programa.

A mi jurado de tesis conformado por la Mtra. Guadalupe Ocampo Guzmán, por su acompañamiento y guía en el proceso de investigación, por su disposición y paciencia para resolver mis dudas en todo momento, a mi codirectora la Mtra. Yolanda Lizeth Sevilla García por compartirme sus conocimientos y saberes, por recibirme cálidamente y brindarme todas las facilidades durante mi estancia académica en el programa de Maestría en Estudios Socioterritoriales del Centro Universitario del Sur (CUSUR) de la Universidad de Guadalajara. Al Dr. Héctor B. Fletes Ocón por sus comentarios muy puntuales y acertados que enriquecieron la discusión a lo largo de todo el trabajo de tesis.

A los docentes de la Maestría en Desarrollo Local de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Chiapas por compartirme su experiencia y conocimientos necesarios para mi formación académica, en especial a mi profesor y amigo el Dr. Apolinar Oliva Velas por sus consejos, sinceridad y enseñanzas.

A todos los artesanos productores de chocolate, tamales y pan de Tuxtla Chico que colaboraron en la realización de este trabajo, en especial al Sr. Antonio Moreno y su esposa la Sra. Yolanda (Choc´ Elena), la Sra. Chepi Laparra y a las personas que colaboran con ella Mary y Leo (Chocolha Laparra), a la Sra. Mago Cabrera, a la Sra. Petrona Osorio Pérez y a su equipo de mujeres, todas ellas personas maravillosas (Tamales Doña Petra), a Imelda López (Panadería El Chino) por abrirme las puertas de su taller y regalarme un poco de su tiempo y al Sr. Arturo Hernández Aguilar y a su familia (Panadería Aguilar). Agradezco al Ing. Baltazar González por compartirme su experiencia y proyectos, al Ing. Carlos Avendaño Arrazate por el recorrido en las plantaciones de cacao del Inifap y por compartirme su perspectiva y conocimientos sobre la producción del cacao, a Doña Tinita por colaborar con las referencias de los artesanos, al Ing. Raúl López Guzmán de la organización de productores de cacao Canshap, al Sr. Vidal Ordoñez Ochoa de Alianza del Cacao y al joven Gabriel Ramírez.

A mi amiga incondicional Ana Lilia Hernández De la Cruz por su apoyo en los momentos difíciles, a Alejandra Peña, Teresa Böttcher e Iris Trujillo por su amistad y solidaridad. A Digna Carrillo por apoyarme con el sistema de información geográfica para la elaboración de mapas. Finalmente, mi sincero agradecimiento a la Lisseth Villatoro por facilitarme siempre los trámites durante mi paso por el programa de Maestría en Desarrollo Local y por su lindo trato en cada momento.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	2
Preguntas de investigación.....	8
Hipótesis	9
Objetivos.....	9
Justificación	9
Metodología	10
CAPÍTULO 1. CAMBIO EN LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS A NIVEL MUNDIAL	15
1.1 Efectos de la industria alimentaria e individualización del consumo	15
1.2 Alternativas y propuestas alimentarias en el contexto global.....	26
1.3 Cambios en los patrones de consumo en México	30
CAPITULO 2 TERRITORIO, (RE)VALORIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS ARTESANALES Y ACTORES SOCIALES	36
2.1 Enfoques de los estudios de la alimentación	36
2.2 Territorio y alimentos artesanales.....	40
2.3 Patrimonialización y (re)valorización de los alimentos artesanales	43
2.4 El tejido social en la organización productiva y el consumo de alimentos artesanales...47	
CAPÍTULO 3. EL MUNICIPIO DE TUXTLA CHICO, HISTORIA, CULTURA LOCAL Y SU ENTORNO SOCIOPRODUCTIVO	51
3.1 Región Soconusco y su importancia en la producción agrícola	51
3.2 Conformación histórica del municipio de Tuxtla Chico.....	55
3.3 Expresiones culturales e identidad alimentaria de Tuxtla Chico.....	58
3.4 Desarrollo socioeconómico y sistemas productivos de Tuxtla Chico	62
CAPÍTULO 4. LOS ALIMENTOS ARTESANALES Y SU ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA EN EL TERRITORIO: CHOCOLATE, TAMALES Y PAN	67
4.1 La oferta de alimentos en Tuxtla Chico y el embate de la industria alimentaria.....	67
4.2 Los alimentos artesanales en Tuxtla Chico.....	70
4.2.1 Características sociodemográficas de los artesanos.....	71
4.2.2 Transferencia de conocimientos y motivaciones	75
4.3 Proceso de elaboración del chocolate, tamales y pan, y aprovechamiento de los recursos locales	77
4.3.1 Chocolate artesanal	77

4.3.2 Tamales de producción artesanal	86
4.3.3 Pan artesanal.....	98
4.4 Infraestructura y espacio para la producción	105
CAPITULO 5. RELACIONES ENTRE ACTORES SOCIALES EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS ARTESANALES.....	109
5.1 Actores que intervienen en la producción de chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico	109
5.1.1 Relaciones entre los artesanos productores-proveedores de insumos y prestadores de servicios.....	110
5.1.2 Relaciones al interior de la unidad doméstica. Transformación de la materia prima	119
5.2 Participación de los actores en las formas de comercialización	121
5.3 Mercado y relaciones de consumo.....	125
CONCLUSIONES.....	130
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	I
Cuestionario para artesanos productores de chocolate, tamales y pan	I
Entrevista a consumidores	VII
Consumidores entrevistados	VIII
Fotografías de trabajo de campo.....	IX

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Cuadro 1. Categorías de análisis que guiaron la investigación.....	11
Cuadro 2 Técnicas de recolección de información.....	13
Cuadro 3. Valor de la producción de alimentos procesados en los principales países del mundo, participación de mercado y tasa media de crecimiento	19
Cuadro 4. Previsión de gasto en comida rápida de los principales países en el periodo de 2014 al 2019	20
Cuadro 5. Superficie sembrada de los principales cultivos en Tuxtla Chico	63
Cuadro 6 Volumen de producción de especies del sector ganadero y avícola	64
Cuadro 7 Actividades económicas del sector terciario y número de actividades económicas en Tuxtla Chico. Año 2018	65
Cuadro 8 Actividades económicas de la industria manufacturera y número de unidades económicas en Tuxtla Chico. Año 2018.....	66
Cuadro 9 Características sociodemográficas de los artesanos productores y otros ingresos de las familias.....	73

Cuadro 10. Variedades de chocolate artesanal que se produce y comercializa en Tuxtla Chico.	78
Cuadro 11. Insumos para la elaboración de chocolate artesanal y proveedores.....	79
Cuadro 12. Costos de producción por tipo de chocolate artesanal y precio por kilogramo	85
Cuadro 13. Mano de obra en la producción de chocolate artesanal de Tuxtla Chico	85
Cuadro 14. Niveles de producción de chocolate artesanal al mes.....	86
Cuadro 15. Variedades de tamales que se producen y comercializan en Tuxtla Chico	89
Cuadro 16. Insumos para la elaboración de tamales y proveedores.....	92
Cuadro 17. Costos de producción por tipo de tamal.....	97
Cuadro 18. Mano de obra en la producción de tamales.....	97
Cuadro 19. Niveles de producción por productor	98
Cuadro 20. Insumos para la producción de pan y proveedores	100
Cuadro 21. Costo de producción de acuerdo con el tipo de masa	103
Cuadro 22. Mano de obra por productor para la producción de pan artesanal.....	104
Cuadro 23. Niveles de producción de pan artesanal por día	104
Cuadro 24. Actores que intervienen en la producción de chocolate, tamales y pan	110

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Zona Arqueológica Izapa	57
Ilustración 2. Alfombra de aserrín en honor a la Virgen de Candelaria.....	60
Ilustración 3. Cofradía de San Marcos y San Pedro Mártir.....	61
Ilustración 4 Chocolate Abuelita, Tamales La Costeña y pan de supermercado de venta en Bodega Aurrera.....	70
Ilustración 5 Vendedor de pan en triciclo.....	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principales compañías que controlan la industria de alimentos en el mundo.....	6
Figura 2. Ubicación de Tuxtla Chico en la región Soconusco, Chiapas	56
Figura 3. Primera fase del proceso de producción del chocolate artesanal	83
Figura 4. Segunda fase del proceso de producción del chocolate artesanal	83
Figura 5. Tercera fase del proceso de producción del chocolate artesanal.....	84
Figura 6. Mujer en molino de maíz en Tuxtla Chico.....	94
Figura 7. Preparación de salsas, guisos e ingredientes para relleno y decoración	95
Figura 8. Tratamiento de las masas para tamal	96
Figura 9. Relleno, decorado, envoltura y cocción de los tamales	96
Figura 10. Primera fase para la preparación de pan artesanal	101
Figura 11. Segunda fase para la preparación del pan artesanal	102
Figura 12. Tercera fase para la preparación del pan artesanal.....	102
Figura 13. Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de chocolate	106
Figura 14 Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de tamales .	106
Figura 15. Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de	106

RESÚMEN

En esta tesis se presenta el análisis de las formas específicas de producción, comercialización y consumo del chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales que se dan entre los actores involucrados. El objetivo de la investigación fue demostrar la importancia de dichos alimentos de manufactura artesanal en un contexto en el que los patrones de la alimentación en México se han ido modificando y los procesos de la globalización han permeado territorios con sistemas alimentarios tradicionales dotados de identidad. Este trabajo se abordó desde el enfoque territorial que permitió hacer el análisis de la relación entre actores, conocer los aspectos que le dan la especificidad y tipicidad al territorio y que tienen que ver con la configuración histórica y cultural, así como con el aprovechamiento de los recursos locales. Se siguió una metodología cualitativa de acuerdo con las categorías de análisis, alimento artesanal, relaciones socioeconómicas y socioculturales, y cultura alimentaria. Los resultados de esta investigación indicaron que, la producción de alimentos artesanales está vinculada al sistema económico local y representa una forma de sustento económico para las familias artesanas, además, encadena otras actividades productivas en el municipio y a través de las relaciones que se tejen desde la producción hasta el consumo se logra preservar, promover y reproducir la cultura alimentaria local.

Palabras clave: alimentos artesanales, territorio, relaciones socioeconómicas y socioculturales, sistemas alimentarios tradicionales, cultura alimentaria.

ABSTRACT

This thesis presents the analysis of the specific forms of production, marketing and consumption of chocolate, tamales and bread in Tuxtla Chico from socioeconomic and sociocultural relationships that occur between the actors involved. The objective of the research was to demonstrate the importance of such artisanal food in a context in which patterns of food in Mexico have been modified and processes of globalization have permeated territories with traditional food systems endowed with identity. This work was approached from the territorial approach that allowed the analysis of the relationship between actors, knowing the aspects that give the specificity and typicity to the territory and that have to do with the historical and cultural configuration, as well as with the use of the local resources. A qualitative methodology was followed according to the categories of analysis, artisanal food, socioeconomic and sociocultural relationships, and food culture. The results of this research indicated that the production of artisanal foods is linked to the local economic system and represents a form of economic support for artisan families, also, chains other productive activities in the municipality and through the relationships that are woven from the production until consumption is achieved preserve, promote and reproduce the local food culture.

Key words: artisanal foods, territory, socioeconomic and sociocultural relationships, traditional food systems, food culture.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito analizar desde la perspectiva territorial las formas específicas en que los actores sociales desarrollan la producción de alimentos artesanales como chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico, Chiapas. Otro aspecto fundamental en este trabajo es dar voz a los artesanos productores de estos alimentos, reconocer su papel en la reproducción de prácticas y saberes, así como el significado que la población le atribuye a estos tres alimentos.

La práctica de esta actividad está inmersa en la cotidianidad, articula la participación de diversos actores sociales que consolidan el tejido de relaciones a través de significados culturales, tradiciones, normas, valores, prácticas y saberes que, tienen que ver con la especificidad del territorio.

Es importante reconocer las formas de producción, comercialización y consumo, ya que el modelo hegemónico de producción de alimentos ha intervenido en los sistemas alimentarios tradicionales con alimentos industrializados. Por ello, lo que se analiza en este caso de estudio, es la importancia que tienen los alimentos artesanales a nivel local, al identificar al interior de la cadena productiva del chocolate, tamales y pan, un entramado de relaciones sociales que son económicas porque se efectúa un intercambio de tipo mercantil y a la vez culturales porque existe un intercambio de códigos y significados. Los aspectos económico y cultural se interrelacionan y actúan como la fuerza principal con la que se enfrenta la industria alimentaria.

La industria alimentaria actual responde a un modelo capitalista que opera bajo una lógica productivista, misma que conlleva a cambios en la interacción humana. Las sociedades se han vuelto más hostiles y menos empáticas con “el otro”. Al hablar de la alimentación desde cualquier arista, implica identificar la interrelación que existe entre los sujetos sociales y el medio que habita, y cómo en esta interacción se aprovechan los recursos con el fin único de sobrevivir. Entonces, si se habla de sujetos sociales, cómo pensar en sociedades hostiles, y en un sujeto menos empático con “el otro”, si la alimentación humana es un hecho que se construye en sociedad en donde desde el cultivo de los alimentos, su transformación y el consumo intervienen diversos actores, por lo tanto, tiene que existir interacción entre ellos (Fischler, 2010).

Lo anterior se explica, poniendo la mirada precisamente en la forma de producción en el contexto global. En este sentido, las relaciones sociales, así como la interacción hombre-

naturaleza se reconfiguran. Por ello, este trabajo, aterriza en la forma específica en que se dan los procesos de la producción de alimentos artesanales en el municipio de Tuxtla Chico, Chiapas, en una coyuntura de reconfiguración de los sistemas alimentarios.

Esta investigación es un aporte a los estudios territoriales y de desarrollo local, ya que desde la perspectiva territorial es posible conocer “la heterogeneidad y complejidad del mundo real, sus características ambientales específicas, los actores sociales y su movilización en torno a estrategias y proyectos diferentes” (León y Peñate, 2011).

Planteamiento del problema

En la actualidad existe una gran demanda mundial de alimentos y una tremenda competencia en la producción de éstos. Engrosando la lista de alimentos procesados tenemos embutidos como jamón, salchicha, chorizo, enlatados de vegetales, atún, salsas, jugos, productos lácteos, panes con harinas refinadas, galletas, aderezos, polvos para sazonar, edulcorantes artificiales, productos cárnicos congelados, entre muchos más. La meta es garantizar al mercado “comida siempre en la mesa” sin importar la calidad y procedencia de ésta, pero que, atiende a la satisfacción de la necesidad alimentaria en medio de la apremiante vida moderna que no solo afecta a la vida en las grandes urbes, sino también la vida de los pueblos y comunidades rurales.

Pero más allá de garantizar el “alimento” a la población, el objetivo de esta industria alimentaria se ha orientado hacia el paradigma productivista, obteniendo beneficios económicos aun en detrimento de la salud de las personas. Las grandes compañías industrializadoras, son parte del gran sistema de mercantilización de los alimentos, cuya principal materia prima se obtiene de la agricultura, ganadería y pesca, la cual también se ha industrializado.

Para poder comprender la magnitud del problema que se enfrenta en la actualidad es preciso señalar cómo opera el sistema alimentario industrial y los eslabones que se entrelazan en todo este sistema. Es necesario entender por sistema alimentario al conjunto de actividades organizadas para la obtención de alimentos de una sociedad determinada, esto implica desde la obtención de insumos hasta la transformación para el consumo ya sea humano o animal. Estas actividades se sustentan en la institucionalidad de tecnologías, técnicas y prácticas para la producción, la transportación, abasto, acceso y consumo de alimentos (FAO, 2017).

Lo que se expone en este documento, no desaprueba al sistema alimentario industrial, sin embargo, sí señala en un análisis crítico las formas intensivas de producción que genera un devastador despojo de tierras a los productores, pauperiza al campesinado y a sociedades completas, oprime los derechos de los trabajadores, amenaza en contra de la seguridad y soberanía alimentaria de los pueblos vulnerando los sistemas alimentarios tradicionales, es causante de la pérdida de muchas especies de flora y fauna, así como del deterioro de los suelos dando como consecuencia el calentamiento global.

Este sistema alimentario industrial, involucra de manera directa a la oferta de alimentos ultra procesados, sin valor nutrimental y con una exorbitante carga de azúcares y grasas saturadas, que además circulan en el mercado sin cuestionamiento alguno sobre sus efectos y están al alcance de toda la población sin prevenir de sus impactos a la salud humana y a la ecología, venidos de los procesos de elaboración.

La industria alimentaria, a través de grandes y consolidadas cadenas de distribución tiene la capacidad de llegar a gran parte de los rincones del mundo, ofrece precios bajos dependiendo el tipo de producto y segmento de mercado al que esté dirigido. Con una sutil manipulación a través de saborizantes y componentes que causan un efecto adictivo al consumo, ello acompañado de colores e imágenes en las envolturas y presentación individualizada de los productos que atrapa al consumidor y lo limita de todo intento de asombro e interés por la comida casera y saludable (Contreras, 2005).

Definitivamente esta industria es tan poderosa que incluso se integra en la agenda política y económica de los países como fuerza de arrastre en diversos sectores, esto se traduce en empleo, infraestructura, innovación tecnológica, vinculación y financiamiento al sector agropecuario para aumentar la producción de la materia prima y así lograr los objetivos de seguridad alimentaria, claro que esto se convierte en un discurso que deja de lado las dimensiones, sociales y ambientales, y se limita a la oferta de productos que satisfacen una necesidad pero que no responde al cómo se está satisfaciendo esta necesidad y quiénes son los que tienen acceso a estos alimentos, así como la calidad de los mismos en términos nutrimentales y de inocuidad.

Contrario al poder de la industria alimentaria, la fuerza de los grupos campesinos agrícolas, pescadores, pequeños productores e incluso la pequeña y mediana empresa dedicada a la transformación de alimentos no tienen el poder que tiene la gran industria de incidir en las

políticas públicas y no son parte significativa en la agenda económica de los países. La producción de alimentos a pequeña escala en muchos países no cuenta con los apoyos y facilidades de los gobiernos, y tienen que sobrevivir en muchos casos.

Existen movimientos como La Vía Campesina, que luchan por sistemas alimentarios más justos y equitativos. Otros movimientos en el mundo como Slow Food, Kilómetro 0, restaurantes ecológicos, Fair Trade, prácticas de producción orgánica y agroecológicas, entre otras, promueven formas de producción y de consumo en equilibrio entre la sociedad y el ambiente (López, 2015). A través de estos movimientos se suman fuerzas que orientan a la población a decidir por lo que se consume, con información clara de los productos, en donde el consumidor conoce y sabe sobre las formas y prácticas de producción, de dónde provienen los productos, quiénes los producen y cómo se beneficia la comunidad de la producción de estos alimentos.

Estos movimientos, tratan de recuperar y sostener los sistemas alimentarios tradicionales y locales que han sido invadidos por el sistema alimentario industrial. Los sistemas alimentarios tradicionales, son los que por siglos han nutrido y alimentado a civilizaciones enteras, los conocimientos que la humanidad ha desarrollado sobre el cuidado de la tierra, el agua, las plantas y los animales, así como las formas respetuosas del manejo y aprovechamiento de estos recursos. Estos sistemas se han reproducido a través de la transferencia de conocimientos de una generación a otra, preservando así formas de preparación de alimentos que varía de acuerdo con la cultura alimentaria de cada pueblo y de cada sociedad.

Pese a la fuerza que comienza a tomar la nueva ola de movimientos alternativos en pro del rescate de los sistemas alimentarios tradicionales, y de formas más justas de producción y consumo, estos movimientos son aún insuficientes. Varias de sus propuestas ponen la mira principalmente en la producción primaria, algunas otras proponen el consumo a partir de los espacios para la comercialización con la conformación de redes de productores y consumidores, como los mercados orgánicos; algunos movimientos también respaldan las propuestas de los restaurantes que integran una cadena de productores locales, de producción orgánica o agroecológica. Sin embargo, estos movimientos como una incipiente alternativa necesitan fortalecerse y mirar hacia espacios que ya existen desde hace mucho tiempo, y retomar esas formas particulares en distintos contextos. Las cocinas tradicionales, son un ejemplo de ello, las

cuales representan un legado ancestral, el cual hay que preservar, porque ello significa preservar la identidad y soberanía de los pueblos.

Actualmente en México hay un cambio en los patrones de consumo alimentario, este cambio ha sido acompañado por el cambio en las políticas y la apertura comercial acontecida a finales de la década de 1980 y principios de 1990 (Salomón, 2005). Con estas políticas se promueve la apertura de la industria alimentaria a través de la disponibilidad de los alimentos industrializados en supermercados y las cadenas transnacionales de comida rápida.

Paralelo a esto, se puede señalar que en México existe una cultura alimentaria que se sostiene y persiste, podría pensarse de forma intermitente, pero que pese al intento de hegemonizar la alimentación por parte de las compañías industrializadoras, esta cultura alimentaria tradicional contiene a través de formas de organización para la producción, comercialización y consumo, desarrolladas territorialmente.

Una de estas formas de organización es la producción de alimentos artesanales la cual se ha convertido en un medio de sustento económico permeado por el arraigo cultural. Esta actividad, permite un tejido de relaciones que son parte de la dinámica local que activa la economía en determinados territorios, promueve el consumo de alimentos saludables y fortalece el entramado social que es la base para el desarrollo de los pueblos.

Los alimentos artesanales, son de manufactura a pequeña escala, la mano de obra es principalmente familiar, los insumos para su elaboración son de producción local, son naturales y prescindien en la mayoría de los casos de la utilización de productos con aditivos químicos. Los alimentos artesanales contienen una carga histórica y cultural que los arraiga al territorio y su producción se deriva del aprovechamiento de los recursos locales.

Analizar las formas de producción artesanal de alimentos y la importancia del consumo de éstos, implica reconocer la existencia de conocimientos culinarios, de prácticas y saberes cargados de significados, además permite visibilizar formas de elaboración, comercialización y consumo, la importancia económica que se otorga a los alimentos, así como la configuración de un patrimonio que se apropia y reproduce en la sociedad.

Las dinámicas territoriales a nivel local están íntimamente ligadas a la vocación de los territorios. En el estado de Chiapas, existen regiones de gran potencial productivo derivado de sus atributos geo-territoriales. Tal es el caso de la región Soconusco, una de las principales

regiones de producción agrícola en el estado, gracias a su gran diversidad de flora y fauna en múltiples ecosistemas y un suelo fértil que favorece el cultivo de algunos productos como: café, el cacao, plátano, mango, caña y maíz.

La región Soconusco ha sido territorio en disputa por su riqueza natural y lugar estratégico. Durante el siglo XVI justamente esta región era conocida como el Camino Real, y fungía como un enlace para el paso de mercancías entre el sur de América y la Nueva España. Estas disputas terminaron con el tratado de límites en 1882 en el que Guatemala reconoce al Soconusco como territorio de México. Las compañías colonizadoras también fueron parte de los procesos de conformación de esta región; norteamericanos, alemanes, japoneses y chinos, fueron algunos de los extranjeros llevados a la región con distintos fines, para algunos emprendimientos comerciales, mercantiles, productivos y como mano de obra barata (Ortiz, 2009).

La gastronomía local es una expresión de los componentes históricos, culturales, sociales y económicos, que, en “relación estrecha con el clima, el suelo, los recursos naturales propios de un espacio geográfico y los procesos de elaboración vinculados con un sistema productivo agroalimentario acuñados a través de los años, de generación en generación, es donde van tomando forma las singularidades de los alimentos artesanales” (Hernández y Villaseñor, 2014:573).

En el Soconusco, es posible identificar estos alimentos artesanales que cada vez cobran mayor importancia y reconocimiento tanto en la población local como en la región, se trata de productos tales como: chocolate, café, mermeladas, conservas (de rambután, mango, nance, jobo), tascalate, pinole, pozol blanco y negro, pan, mole, dulces típicos, tamales (de chipilín, bola, mole con pollo, frijol, siete camisas, picadillo, cambray), quesos y licores (café, cardamomo, etc.), por citar algunos. Estos productos se comercializan, principalmente, en los mercados locales, ferias, fiestas patronales, tiendas de artesanías, y además es común que se adquieran directamente en casa de las familias que los elaboran.

De lo mencionado anteriormente, podemos decir que existen espacios dentro de la región, en donde las prácticas alimenticias, tienen continuidad a través del tiempo y han proyectado en sus alimentos elaborados artesanalmente, parte de su identidad y cultura que, “son elementos que caracterizan una comunidad, la identidad es una construcción histórica que genera dinámicas de

inclusión, de pertenencia, además y simultáneamente origina dinámicas de diferencia y exclusión” (Silva, 2007: 2).

Tal es el caso del municipio de Tuxtla Chico, éste integra en sus actividades económicas, la producción de alimentos artesanales, entre ellos, los más representativos y de mayor consumo son el chocolate, los tamales y el pan, aunque en Tuxtla Chico se elaboran otros productos, en este estudio interesan los ya mencionados. Los procesos en torno a la elaboración de estos alimentos son una construcción de raíz histórica que se ha ido transformando e integrando en la dinámica local. La producción de estos alimentos artesanales se define en las unidades domésticas y su consumo es local. Se puede decir, por lo anterior, que la calidad de los productos es determinada por la relación entre productor y consumidor.

La producción de chocolate se realiza a nivel familiar, con la participación de las mujeres principalmente, el esposo e hijos, incluso contratando mano de obra. Los insumos son adquiridos en el mercado local. El cacao se comercializa en el mercado del pueblo, en los centros de acopio de granos y semillas o con el productor directamente. Los demás insumos como la canela, el azúcar, cacahuete, almendra y vainilla, se compran con los proveedores en las tiendas de abarrotes locales.

La tipicidad y carácter artesanal de la producción de chocolate se encuentra en su proceso y forma de preparación, por ello, cada artesano tiene un distintivo en términos de conocimientos, habilidades, calidad y sabor. La producción, generalmente se realiza en las cocinas y patios de las casas de los artesanos, aunque una parte del proceso se realiza en los molinos (existen dos molinos en la cabecera municipal). Una vez realizado el proceso de molienda, se elaboran las tabletas de chocolate, posteriormente se pesan por kilos o medios kilos y se empapan como presentación final de venta. La comercialización del chocolate se realiza a través de la venta directa en los hogares de los artesanos, además de la distribución a restaurantes del pueblo o en los municipios vecinos y de la región, incluso algunas empresas distribuidoras lo acopian y etiquetan para su reventa.

De la producción de tamales, podemos destacar la variedad de tamales que se elaboran, entre ellos: de mole, de bola, de pancita, de chipilín, de elote, etc. Los insumos los compran en el mercado local o en los mercados de las poblaciones vecinas. La elaboración de tamales se realiza en las cocinas de las casas y quienes participan principalmente en este proceso son las mujeres.

La comercialización del producto se realiza en triciclos, anunciándolo por las calles del pueblo, en los mercados y directamente en casa de las artesanas tamaleras.

En cuanto a la producción de pan artesanal en Tuxtla Chico, ésta cobró relevancia a partir de la desintegración del taller de panadería de Don Casimiro B. Pizano (†). Los panaderos que trabajaron en el taller de Don Casimiro aprovecharon los conocimientos adquiridos en la elaboración del producto y abrieron sus propios talleres de panadería poniendo en práctica lo aprendido. Es importante mencionar que antes del negocio de Don Casimiro B. Pizano (†) ya había un par de panaderías, pero que no tenían el reconocimiento y preferencia como el pan de Don Casimiro (†). Estos talleres son espacios amplios que conforman una parte de las casas de los artesanos, cuentan con hornos de ladrillo que funcionan con leña, mesas largas de madera para la preparación de los panes, artesas para la fermentación, charolas y estantes para colocarlas. Esta actividad se caracteriza por la participación de los hombres para elaborar el pan y en los expendios atienden las mujeres. Los insumos se adquieren en tiendas locales y el producto se vende con la población local.

En este contexto, la producción de alimentos artesanales genera relaciones sociales, económicas y culturales que influyen en la dinámica territorial. Lo anterior permitió formular las siguientes preguntas y objetivos de investigación para conocer a partir de ello, la importancia de los alimentos artesanales en Tuxtla Chico, Chiapas.

Preguntas de investigación

¿De qué manera se generan las relaciones socioeconómicas y socioculturales en los procesos de los alimentos artesanales en el territorio de Tuxtla Chico?

Esta apoyada de las siguientes preguntas específicas:

- ¿Qué características tiene la producción de alimentos artesanales del municipio de Tuxtla Chico?
- ¿Cómo participan los actores en la producción, comercialización y consumo de los alimentos artesanales?
- ¿Cómo se articula la producción de alimentos artesanales con otras actividades económicas locales?

Hipótesis

En esta investigación se sostuvo la siguiente hipótesis: La producción de alimentos artesanales permite la conformación de un tejido de relaciones socioeconómicas y socioculturales que a su vez permite la reproducción de formas de sustento económico y la persistencia de una cultura alimentaria local frente al embate de la oferta de productos de la industria alimentaria.

Objetivos

El objetivo general de investigación fue: Analizar la importancia de los alimentos artesanales a través de las relaciones socioeconómicas y socioculturales que se configuran a partir de la producción de éstos en un territorio específico. Este apoyado en los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar la producción de alimentos artesanales en la zona urbana del municipio de Tuxtla Chico.
- Identificar la forma de participación de los actores en el abastecimiento, producción, comercialización y consumo de alimentos artesanales.
- Identificar el aprovechamiento de los recursos locales en la elaboración de alimentos artesanales.

Justificación

El estudio aporta elementos que permiten conocer la importancia de los alimentos artesanales que conforman un sistema alimentario tradicional, que coexiste con un sistema alimentario global, ya que Tuxtla Chico no es un territorio aislado de la oferta de alimentos industrializados y procesados disponibles en espacios alimentarios como supermercados, tiendas integradas en cadena y establecimientos que venden alimentos de comida rápida, así como alimentos chatarra que son consumidos por la población local. De este modo, esta investigación da cuenta de las capacidades del territorio a partir de identificar el tejido de relaciones socioeconómicas y socioculturales en la producción de chocolate, tamales y pan que dinamizan y contribuyen a sostener una cultura alimentaria local.

Metodología

La estrategia metodológica que se siguió constó de tres fases: la primera fase del trabajo consistió en una revisión bibliográfica sobre los aspectos teóricos que guiaron la investigación, posteriormente se realizó la sistematización y el concentrado de ésta.

En la segunda fase que correspondió al trabajo de campo, se identificaron y se mapearon los actores que participan en la producción de los tres alimentos (chocolate, tamales y pan), en seguida, se realizaron los primeros acercamientos para conocer el entorno de la actividad a través de observación participante. Posterior a esto, se diseñó y aplicó una encuesta a una muestra exploratoria de artesanos productores de chocolate, tamales y pan, además de entrevistas semiestructuradas a informantes clave, a artesanos productores y actores institucionales. Así mismo, se realizó observación participante, observación simple y registro fotográfico en diferentes escenarios, supermercados, hogares de consumidores, unidades domésticas de producción de los alimentos artesanales, mercados municipales, calles y en la zona arqueológica Izapa. Se concluyó con entrevistas a veinticinco consumidores para conocer la perspectiva del consumo y las formas de las relaciones productor-consumidor.

En la tercera fase, se efectuó el concentrado de la información recabada en campo, para realizar el análisis correspondiente de acuerdo con los objetivos planteados al inicio de la investigación. El análisis se realizó bajo un enfoque cualitativo para poder explicar la realidad investigada, es decir, los procesos en los que intervienen diversos actores y que provocan una dinámica en el territorio. Dichos actores con características específicas y formas de participación distinta entre sí, pero que conforman una red de relaciones cargada de prácticas, símbolos, significados y representaciones, expresadas en un saber hacer y la apropiación y aprovechamiento de los recursos locales.

A continuación, se muestran las categorías de análisis, dimensiones y variables que se establecieron para guiar la investigación (Cuadro 1).

Cuadro 1. Cuadro 1. Categorías de análisis que guiaron la investigación

	Categorías	Dimensiones	Variables
Importancia de los alimentos artesanales	Alimento artesanal	Características de los artesanos	Características sociodemográficas
			Motivaciones por la actividad
		Proceso productivo	Abastecimiento y selección de los insumos
			Procedimiento de elaboración
			Herramientas y utensilios
			Infraestructura y espacio para la producción
			Costo de mano de obra
			Costos de producción
			Niveles de producción
	Relaciones socioeconómicas y socioculturales	Participación en la producción	Mano de obra
			Capacitación y asesoría
			Financiamientos para la producción
		Participación en la comercialización	Canales de comercialización
			Financiamiento para la comercialización
			Promoción y difusión
	Participación en el consumo	Mercado	
	Cultura alimentaria	Territorio	Historia
			Tradiciones
			Actores sociales
			Transferencia de conocimientos locales
<i>saber hacer</i> local			
Aprovechamiento de los recursos			
prácticas alimentarias			
Arraigo			
Identidad			

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para el caso particular de esta investigación, la información obtenida se reconstruyó en función de las categorías de análisis que de acuerdo con el objeto de estudio tienen que ver con el análisis de la importancia de los alimentos artesanales focalizando la interpretación a partir de la red de relaciones sociales que se dan entre los actores que intervienen en la producción, comercialización y consumo de éstos. En virtud de ello, las unidades de análisis que constituyeron el apoyo empírico fueron las siguientes:

- Las unidades domésticas de producción de chocolate, tamales y pan en la localidad de Tuxtla Chico, Chiapas.
- Proveedores de materias primas
- Los consumidores locales.
- Actores institucionales.

Los referentes empíricos ya señalados, fueron seleccionados de acuerdo con la información obtenida en las visitas previas al levantamiento en campo durante el periodo de agosto a diciembre del año 2017. Por razones de diseño metodológico y del alcance que se tuvo para obtener la información se aplicó la encuesta en 24 unidades domésticas de producción en Tuxtla Chico que arrojaron información para explicar el fenómeno. De la información obtenida en la encuesta se seleccionó una unidad doméstica de producción por cada alimento, es decir, una dedicada a la producción de chocolate, una a la producción de tamales y finalmente una dedicada a la producción de pan, para realizar la observación participante y hacer las entrevistas a profundidad.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres proveedores de cacao en el caso de la producción de chocolate. No fue posible el acceso a la información con proveedores de insumos para la producción de tamales y pan a través de entrevistas, sin embargo, se obtuvo información mediante observación simple.

Se realizaron 25 entrevistas semiestructuradas a consumidores locales, y se logró una entrevista con el ingeniero José Alfredo Ocaña de AlterNatura y otra con el ingeniero Carlos Hugo Avendaño Arrazate, investigador del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (Inifap).

Las técnicas aplicadas para la recolección de información fueron diseñadas con base en las categorías analíticas y con ello se logró hacer la interpretación de la realidad observada para dar cuenta de la importancia de los alimentos artesanales y la organización alrededor de su producción. La información que se obtuvo con las técnicas de investigación se presenta a continuación (Cuadro 2).

Cuadro 2 Técnicas de recolección de información

Técnicas	Información
Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Antecedentes y características de la producción artesanal - Organización para la producción - Proceso productivo - Canales de comercialización - Relación de actores - Transferencia de conocimientos y saberes locales - Aprovechamiento de los recursos - Problemáticas
Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado - Gustos y preferencias - Arraigo - Tradiciones - Identidad - Prácticas alimentarias - Redes de cooperación
Observación simple y observación participante	<ul style="list-style-type: none"> - Saber hace local - Especificidades de proceso y producto - Prácticas alimentarias - Infraestructura y espacio para la producción - Formas de relación interpersonal entre actores

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Toda la información recabada en el proceso de investigación se presenta organizada en cinco capítulos que integran esta tesis. En el primer capítulo se aborda el tema de los alimentos industrializados y algunos efectos que trae consigo la producción de éstos. También se mencionan algunas tendencias que surgen del proceso de reconfiguración de los sistemas alimentarios en el contexto global. El último apartado de este capítulo aterriza en la industria alimentaria en México y los cambios en los patrones de consumo.

En el segundo capítulo se presenta el abordaje teórico que guía la investigación. Se inicia mencionando algunos enfoques de los estudios de la alimentación y se justifica el enfoque territorial con el que se aborda este trabajo. Se desarrollan algunos conceptos como territorio, alimentos artesanales, patrimonio alimentario, cultura alimentaria y relación entre actores, dichos conceptos contribuyen a la búsqueda de una respuesta a la pregunta de investigación.

En el tercer capítulo se da una visión contextual del territorio, se evidencia la problemática desde algunos antecedentes históricos, cultura local, aspectos productivos y actividades económicas que se realizan en el territorio.

En el cuarto capítulo se caracteriza la producción de alimentos artesanales y se analizan las formas en las que se organiza la producción para cada uno de los alimentos artesanales de interés en este estudio.

Finalmente, en el quinto capítulo se hace el análisis de las relaciones socioeconómicas y socioculturales que se gestan a través de la producción, comercialización y consumo de los alimentos en Tuxtla Chico. Por último, se exponen las conclusiones a las que se llegó con esta investigación.

CAPÍTULO 1. CAMBIO EN LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS A NIVEL MUNDIAL

En este capítulo, se presenta un panorama general de la tendencia hacia el consumo de alimentos industrializados a nivel mundial que rompe con los esquemas alimentarios tradicionales de respeto y equilibrio con el entorno social, económico y ambiental.

En el primer apartado se abordan algunos efectos de la industria alimentaria, en tanto al daño ambiental que deja su producción, así como los efectos en la sociedad. Dichos efectos están vinculados a los cambios en el consumo de alimentos cada vez más procesados y que la misma industria alimentaria ofrece de forma “práctica” para el consumo, es decir, la individualización del consumo.

Como parte de las alternativas a la oferta en el menú de la industria de alimentos, hay una emergencia por recuperar y revalorizar la diferenciación territorial. Por ello, en el segundo apartado se resaltan algunos movimientos y formas alternativas de producción y consumo de alimentos que procuran el desarrollo colectivo, prácticas de producción sustentables y sostenibles socialmente, así como prácticas de consumo que priorizan las relaciones de proximidad y circuitos cortos de comercialización.

En el tercer apartado de este capítulo se problematiza la situación en México, reconociendo el papel de las políticas alimentarias, en los cambios de los patrones alimenticios de la población y la fragmentación de los sistemas alimentarios tradicionales.

Lo anterior da paso a ubicar la producción de alimentos artesanales como parte de estas alternativas que han estado presentes en muchos territorios y se diferencian de acuerdo con determinados contextos, además, forman parte de las economías locales que contienden frente a la competencia en la modernidad alimentaria.

1.1 Efectos de la industria alimentaria e individualización del consumo

Desde el siglo XIX, los alimentos han pasado de frescos a procesados y en la actualidad a ultraprocesados. Los alimentos industriales son mercancías mecánicamente producidas, conservadas con la aplicación de los últimos conocimientos científicos, a manera de lograr, si no sabor, por lo menos seguridad biológica (Aguirre, 2013).

En las últimas décadas del siglo XX, se inició un periodo de modernización que produjo nuevas formas de organización en busca de maximizar los recursos, se intensificó la producción agrícola, modificando también el uso de la fuerza de trabajo. Con ello, la base para el desarrollo económico fue promover la mayor capacidad de consumo. Lo anterior, trajo consigo el drástico cambio de los hábitos alimentarios de las sociedades, así como:

“La orientación de la política de la oferta y la demanda en torno a determinados alimentos, la concentración del negocio en empresas multinacionales, la ampliación y especialización de la distribución alimentaria a través de unas redes comerciales cada vez más omnipresentes y, en definitiva, la internacionalización de la alimentación” (Pérez et al., 2012: 160).

Los sistemas alimentarios con ecosistemas muy diversificados se han convertido en ecosistemas hiperespecializados conformados dentro de extensivos sistemas de producción agroalimentaria a escala internacional. De este modo, mientras se ha logrado aumentar la producción mundial de alimentos, por otro lado, han desaparecido numerosas variedades vegetales y animales que habían constituido la base de dietas de espacios más o menos localizados (Contreras, 2005). De la misma forma, la científicación e innovaciones incorporadas al sector agroalimentario han roto las relaciones fundamentales que los seres humanos mantenían con el medio (Contreras, 2012).

El sector alimentario se caracteriza por dos tendencias que convergen y se retroalimentan: la concentración y la internacionalización de la oferta productiva, sumadas a la consolidación de formas más concentradas de distribución con nuevas técnicas de gestión de ventas, adaptación inmediata al mercado y la modernización de técnicas de producción y circulación de mercancías (Torres et al., 1997). Los avances en las comunicaciones han hecho posible conectar diferentes partes del mundo con mayor rapidez, se está alargando la cadena de suministro y cada vez existe un mayor número de consumidores más alejados de los puntos de origen de las materias primas (Sabrido, 2011).

La diversificación de la demanda, la disponibilidad de alimentos en las diversas temporadas del año en cualquier parte del mundo, no importando su temporalidad y ubicación geográfica de producción y consumo, es decir la deslocalización de los alimentos (Jiménez, 2016) y la propia movilidad de los estratos sociales en la escala del ingreso, provoca que las empresas alimentarias reduzcan los costos de gestión y de producción que las coloca en una buena posición en el

mercado. La calidad del producto y el marketing pasan a convertirse en cuestiones clave (Torres et al., 1997).

La masificación del consumo y la individualización de la ingesta de productos procesados que la industria alimentaria ha homogenizado y distribuido a través de los restaurantes de comida rápida, supermercados y tiendas de autoservicio buscan generar ganancias en detrimento de la salud de la población mundial. Las empresas vuelven más atractivos sus productos para satisfacer a un mercado que demanda productos más sofisticados, que diste de la imagen industrial como los de presentación en latas y adicionados con químicos. Esto no significa que surja una nueva industria sino la diversificación de marcas e incorporación de una imagen más natural a los productos. Existe un gran sector de consumidores que opta por esos productos no importando los precios elevados de los alimentos. En términos generales, la organización social es afectada por cambios constantes de las transformaciones económicas y tecnológicas de la industria alimentaria en conjunto (Torres et al., 1997).

Por otro lado, el comercio juega un papel importante para satisfacer la creciente demanda de los países con déficit de alimentos, sin embargo, una mayor apertura comercial socava la capacidad de la población local para producir sus propios alimentos orillándolos a cumplir con las normas y estándares comerciales que demanda la globalización de las dietas (FAO, 2017). Además, el consumo de energía para transportar alimentos resulta en emisiones de CO², como en EU donde aproximadamente un veinte por ciento del transporte en el país se utiliza para mover comida, sumado al uso de transporte para proveer de insumos necesarios para la producción, y el transporte usado por los consumidores para llegar hasta los puntos de venta. Las industrias procesadoras de alimentos son también responsables al consumir un veintitrés por ciento de energía en el sistema alimentario de Estados Unidos (GRAIN, 2009).

Durante la segunda sesión de la Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, UNEA-2, celebrada el 23 de mayo de 2016 en la sede del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en Nairobi, Kenia, el Panel Internacional de Recursos (IRP por sus siglas en inglés) señaló los ineficientes e insostenibles sistemas de producción de alimentos responsables del 60% de la pérdida de la biodiversidad a nivel global, y del 24% de las emisiones de gases de efecto invernadero. El panel de expertos declaró la importancia de modificar los eslabones de la cadena de suministro, desde la producción hasta el transporte y la venta, para

reducir la huella ecológica y combatir el hambre, señaló que los gobiernos deben de tomar medidas y apostar a reducir el consumo de productos que requieren el uso intensivo de recursos, tal es el caso de la carne, y considerar cadenas de suministro regionales, así como sensibilizar al consumidor final sobre el impacto ambiental de sus decisiones (EFEVERDE, 2016).

Aun cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Fondo Mundial para la Investigación del Cáncer (WCRF por sus siglas en inglés) concluyen que las bebidas azucaradas, los snacks con alta densidad energética y las denominadas fast-food son causantes de obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares y algunos cánceres, un estudio de la Organización Panamericana para la Salud (OPS) mostró que de 1999 a 2013, las ventas anuales per cápita de productos ultra-procesados aumentó continuamente en 12 países latinoamericanos, desplazando a dietas tradicionales basadas en alimentos y comidas saludables (Panamerican Health Organization y World Health Organization, 2014).

De acuerdo con la OMS, las ventas per cápita de los productos ultra industrializados aumentaron en un periodo de trece años en 27.7 por ciento en trece países de América Latina, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, mientras que en América del Norte bajaron en 9.8 por ciento. El consumo incluye productos como bebidas no alcohólicas, refrigerios dulces y salados, cereales y barras, golosinas, helados, bebidas deportivas y energéticas, jugos de frutas y vegetales, té y café embotellados, pastas para untar, salsas y comidas preparadas (Telam, 2015).

En 2015 el valor de la industria alimentaria (Cuadro 3) fue de 5.069 miles de millones de dólares (mmd), y se espera tener una tasa media de crecimiento anual (TMCA) del periodo 2015-2020 de 5.3%. China es el principal país productor de la industria en el mundo, al concentrar el 29% de la producción total, después se encuentran Estados Unidos, Japón, Alemania y Brasil (Promexico, s/f). Mientras que, para ese mismo año, el valor de las diez marcas de comida rápida de mayor valor a nivel mundial de acuerdo con Forbes (2015) fue de 179 mil 049 millones de dólares. Cifra similar es la que reporta el portal de estadísticas Statista para el mismo año con 179 mil 316 millones de dólares (Statista, 2015). Ambas fuentes señalan a McDonald's, Starbuck y Subway como las marcas que encabezaron la lista.

Cuadro 3. Valor de la producción de alimentos procesados en los principales países del mundo, participación de mercado y tasa media de crecimiento

Posición	País	2015 Mmd	% Participación	TMCA 2015-2020
1	China	1467	28.9	6.8
2	EE.UU	816	16.1	3.3
3	Japón	237	4.7	2.0
4	Alemania	161	3.2	6.1
5	Brasil	156	3.1	-0.2
6	Francia	146	2.9	5.6
7	Italia	134	2.6	5.6
8	India	132	2.6	9.7
	Otros	1820	35.9	5.4
	Total	5069	100	5.3

Fuente: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/diagnosticos-sectoriales/alimentos-procesados.pdf>

El gasto en el consumo de comida rápida a nivel mundial va en aumento, de acuerdo con la EAE Business School (2016), se estima que en 2019 (Cuadro 4) los mercados de comida rápida más importantes por volumen de gasto serán EE. UU., China y Japón, con 74.739, 45.452 y 31.644 millones de euros respectivamente. Los tres países con los tres volúmenes de gasto más bajos previstos para el año 2019 son Italia, España y Australia, con 1.882, 2.942 y 4.755 millones de euros respectivamente (EAE Business School, 2016).

Según datos del Oxford Committee for Famine Relief (Oxfam) a través de su campaña Tras la Marca (Figura 1), las diez principales compañías que controlan la industria de alimentos en el mundo son: Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondelez International (antes conocida como Kraft Foods), Nestlé, PepsiCo y Unilever en relación con su cadena de suministro (Oxfam, 2013).

Cuadro 4. Previsión de gasto en comida rápida de los principales países en el periodo de 2014 al 2019

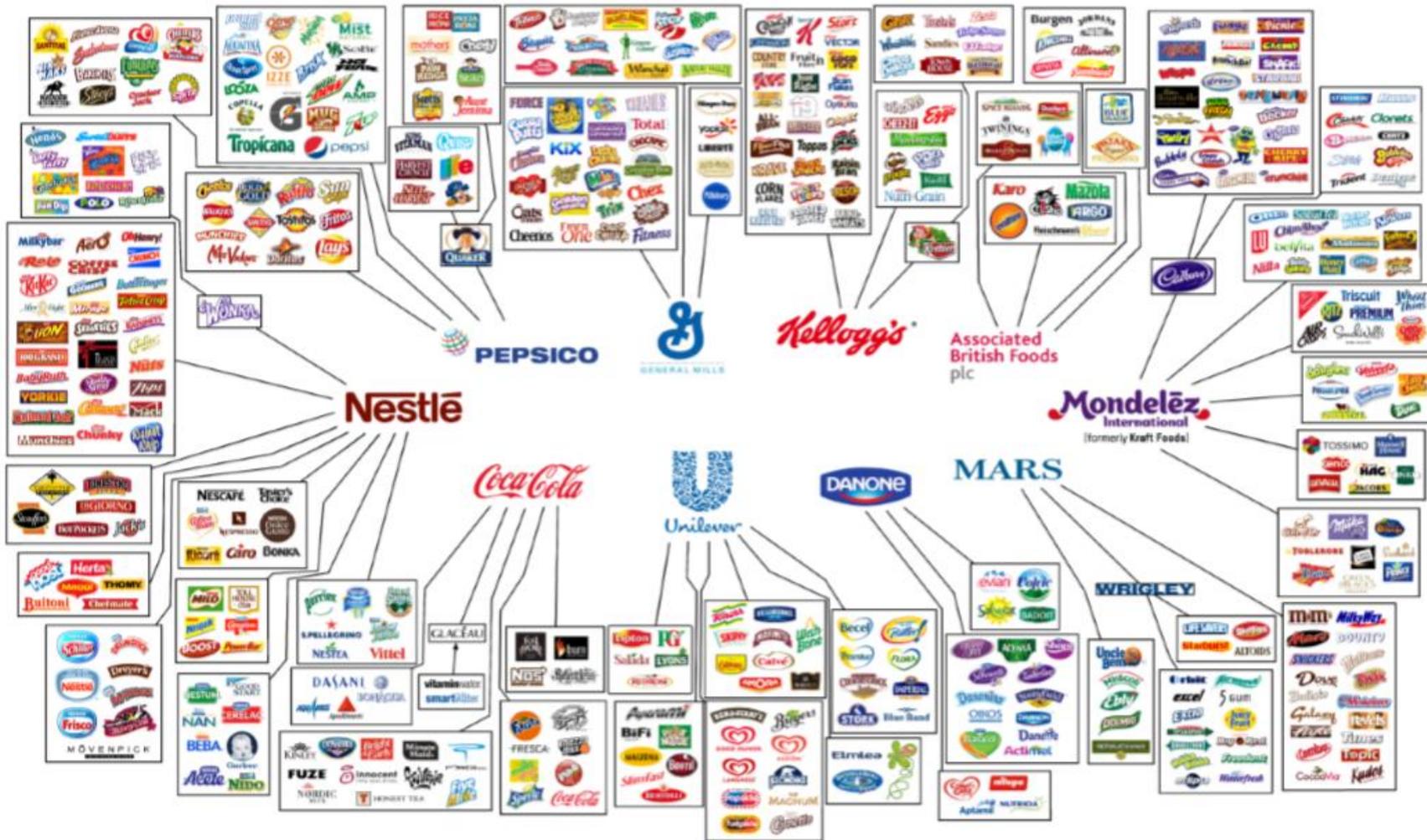
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación 14-19
Alemania	4721	4742	4762	4776	4786	4796	1,58 %
Australia	4207	4295	4392	4502	4623	4755	13,02 %
Brasil	12134	12823	13589	14324	15087	15881	30,88 %
Canadá	6242	6294	6343	6380	6422	6449	3,31 %
China	36657	38458	40241	42009	43750	45452	23,99 %
EE.UU	65524	67249	69191	71075	72946	74739	14,06 %
España	1980	2172	2366	2571	2769	2942	48,61 %
India	11781	12113	12392	12648	12873	13082	11,05 %
Italia	1687	1722	1761	1801	1842	1882	11,52 %
Japón	29396	30180	30614	31018	31372	31644	7,65 %
México	6683	6854	7010	7169	7328	7508	12,33 %
Reino Unido	6320	6366	6415	6478	6551	6640	5,08 %

Fuente: http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de02_estadistiques_observatoris/27_butlletins/02_butlletins_nd/documents_nd/fitxers_estatics_nd/2016/0170_2016_IA_Consum_Fast-food-estudi-mercat-2015.pdf

El impacto de la industria alimentaria no solo se traduce en daños a la salud humana. En el año 2012 Greenpeace descubrió que Nestlé estaba comprando aceite de palma de Sinar Más, un proveedor indonesio que actuaba de manera insostenible. Nestlé argumentó que utilizó sólo el 0.7 por ciento del aceite de palma mundial. Las campañas de activistas de Greenpeace en contra de esta compañía muestran a través de un video a un trabajador de oficina comiendo una barra de chocolate Kit Kat que resulta ser el dedo sangriento de un orangután, una de la gran variedad de especies amenazadas por un bosque insostenible de extracción de aceite de palma (Fernández, 2017).

Otro elemento que caracteriza a la industria alimentaria tiene que ver con la distancia que recorren los alimentos. Los “alimentos kilométricos”, en algunos lugares también son conocidos como petroalimentos debido a la cantidad de petróleo y combustible fósil que se utiliza en su producción, embalaje y transportación (López, 2015). Son cultivados a gran escala con altas dosis de pesticidas, en condiciones laborales precarias, prescindiendo del campesinado o con pequeños campesinos asalariados que rentan sus tierras para monocultivos (Vivas, 2014). Además, contribuyen de una forma importante al cambio climático y al agotamiento de los recursos energéticos (López, 2015).

Figura 1. Principales compañías que controlan la industria de alimentos en el mundo



Fuente: Campaña Tras la Marca 2013. https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf.

Cientos de marcas desarrolladas por la industria alimentaria que, además de las implicaciones que se han mencionado, provoca una degradación al ambiente no solo por la extracción de recursos y contaminación por emisión de gases y líquidos tóxicos generados de la fabricación de estos alimentos, sino por, los envases y envolturas, ya que en su mayoría no son biodegradables, su fabricación requiere un alto costo energético, energía que se pierde en gran medida porque suelen tirarse tras el uso, de la misma forma su destrucción es muy costosa y contaminante en la mayoría de los casos. La incineración de determinados tipos de plástico es una de las causas de la lluvia ácida que destruye bosques y la salud de los seres humanos; abandonados a la intemperie, sus cadenas moleculares resisten a romperse por la acción de agentes naturales, razón por la cual generalmente necesitan un promedio de ciento cincuenta años para degradarse (Demuner y Verdalet, 2004).

Muchos consumidores de todo el mundo no confían en los sistemas normativos, ni en los fabricantes. Esto profundiza la desconfianza preexistente sobre los alimentos y las bebidas, que responde a casos de retirada de productos del mercado, escándalos y sospechas sobre las grandes empresas. La convergencia del escepticismo amplía y profundiza el interés del consumidor en conocer de dónde provienen los alimentos y las bebidas, que en algunos mercados ha estado presente desde hace una década (Mintel, 2018).

La industria alimentaria se renueva de acuerdo con las nuevas tendencias en el consumo, ya que ahora se enfrenta a consumidores que buscan alimentos locales, frescos, nutritivos y orgánicos (Nacach, 2017). Según la Base de Datos Mundial de Mintel sobre Nuevos Productos, un 29 % de las presentaciones de alimentos y bebidas entre septiembre de 2016 y agosto de 2017 incluyó afirmaciones de que los productos eran naturales, lo que supone un aumento frente al 17 % que se registró por el mismo concepto de septiembre de 2006 a agosto de 2007. De la misma forma, las afirmaciones sobre las bondades éticas y ambientales de los productos y sobre el bienestar humano y animal han aumentado a 22 % en los lanzamientos mundiales de alimentos y bebidas entre septiembre de 2016 y agosto de 2017, frente a tan solo 1 % para el mismo período entre 2006 y 2007 (Mintel, 2018).

La desconfianza ha obligado a los fabricantes de alimentos y bebidas a informar de manera honesta y exhaustiva sobre cómo, dónde, cuándo y quién se encarga de cultivar, cosechar, fabricar y vender los alimentos y las bebidas (Mintel, 2018). Esta metodología que integra al

productor y al consumidor, conocida como trazabilidad, permite conocer algunos sistemas de calidad y buenas prácticas (De Felipe y Briz, 2004).

La transparencia y calidad es asumida de muchas formas, algunos clientes solo les interesa saber dónde se fabricó el producto. El 70% de los italianos, 6% de los franceses, 58% de los españoles, 56% de los alemanes y 55% de los polacos mayores de 16 años tienden a confiar más en una empresa sí fabrica los productos en su propio país. En ciertas categorías los consumidores esperan que se hagan afirmaciones éticas, como lo demuestra el hecho de que 57% de los adultos del Reino Unido que usan y compran leche, bebidas lácteas o cremas están más dispuestos a comprar productos de una marca o supermercado que explique en el empaque de qué manera apoyan a sus productores. Las marcas también pueden consolidarse recurriendo a su origen, como lo demuestra la línea Artesano-presentada en Colombia por Nescafé (Mintel, 2018).

Aunado a los juicios de valor que los consumidores consideran al seleccionar los alimentos que consumen, la industria alimentaria enfrenta un importante compromiso que tiene que ver con la inocuidad alimentaria. Muchas personas han sido afectadas todos los años por alimentos contaminados no solo por bacterias, sino también por productos químicos. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud un aproximado de 200 millones de personas se enferma al año por la ingesta de alimentos inseguros. La acrilamida, que puede causar cáncer, es un compuesto natural que se forma en algunos procesos de cocción en algunos alimentos en altas temperaturas (mayor a 120°C), estos alimentos pueden incluir papas fritas, cereales horneados o café (Industria Alimenticia, 2013).

La tecnología también juega un papel importante para conocer el origen de los productos, como lo demuestra la aplicación móvil Te-Food de Vietnam, que permite que los clientes escaneen un código de barras o un código QR en los paquetes de carne de cerdo para informarse más sobre el entorno y el trato que reciben estos animales. Mientras tanto, para otros consumidores podría ser importante ver pruebas reales, como sucede con el 22% de los estadounidenses que compran verduras, a quienes les gustaría ver que en las instalaciones de las tiendas se cultivaran más verduras frescas (Mintel, 2018).

El consumidor a nivel mundial tiene mayor formación e información, eso incrementa sus exigencias al momento de decidir por determinado producto y por determinada marca; las nuevas legislaciones alimentarias también contribuyen a exigir mayor calidad y proporcionan

más información al consumidor (Torres et al., 1997). El Codex Alimentarius, la Food and Drug Administration (FDA) y la European Food Safety Authority (EFSA), son las principales autoridades de la industria alimentaria quienes establecen normas para la producción de alimentos en el mundo bajo criterios de calidad e inocuidad (Ialimentos, 2015).

La industria alimentaria está determinada por las preferencias de los estratos medios y altos, cuyas demandas van determinando su estructura. La relación industria alimentaria-patrón de consumo se expresa en los cambios en los sistemas de distribución y en las formas de presentación de los productos, aunque esto corresponde a la globalización de la economía y a la imposición de estrategias externas en grupos específicos de consumidores, y seguir las pautas de consumo de acuerdo con las necesidades de la modernización económica y de la organización social (Torres et al., 1997).

Por lo anterior, una modificación de los hábitos alimentarios conduce a un cuestionamiento más general a los sistemas de producción, distribución y consumo (Aguirre, 2013). Los alimentos son una necesidad humana básica y como tal debería facilitarse su acceso no solo a través de mecanismos de mercado, basados exclusivamente en el precio y las leyes de oferta-demanda (Vivero, 2015). Al margen de estrategias individuales que generan nuevos nichos de consumo, algunos ligados a estilos de vida “alternativos” (el mercado de productos orgánicos es una expresión de ello), existen también estrategias de acción colectiva que proponen, no sólo otro consumo, sino un cambio de paradigma de producción (Calle et al., 2012).

Uno de los principales problemas del sistema alimentario industrial es que generalmente se producen alimentos no nutritivos, pero baratos para todos (Viveros, 2015). Los más pobres compran y comen los alimentos más baratos que produce la agroindustria (ricos en hidratos de carbono, azúcares, grasas), mientras que los que tienen con qué pueden elegir y darse el lujo de comer fresco, limpio y orgánico y tienen más posibilidades para cuidar su salud (Aguirre, 2013).

Se trata de un sistema alimentario a bajo costo en donde el precio es la medida de todos los valores, en lugar de intentar suministrar alimentos nutritivos. Se utilizan muchos recursos naturales para producir alimentos derrochando un tercio de éstos, considerando al alimento únicamente por su valor de mercado, pues el sistema alimentario industrial solo valora la dimensión comercial de los alimentos y los considera como materia prima sin historia asociada o externalidades (Vivero, 2015).

Los desnutridos del mundo suelen detectarse justamente entre los productores rurales de alimentos, no porque falle su producción, sino porque incluso cuando logran ser productivos deben vender sus productos a precios marginados, debido a su posición en desventaja en la cadena agroalimentaria. Mientras no se consideren los alimentos como bienes sociales, la distribución dependerá del ingreso y no de las necesidades (Aguirre, 2013).

La industria alimentaria enmarcada en un sistema alimentario globalizado coexiste con sistemas alimentarios locales tradicionales en diversos contextos. Si se plasmara en un mapamundi la diversidad de los sistemas alimentarios, esto daría la oportunidad de observar que en efecto el mundo actual no se encuentra frente a un sistema alimentario universal. Sin embargo, sí existen interconexiones globales trazadas a partir de cadenas agroalimentarias globales, y una tendencia creciente al desarrollo de la industria alimentaria con mayor innovación tecnológica. Esto, de acuerdo con Fritscher Mundt, no es un proceso aislado, sino que se ha acompañado de una contratendencia vinculada a lo local y nacional, que no constituye una amenaza a la gran industria transnacional de la alimentación (Fritscher, 2002), pero sí es parteaguas que conduce al análisis de las condiciones en las que se dan los procesos alimentarios y las consecuencias sociales, económicas, políticas, ambientales y culturales a las que conduce esta industria alimentaria.

Las grandes compañías industrializadoras de alimentos en su propósito de ganar terreno en el mercado del consumo mundial evaden algunas regulaciones. Como lo exponen García y Bermúdez (2014), cada bocado de lo que se adquiere en los supermercados es “la sopa toxica” que, intenta desarticular los sistemas de producción local y amenaza en contra de los sistemas alimentarios tradicionales.

Por otro lado, han surgido algunas tendencias alimentarias que proponen el regreso al consumo de productos naturales y la protección de tradiciones locales (Domínguez et al., 2011), que a la par es resultado de la preocupación de la sociedad por los alimentos dañinos a la salud. Aunque no es equiparable a la propuesta en cifras de productos industrializados y la saturación de publicidad que les atribuye beneficios a la salud por sus aportes vitamínicos, los alimentos locales tienen aceptación por su calidad la cual es construida socialmente y, por la inocuidad derivada de la ausencia de aditivos y conservadores. Se ha comenzado una especie de campaña que promueve disminuir el consumo de alimentos procesados, debido a que se prefieren

productos orgánicos, ecológicos, más artesanales y con sabores más intensos (Esnaurrizar, 2017).

1.2 Alternativas y propuestas alimentarias en el contexto global

Debido a los efectos negativos del sistema alimentario industrial, han surgido algunas alternativas para hacer frente a dichos efectos. Una de estas propuestas, es la agroecología., que como ciencia trata de entender el funcionamiento y las relaciones que se dan en los agrosistemas. De acuerdo con López (2015), la agroecología puede agruparse en tres dimensiones:

- Dimensión ecológica y técnico-agronómica, que desarrolla una visión integral y sistémica del proceso productivo, otorgando mayor importancia a los aspectos ecológicos y al rediseño de agroecosistemas, así como a las cuestiones relativas a eficiencia energética, al manejo de la biodiversidad en el tiempo y el espacio.
- Dimensión socioeconómica y cultural, centrada en las condiciones de reproducción social de las comunidades rurales y agrarias, de forma que les permitan permanecer en la actividad agraria, a la par que mejorar el estado de los recursos naturales. Para ello, se centra en la revalorización de los recursos locales y las culturas locales; en la articulación de lo agrario con otras actividades económicas (transformación agroalimentaria, agroturismo, educación ambiental, etcétera); y en el desarrollo de canales cortos de circulación de los productos locales.
- Dimensión sociopolítica, que busca incidir en las políticas y en los espacios de toma de decisiones en el sistema agroalimentario desde nivel local hasta el global. Esta dimensión incluye las alianzas con otros grupos sociales alrededor de lo agroalimentario situándose en una perspectiva global, a través del concepto de soberanía alimentaria.

Para la agroecología, la agricultura se sitúa en el centro de los procesos de desarrollo local sustentable, ya que esta actividad la se articula más directamente la con la sociedad y su relación con ecosistema. Este modelo pretende recuperar los elementos del manejo tradicional local que, por siglos, han demostrado ser útiles para la sustentabilidad social y ecológica. A través del diálogo de saberes busca activar procesos de transformación social, hacia una mayor sostenibilidad social y ecológica en el entorno local y en escalas superiores (López, 2015).

La propuesta de la agroecología, en el marco por la lucha a favor de la soberanía alimentaria, conlleva a reforzar los planteamientos de este último concepto como el paradigma teórico-

político que, surgió como una respuesta a negociaciones dentro de la Organización Mundial de Comercio (OMC) para la liberación de los mercados, y del control de la agricultura (Jongerden y Ruivenkamp, 2010)

Soberanía alimentaria también debe ser entendida como un mecanismo de defensa al pequeño campesinado ante las políticas neoliberales aplicadas a la agricultura, la soberanía alimentaria, coloca el derecho a la alimentación en el eje de estas políticas, rompiendo con la idea del alimento como mercancía (Campos, 2016).

Las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), la degradación de los suelos, las desigualdades sociales, la deforestación y pérdida de especies de flora y fauna, son algunas de las consecuencias como se ha mencionado en este trabajo, provocadas por las formas de producción, distribución y consumo propias del sistema alimentario corporativo. Por ello, es imposible pensar en soberanía alimentaria sin un cambio en la orientación de los mercados, que se dirija hacia los de circuitos cortos y mercados locales, esto último implica la ampliar la posibilidad de acercar el control de la cadena alimentaria en la misma medida a los productores, y abandonar el actual centro de gravedad del poder: el agronegocio y la distribución oligopólica (Veterinarios sin frontera, 2009)

El hambre y la inseguridad alimentaria como la expresión de las desigualdades sociales continúan siendo preocupaciones importantes en un siglo en el que el avance de la tecnología ha logrado facilitar la vida en muchas sociedades. Calisto Fariant (2016), identifica cinco factores que explican esta desigualdad social.

El primero, es la volatilidad de los precios de los alimentos, la especulación en el mercado financiero y la liberación del comercio de productos alimentarios, una mención importante se hace a los biocombustibles, como causantes del aumento en la volatilidad y aumento de los precios de los alimentos.

El segundo factor, tiene que ver con la degradación y fertilidad de los suelos, lo que impacta en los rendimientos agrícolas. La contaminación provocada por la agricultura industrial agota las fuentes no renovables como el agua, y la deforestación por los monocultivos acaba con la biodiversidad y contribuye a la inseguridad alimentaria ya que limita la diversidad de nutrientes de los suelos disponibles para la necesidad humana,

El tercer factor, se trata de una de las características primordiales del sistema alimentario mundial de sostener relaciones comerciales altamente desiguales entre los países del norte y los países del sur global. Los productores agrícolas del sur no pueden competir con los productores subsidiados del norte global.

En cuarto lugar, aparecen las prácticas monopólicas a través del mercado alimentario en todos los sectores, desde la producción hasta el procesamiento, el comercio y la distribución, ha permitido que algunas empresas obtengan una considerable capacidad de control de precios. Esto a su vez facilita que las empresas distribuidoras y comerciales controlen y reduzcan los precios entregados al productor, mientras que aumentan los precios para el consumidor.

En quinto lugar, tiene que ver con el consumo. La dieta occidental basada en el consumo excesivo de carne y productos lácteos ha provocado una desviación de la producción de alimentos para la alimentación animal, así un treinta por ciento de las tierras agrícolas son destinadas para la alimentación animal y pastoreo. La tierra y los alimentos que podrían alimentar a la ciudadanía más vulnerable del planeta se usan para la industria de la carne, causando una escasez artificial de productos alimenticios y un aumento de los precios alimentarios. Los cinco factores identificados por Calisto (2016) demuestran que el sistema alimentario global se caracteriza por una distribución altamente desigual que beneficia a los sectores más ricos de la economía y que disminuye la capacidad de los sectores más pobres para cubrir sus necesidades básicas de nutrición.

Ante este panorama, se busca la cercanía entre producción y consumo que permite reasignar valor a los alimentos, incorporando problemáticas sociales y ecológicas, así como el valor de los servicios que generan los ecosistemas ligados a la actividad agraria (Calisto, 2016).

Una de las primeras iniciativas para hacer frente al modelo de la agricultura industrial, fue la certificación orgánica. Esta se desarrolló en la década de los setenta y ha sido objeto de críticas por las normas de producción organizadas de acuerdo con las demandas e intereses de los consumidores provenientes de países desarrollados, impuestas de arriba hacia abajo a través de las empresas certificadoras y porque beneficia a los grandes productores capitalizados con la capacidad de cubrir los costos de estas certificaciones dejando de lado a los pequeños, se han desarrollado (Monachon, 2017).

Por lo anterior, se desarrollaron Sistemas Participativos de Garantía (SPG), donde participan los principales actores que intervienen en la producción y el consumo. Las normas desarrolladas localmente por los actores de los SPG están basadas en principios orgánicos y agroecológicos. Los mecanismos locales de certificación participativa reconocen las limitaciones que pueden encontrar los productores que tratan de cumplir con esas normas. La idea es promover, en lugar de regular, la construcción de una comunidad agroecológica. La agroecología se concibe entonces, como un compromiso y el sistema participativo de garantía se debe ver como una vía para apoyar a los productores a lo largo de su camino para concretar sus aspiraciones (Monachon, 2017).

Alrededor del mundo se han incluido una serie de opciones que engloban un gran número de alternativas de circulación de los alimentos, algunas tan antiguas como la propia agricultura y otras más innovadoras. Entre ellas la propia venta directa en las unidades productivas, grupos de consumo, mercadillos de productores, tiendas creadas por grupos de productores, pequeñas tiendas de cercanía que compran directamente a quien produce, consumo social ecológico (comedores escolares, hospitales, residencias geriátricas, etcétera), restauración comprometida con las producciones ecológicas y locales, y otros (López, .2015).

La desafección democrática de la forma de hacer política en el tema de la alimentación, así como la desafección alimentaria del sistema agroalimentario, han conllevado a la búsqueda de una transformación en el tema de la calidad. Las procesadoras de alimentos y los supermercados han desarrollado estrategias de mercadotecnia que se retoma como recurso el imaginario colectivo que asocia la naturalidad y ruralidad a una mayor calidad y seguridad alimentaria. Venden la falsa idea y en realidad los productos a no ser por las etiquetas, no se distinguen de los convencionales industrializados. Lo anterior es una competencia desleal con productores de menor capacidad para desarrollar el marketing enfocado a la calidad (Di Masso, 2012).

La calidad que se asigna a los productos puede derivarse por distintas razones, por su naturaleza, por su proceso de elaboración y distribución o por su procedencia geográfica. La diferenciación de los productos también es construida por los actores de la cadena agroalimentaria. Entonces, a partir de los diversos atributos es como se construye el concepto de calidad, así como la forma de significarla. Lo anterior, fundamenta la construcción de lo alternativo y la forma en la que se

define la calidad es como se logra impactar y desafiar el sistema alimentario dominante (Di Masso, 2012).

Algunas de estas iniciativas alternativas son mencionadas por José Luis Sánchez Hernández bajo el contexto angloamericano, él menciona que, si bien estas alternativas tienden a ser dispares, e incluso heterogéneas, por su tamaño económico, su alcance geográfico, su grado de novedad y su relación con el sistema convencional, comparten la voluntad de distinguirse en la construcción de lo alternativo (Sánchez, 2009):

Sánchez propone una clasificación en virtud de su capacidad para cumplir el propósito declarado de introducir nuevos valores en el circuito alimentario y convertirlo en herramienta para la transformación social. Estas iniciativas son: las menciones o figuras geográficas de calidad, la certificación privada de alimentos, los alimentos ecológicos, la agricultura comunitaria, los box schemes, los mercados campesinos, la venta directa, el abastecimiento local a las instituciones públicas, buy local food, la promoción directa de los alimentos locales, proyectos de alimentación comunitaria, huertos urbanos, comercio justo, y las dietas ligadas al estilo de vida (Sánchez, 2009).

Las alternativas brevemente mencionadas, intentan construir caminos hacia espacios de encuentro entre la producción y el consumo, así como ser congruentes con los cuidados de la tierra y la solidaridad social. Es evidente que el principal motor de estas alternativas se ha buscado a través del consumo, porque se precisa que el cambio en esta práctica orienta el interés hacia modelos de producción más sustentables basados en el aprovechamiento de recursos propios de los territorios.

1.3 Cambios en los patrones de consumo en México

En México la historia de la industria alimentaria ha respondido a los problemas de distribución desigual del ingreso y de un poder adquisitivo insuficiente de gran parte de la población (Salomón, 2005).

La teoría económica siempre ha señalado la importancia primordial que tiene el consumo en la estructuración del mercado y, por ende, en las funciones de producción. Son cinco elementos que explican la expansión y la reestructuración de esa industria alimentaria: a) la distribución del ingreso; b) la redistribución territorial de la población; c) las oscilaciones de la política

económica; d) el desarrollo tecnológico y la organización del consumo, y e) el papel marginal de las materias primas agrícolas en los mercados (Torres et al., 1997).

En los años sesenta México experimentó el llamado despegue de la industria alimentaria, etapa en la que se consolidó el modelo de sustitución de importaciones que resultó en aumento en los salarios, mejor distribución del ingreso y una transición social y espacial de la población. Esto, orientó la demanda de productos industrializados, lo que tuvo como consecuencia un cambio en el patrón alimentario basado en productos del campo a un patrón alimentario con una carga de productos manufacturados procedentes de países industrializados. En la primera mitad de esta década las filiales de empresas trasnacionales de alimentos pasaron de treinta a ciento veintitrés. Estas empresas producían subproductos muy elaborados de carne o leche, jugos, confiterías, panadería, etc. A pesar de que el modelo sustitutivo tuvo un sesgo antiexportador, el segmento de manufacturas del comercio exterior del sector alimentario siempre fue en superávit, en contraste con otras ramas que acumularon un déficit por las importaciones de insumos y bienes de capital. Durante tres decenios, en los cuarenta, cincuenta y sesenta, las exportaciones del sector alimentario proveyeron de divisas al resto del sector industrial (Salomón, 2005).

Las principales estrategias de política alimentaria en los sesenta fueron los subsidios a la producción de alimentos, el control de precios de alimentos de la canasta básica y el establecimiento de precios de garantía para la producción, almacenaje y distribución de productos agrícolas. Estos fueron los orígenes de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo), de la distribuidora Conasupo (Diconsa) y del Programa de Abasto de Leche Industrializada Conasupo (CONEVAL, 2009).

En la década de los ochenta se abandonó el modelo de sustitución de importaciones, dando paso a un modelo de libre comercio y desregulación económica, se modificó el concepto de autosuficiencia alimentaria a soberanía alimentaria, y finalmente por el concepto que hasta ahora ha sido el estandarte para combatir el hambre y reducir la desnutrición, la seguridad alimentaria. A partir de este periodo México ha transitado una senda en la que ha dejado en manos del mercado el sector agroalimentario (Salomón, 2005).

En esta misma década, 1980, el Estado mexicano implementó diversas medidas orientadas a la disminución drástica de su papel en la economía que impulsaron la desgravación de tarifas arancelarias para la apertura del mercado interno; la privatización de la mayoría de las empresas

públicas; la liberalización de los flujos de inversión, tanto de inversión extranjera directa como de cartera o especulativa, y la liberalización del sistema financiero y su reprivatización. Se desarticulan las estrategias de acumulación y el marco regulatorio institucional, marcando así, una notable diferencia con lo que fue el papel del Estado-nación durante el modelo de sustitución de importaciones (López y Gallardo, 2015).

Aunado a lo anterior, en la década de los ochenta se implementó una serie de reformas económicas con el fin de hacer más eficiente a la Conasupo. La desincorporación de filiales se inició en 1983 con la empresa de Trigo Industrializado, S.A. (Triconsa), dedicada a la elaboración de pan. Posteriormente, se vendieron las Industrias Conasupo (Iconsa), se privatizó la productora de harina de maíz Miconsa, y se liquidó la Impulsora del Pequeño Comercio (Impecsa). Por último, en 1992 se vendieron las plantas pasteurizadoras pertenecientes a Liconsa, la cual se quedó únicamente con las rehidratadoras (CONEVAL, 2009).

Entre 1982 y 1990 el gobierno federal vendió 197 empresas paraestatales relacionadas directa o indirectamente con la producción de alimentos, esto dio lugar a la desarticulación de algunas cadenas agroalimentarias, además de que la apertura comercial precipitada del país favoreció también el resquebrajamiento de las cadenas productivas tradicionales con claros impactos en la oferta de la industria alimentaria nacional (Torres et al., 1997).

En este escenario de cambios estructurales y relativa estabilidad macroeconómica, los programas de asistencia social y las políticas alimentarias fueron poco favorables. Se puede decir que, el SAM (Sistema Alimentario Mexicano), fue uno de los intentos por alcanzar una concepción analítica integral que permitía realizar políticas congruentes para toda la cadena productiva, desde la producción, la transformación industrial, la comercialización, la distribución y el consumo. Los dos principales objetivos del SAM eran superar la crisis estructural del sector agropecuario y alcanzar la autosuficiencia alimentaria. Con el SAM se generó la convicción de que la producción y transformación de bienes agrícolas de origen animal y vegetal, así como la industria de bienes de capital e intermedios y la distribución de alimentos, debían considerarse como parte de una unidad estructural amplia en la cual los conceptos de cadena y sistema alimentario se constituyeran en una nueva forma de abordar el problema de la alimentación y en una condición para alcanzar la autosuficiencia alimentaria (López y Gallardo, 2015).

Con la puesta en marcha del Sistema Alimentario Mexicano (SAM) de 1981 a 1983, la canasta básica alimentaria, fue un componente para establecer las diversas acciones que implican un proceso de planificación alimentaria, y además, un instrumento capaz de orientar estudios e investigaciones, que facilitarían la elaboración y el manejo de diagnósticos como la base de las políticas en materia alimentaria, evitando acciones planificadoras poco representativas en la dieta del mexicano (Martínez, 2001).

A comienzos de la década de los ochenta, Liconsa producía 18% de la leche pasteurizada y Miconsa 48% del maíz para tortillas. A mediados de la década, los subsidios a alimentos eran cercanos a 2,000 millones de dólares anuales. En la fase de comercialización, Conasupo tenía 124 mil almacenes rurales, supermercados urbanos y la acción reguladora de compras que ejercía en el mercado interno y de importación (CONEVAL, 2009).

Como antecedente del Programa Tortilla, entre 1984 y 1990, Conasupo puso en marcha el Programa Maíz-Tortilla con el uso de Tortibonos y, posteriormente, Tortivales. Debido a problemas con los criterios de inclusión de los beneficiarios, el programa, que fue rediseñado con el apoyo del Banco Mundial, reinició en 1990 con el nombre de “Programa de Subsidio al Consumo de la Tortilla”, con un esquema de subsidios selectivos y dirigidos. En 1992, se fundó el Fideicomiso para la Liquidación del Subsidio a la Tortilla (Fidelist), filial del sistema Conasupo, encargada de realizar las funciones de pago a los industriales de la masa y la tortilla. A partir de 1995, Fidelist también se encargó de la administración del padrón de beneficiarios. Por último, en el 2000 desaparece Fidelist transfiriendo sus funciones a Liconsa (CONEVAL, 2009).

A finales de los noventa, la participación de Conasupo en los programas sociales y de fomento productivo disminuyó. La mayoría de las empresas subsidiarias desaparecieron, mientras que, el resto fueron reestructuradas y siguen funcionando bajo otros nombres y en diversos sectores de la Administración Pública Federal. En la administración del presidente Ernesto Zedillo se anunció la eliminación de los subsidios para la tortilla y, con esto, la liquidación de Conasupo, la extinción de subsidios al maíz, a la harina de maíz y al frijol. En su lugar, Diconsa (entidad paraestatal sectorizada), en la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), inició la compraventa de granos en el mercado (CONEVAL, 2009).

Incluir productos industrializados en la canasta básica responde básicamente a la creciente urbanización hacia la que se ha pretendido llevar a la población y a la influencia de las empresas nacionales y extranjeras en materia alimentaria, las cuales hallan un considerable crecimiento y expansión desde 1982. En este sentido la industria alimentaria en México juega un papel decisivo ya que es una de las ramas más dinámicas de la industria manufacturera, dado que conjuga actividades de conservación, transformación y adecuación de productos agropecuarios y pesqueros, guarda relación no sólo con diversos productos (conservas alimenticias, galletas, harinas, chocolates, café, etc.) y sus distintos tipos bienes de consumo masivo, tradicionales, modernos, insumos; sino además en los procesos de empaque (enlatado y congelado), los canales de comercialización (mayoreo, menudeo), tipos de competencia (productos diferenciados, de marca, homogéneos, etc.) y el destino del producto (mercado local, nacional, regional e internacional) (Martínez, 2001).

Independientemente de la influencia que tienen las políticas económicas internas en la configuración de la industria alimentaria, y de las pautas de crecimiento que le impone el capital internacional, las empresas del ramo reproducen necesidades del mercado interno, y en cierta forma masifican comercialmente lo que ya la población venía de por sí registrando en sus hábitos cotidianos de consumo (Torres et al., 1997).

Yolanda Trápaga (2001), sostiene que después de más de 50 años de industria alimentaria en México, los salarios bajos, representan una ventaja neta al conservar una base alimentaria más pertinente que la moderna, con un patrón de consumo alimentario tradicional. Otros autores afirman que, el factor económico que en muchos países en condiciones de pobreza es un determinante importante para la alimentación, ya que, “la población, en la medida en que tiene acceso a los recursos económicos, prefiere alimentos industrializados y modernos que les permitan ir mostrando su mejoramiento social” (Pérez et al., 2012: 163).

Sin embargo, las posturas anteriores no consideran que el patrón alimentario en toda sociedad está permeado por una dimensión cultural, y en este sentido existe una cultura alimentaria tradicional cuya dimensión económica permite su reproducción, en tanto se continúen sosteniendo las cocinas tradicionales y locales en las familias, y mientras exista una oferta de estos alimentos, lo cual aún es visible en diversos espacios en México, como mercados,

fondas, venta de comida en las unidades domesticas e incluso la venta de comida en la calle, ésta cultura y prácticas alimentarias permanecieran en cada sociedad.

Así mismo, no solo es cuestión de la oferta de estos alimentos tradicionales, artesanales y locales, sino también es cuestión de la demanda de éstos, ya que la población toma decisiones todos los días sobre lo que ingiere, y se menciona de este modo ya que no se trata precisamente de alimentos nutritivos, hay una gran oferta de comida chatarra, lo que pone en peligro la demanda de los alimentos sanos que conforman la gama de platillos de las cocinas mexicanas.

La crisis, la diversificación industrial y los cambios inerciales en los hábitos de consumo llevaron hacia una recomposición de la industria alimentaria; en ésta todavía influyen las modificaciones en la localización de la población y la organización social vinculada con la modernización, pero ya no son los únicos elementos. Aparecen ahora, también de manera importante, las transformaciones en las estrategias de compra de las familias, la contracción del ingreso que impacta en los productos de alto valor agregado, y otros factores como la mayor toma de conciencia de los consumidores sobre los alimentos de origen natural asociados con una dieta sana. Por tanto, no es posible identificar ahora en México un solo patrón de consumo, sino la superposición de varios de ellos representados por estratos sociales (Torres et al., 1997).

Debido a las transformaciones y exigencias del sistema global, la relación cultura y alimentación se ha inmerso en una dinámica de adaptación e incluso de resistencia de las cocinas tradicionales frente a la posición ventajosa de los productos industrializados disponibles en cadenas comerciales, con gran atracción mercadológica. Independientemente de que la industria alimentaria mexicana se haya configurado en torno a una respuesta de mercado, se ha orientado hacia un tipo específico de consumidores que impide una posible homogeneización del patrón de consumo. La alimentación de amplios sectores de la población está por debajo del mínimo deseable y su demanda efectiva en el mercado de alimentos elaborados es pequeña; la explicación de este fenómeno se encuentra en las características del proceso de desarrollo industrial mexicano y de la distribución del ingreso que éste ha generado (Torres et al., 1997).

CAPITULO 2 TERRITORIO, (RE)VALORIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS ARTESANALES Y ACTORES SOCIALES

En este capítulo se hace una revisión de algunos enfoques que han abordado el tema de la alimentación para posteriormente explicar el enfoque territorial como la postura desde la que se aborda esta investigación, entendiendo que el territorio es construido por los actores y en él se desarrolla una serie de actividades económicas, sociales y culturales, las cuales son apropiadas e interpretadas por la sociedad.

La construcción teórica a partir del segundo apartado de este capítulo remite a la realidad del objeto de estudio. Partiendo del enfoque territorial puede analizarse la importancia de la producción de alimentos artesanales, se plantea que existe una patrimonialización de los alimentos, es decir, son apropiados por el colectivo social que comparte un conocimiento y saber- hacer de estos alimentos, los cuales se acumulan y transfieren desde el grupo familiar en las unidades domésticas.

Finalmente, desde este enfoque se sostiene que, el entramado de relaciones sociales como tejido entre actores sociales en el proceso de producción, comercialización y consumo de alimentos artesanales se da en dos sentidos, el económico en el que se identifica el intercambio y transacción de bienes en términos económicos entre los actores sociales involucrados en los procesos arriba mencionados y, el cultural que es el cuerpo que da sentido a las subjetividades individuales y colectivas de los grupos sociales.

2.1 Enfoques de los estudios de la alimentación

La alimentación humana ha sido objeto de estudio desde diferentes campos de la ciencia. Desde las ciencias sociales, Lillo y Vizcaya (2002), afirman que los alimentos son más que un proceso de nutrición. Los alimentos no se pueden desconectar de los aspectos religiosos, económicos y sociales de la vida diaria, que a lo largo de la evolución de la humanidad en diversas culturas se han considerado como símbolos que, expresan y crean relaciones. Desde esta propuesta, la alimentación es “una función biológica y social” (Fischler, 2010:14).

Cuando se piensa en temas alimentarios, se le da énfasis a la salud y a la nutrición. Sin embargo, existen otros enfoques de la alimentación como los que propone la tradición antropológica, cuyo interés por el alimento cobra importancia en el siglo XIX, centrándose inicialmente “en las

cuestiones del tabú, el totemismo, el sacrificio y la comunión, es decir, esencialmente en los aspectos religiosos del proceso de consumo” (Goody, 1995:23).

Jack Goody (1995), en el segundo apartado de su obra *Cocina, Cuisine y Clase* esboza tres principales enfoques para el abordaje de los estudios de la alimentación con aportaciones teóricas y metodológicas desde la sociología y la antropología. El primer enfoque que menciona es el funcional; desde aquí, se prima el análisis a partir del establecimiento y mantenimiento de las relaciones sociales, en el que los significados, los símbolos y las expresiones de la función del acto de comer son un vector para tratar de explicar la lógica en lo ilógico, la razón detrás de lo irracional dentro de las formas de las instituciones sociales. Por otro lado, el enfoque estructural; hace énfasis en el lenguaje, interpreta los fenómenos socioculturales a partir de la comunicación que se establece entre individuos y grupos sociales, con la finalidad de conocer las relaciones causales del comportamiento, observando las estructuras más profundas del pensamiento humano y las sociedades. Desde la perspectiva cultural; el alimento simboliza una relación social, la cual está dada dentro de una estructura social. Se refiere a los órdenes de las personas y de las cosas como órdenes simbólicos. Las culturas humanas están creadas por razones simbólicas, significantes o culturales que estructuran la utilidad, es decir, lo práctico y lo significativo.

Las prácticas alimentarias son un cosmos que expresan y configuran el orden social, que incide en el comportamiento de los sujetos (Franco, 2010:140). En el análisis de Goody, se demuestra que dicho ordenamiento social “se ha de vincular con el reparto de poder y autoridad dentro de la esfera económica” (Carrasco, 2003:110).

Al tratar de explicar la alimentación humana como un hecho social y sociocultural, se debe orientar a integrar los conceptos que refieren a los sistemas y prácticas productivas, la asociación hombre-naturaleza, prácticas sociales, política e incluso la religión en contextos diferentes.

“El reconocimiento de los diferentes enfoques autónomos no es otra cosa que la confirmación de que todos ellos son importantes tanto en su independencia como en su interconexión. Con ello, se abandona el afán competitivo por el acceso al conocimiento verdadero, pero no el interés por conocer la generalidad de los hechos que atraviesan a las realidades alimentarias” (Carrasco, 2007:84).

Cuando Sidney Mintz se interesa por analizar el gusto por el azúcar, revela en su trabajo etnográfico la fuerza del mercado consumidor de la metrópoli europea sobre la fuerza productiva de la colonia caribeña. Más allá del gusto por el azúcar, Mintz, somete su total observación y análisis a los procesos a lo largo de la historia en tanto producción y consumo, y los significados que las personas le dan a la azúcar en función a su utilidad a través de las relaciones sociales (Mintz, 1996).

Los alimentos contraen los cuerpos y expanden el alma, es así como Maximino Matus explora en el campo de la alimentación abordando la importancia que tenía para los filósofos los sentidos que permiten al hombre encarnar su naturaleza animal o corporal y aquellos sentidos que revelan su prominencia intelectual. Matus hace una reflexión sobre la importancia de los alimentos más allá de lo biológico y deja ver la relación de significados que unifican lo divino y lo pagano.

Por otro lado, desde el campo de la biología, se aborda la importancia de la alimentación como un elemento central de la vida del ser humano. María Isabel Ortega Vélez, explica que la formación de los hábitos alimentarios, se adquieren desde la formación en el seno materno y se van modificando de acuerdo con las etapas cronológicas de las personas (Ortega, 2014).

La nutrición de ciertos grupos sociales es consecuencia de los programas implantados con fines de desarrollo. Desde este enfoque puede lograrse la obtención de indicadores que derivan de la condición sociocultural de las poblaciones. Además, “puede sin duda esclarecer algunos aspectos de las prácticas alimentarias al analizarlas en términos de ajuste a las constricciones del ecosistema, como estrategias (conscientes) o procesos (inconscientes) de adaptación” (Fischler, 2010:3).

“El pensamiento sociopolítico tiene igualmente sus propias versiones de los problemas alimentarios. En la versión marxista los entiende como un resultado de los ricos sobre los pobres o, en otras palabras, de las estrategias de distribución desigual de los recursos” (Carrasco, 2007:94).

Por otro lado, los análisis sociopsicológicos de orientación antropológica se centran en las relaciones entre la provisión de alimentos, las experiencias alimentarias tempranas, y las emociones que acompañan la comida y la personalidad. Ponen su atención al estudio de comportamientos alimentarios de abstinencia o indulgencia, enfermedades relacionadas con la alimentación, imágenes y pesos corporales socialmente deseables y, también en la adecuación

entre conceptos biomédicos y socioculturales y la evaluación de la salud y la enfermedad relacionada con la dieta (Contreras y Gracia, 2005).

De acuerdo con un artículo publicado por Ortiz et al. (2005), la alimentación humana en México se ha abordado desde la perspectiva de políticas de Estado, desde la perspectiva económica, la antropología y desde los estudios de nutrición y salud.

Las políticas de Estado orientadas a la producción de alimentos básicos como maíz y frijol, y la demanda por estos alimentos, la implementación de programas como el Sistema Alimentario Mexicano (SAM), la autosuficiencia, soberanía y seguridad alimentaria son los marcos conceptuales del análisis desde la perspectiva de la política en México (Ortiz et al., 2005).

Los estudios desde el enfoque económico tienen como principal preocupación los cambios en el patrón alimentario mexicano que ha sido determinado por el consumo, en el que diversos factores intervienen, como el económico, físico, tecnológico y sociocultural. La importancia en estos estudios es el análisis de los condicionantes que establecen dichos cambios en el patrón alimentario relacionado a la disponibilidad de alimentos industrializados en un contexto global (Ortiz et al., 2005).

Las contribuciones de la antropología, de los estudios de la alimentación en México, permiten un análisis de la alimentación como un proceso social y cultural que permite al individuo garantizar la vida, y por otro lado la perspectiva de la nutrición de determinados grupos sociales en los que el conjunto de hábitos, prácticas y costumbres alimentarias están directamente relacionados con la disponibilidad de los alimentos. Otro enfoque es el que aborda la alimentación desde una perspectiva nutricional, que tienen que ver con la ingesta de los alimentos y su aporte nutricional para los individuos. Malnutrición y obesidad son los ejes de análisis en estos estudios (Ortiz et al., 2005).

La indagación de los estudios antropológicos sobre salud en los años cuarenta en México tendía a explorar algunos aspectos sobre las prácticas alimentarias en los sectores más vulnerables. Lo que se buscaba en esa época era conocer “las condiciones en las que se desarrollaba el acto cotidiano de la alimentación y el reconocimiento de aspectos históricos, de la tradición, técnicos y prácticos que la determinaban” (Aguilar, 2014:14).

Otros estudios en México, como el de Pérez et al. (2012), evidencian los cambios en los patrones de consumo alimentario en comunidades indígenas. En este caso el estudio demostró los

cambios en la dieta de dos comunidades mayas de Yucatán por la incorporación de alimentos industrializados a su dieta habitual, debido a los recursos económicos disponibles por la emigración laboral y por los ingresos provenientes de apoyos gubernamentales, lo que permite a estas familias indígenas el acceso a estos productos industrializados que, son muestra de prestigio en la comunidad o son más atractivos para ellos.

Los diferentes enfoques aquí señalados, demuestran la importancia de los estudios de la alimentación, puesto que, “la alimentación toca todo. Es la fundación de cada economía, garantía central de estrategias políticas de Estados y hogares, marca diferencias sociales, límites, conexiones y contradicciones. Comer es un sin fin de acto evolutivo de género, familia, y relación comunitaria” (Counihan y Van Esterik, 1997:1).

De este apartado se retomó la perspectiva antropológica la cual guio la investigación para explicar las relaciones sociales que se dan en el territorio desde las subjetividades de los actores, mismas que se interpretaron y analizaron en relación con su importancia en la producción de alimentos artesanales. Por otro lado, el enfoque territorial se retoma para analizar la dinámica territorial generada por los actores sociales, dichos actores tienen diversos intereses que al final convergen en un objetivo que es el bienestar común.

2.2 Territorio y alimentos artesanales

El territorio visto desde las ciencias sociales es una construcción colectiva, es decir, que involucra a los actores sociales y surge como un recurso que constituye un sistema dotado con las particularidades del bien colectivo (Linck, 2008). Algunos territorios se han construido basados en el conflicto, mientras que otros han desplegado mecanismos de cooperación entre actores (Martínez, 2009). En este sentido, “los territorios son espacios de la diferencia, y las diferencias presuponen construcciones de base cultural y esas construcciones son dinámicas” (Saavedra, 2017:62).

La noción de territorio ha irrumpido el conjunto de las Ciencias Sociales incluida la economía. Implica considerarlo como plantea Bustos (2004):

- a) Como lugar de creación de recursos específicos, que no aparece solo como un reservorio pasivo de recursos, sino como el lugar de creación de la innovación que permite una actividad económica a través de la valorización de la calidad de los productos.

b) Valorarlo como espacio de promoción, es decir, portador de vectores simbólicos culturales e históricos que configuren a la producción un carácter específico.

Los procesos de cambio implican generar mecanismo que permitan aprovechar los recursos con los que cuenta el territorio como plataforma de la diversidad, que se concreta “por la acción y la intervención de otros factores relevantes en nuestra sociedad” (Espeitx, 2004:197). Aquí, aparece una constante de intereses bajo las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales.

“Los sistemas alimentarios, son conformados de manera diferenciada y no están aislados de los procesos globales que se reflejan en una serie de cambios en las cocinas tradicionales” (Meléndez y Cañez, 2010:189). El territorio como expresión relacional de diferencias es un espacio dialéctico (Saavedra, 2017:65), que parece “disolver las dicotomías sociedad/ naturaleza y sujeto/objeto, o al menos desafían parcialmente la comprensión de lo social en estos procesos” (Blanco et al., 2016:126).

Las cocinas regionales muestran la vasta diversidad del entorno natural y cultural, la creatividad de la comunidad así como formas elementales de organización que además de ser prácticas cotidianas de vida son también expresiones que refuerzan los lazos de cohesión social y pueden convertirse en un medio construido e identificado por la misma comunidad para generar dinámicas de producción de alimentos y de producciones culturales con base en las cocinas que se constituyen con el propósito de generación de ingresos. Centrar la atención en las cocinas regionales permite potenciar ciertos procesos sociales asociados a los alimentos y susceptibles de abrir nuevas opciones ocupacionales, así como de producción y difusión cultural que den a conocer las cocinas regionales y su inserción en dinámicas económicas (Padilla, 2006).

Consumir alimentos tradicionales incorpora también características nutritivas, psicosensoriales y simbólicas que, además, promueven un acercamiento a la región de procedencia en contraste con el mundo industrializado (Domínguez et al., 2011).

En un territorio “los sistemas de tenencia de tierras locales son muy diversos, los recursos están, por lo general, bajo el poder de los clanes o familias como consecuencia de una mezcla de derechos individuales y colectivos” (Cotula et al., 2009:10). Estos sistemas permiten la reproducción de “saberes y prácticas culinarias, la presencia de un vínculo o lazo orgánicamente enraizado en valores y costumbres comunes, como parte de la sabiduría popular” (Meléndez y

Cañez, 2010:190), y el aprovechamiento de los recursos priorizando los insumos de proximidad, entendidos éstos como los de producción local y de corto recorrido.

Fischler (2010) explica desde la antropología de la alimentación humana que los alimentos que se consumen hacen que los individuos se incorporen al mundo, situándolos en el universo, esa es la razón por la que el consumidor al identificar mal los alimentos que toma suele desconocer su propia identidad. “La multiplicación reciente de referencia de productos, de tecnologías y de tipos de empresas introducen una complejidad que afecta al conjunto de actores económicos en sus elecciones” (Manrique, 1996: s/p). En este contexto, el territorio como plataforma de la diversidad, permite una proximidad con los alimentos, y el consumidor puede brincar esas barreras globales incorporando en su dieta los alimentos del inventario local.

La producción de alimentos tiene más posibilidades de conservar tradiciones locales que otras actividades artesanales. Puede afirmarse que la producción de alimentos utiliza conocimiento tradicional y autóctono como parte de legado heredado por un cierto grupo de personas (Domínguez et al., 2011).

La importancia que los actores tienen en la producción de alimentos artesanales y su forma de incidir en el territorio expresa la relación constante entre un espacio material y un espacio simbólico. El espacio material hace referencia al espacio en donde se manifiesta la actividad humana; mientras que el espacio simbólico hace referencia a los valores que la sociedad confiere al espacio material. Es así como se entrelazan ambos espacios resultando en la apropiación de ese territorio (Bertoncello, 2002).

Existen trabajos que intentan demostrar que, “en un mundo globalizado y regulado, los llamados alimentos artesanales se encuentran condenados a desaparecer si los artesanos no llenan las especificaciones requeridas por la regulación existente” (Domínguez et al., 2011:175). Sin embargo, un alimento artesanal no se reduce a un proceso de producción en pro de asegurar la calidad impuesta por los estándares en un mercado global. La correlación entre identidad y calidad es compleja y contradictoria ya que algunos productos que mantienen una identidad territorial difícilmente cumplen con regulaciones sanitarias, por otro lado, existen productos que ostentan ser productos tradicionales que cumplen con estándares sanitarios, pero, el consumidor no se identifica con el producto ya que ofrece una falsa identidad (Domínguez et al., 2011).

De acuerdo con Manrique:

“Los alimentos artesanales están asociados a caracteres singulares que los definen en contraste con los que se suponen a los productos industriales. Esto es lo natural, tradicional, de origen y que su proceso de producción depende del artesano, elaborado con técnicas manuales no automáticas, materias primas locales, ausencia de ciertos aditivos, limitación de volúmenes producidos, asociación a un territorio e identificación con raíces culturales. La forma de comercialización más habitual de la producción artesana es la venta directa que se admite como consustancial con esta producción” (1996: s/p).

El respeto a estas consideraciones de acuerdo con Manrique (1996) sería la única garantía de calidad artesana, especificidad y origen del producto: Producir volúmenes limitados, equilibrio entre trabajo autónomo y asalariado, debe existir una relación importante con el consumidor y debe destacarse la vinculación de la actividad y del producto a un territorio.

En la obra *El artesano*, Richard Sennett, dice que a diferencia del artista, el artesano está volcado hacia fuera, hacia su comunidad, mientras que el artista se vuelve hacia dentro, hacia sí mismo. El artesano se apropia de su espacio y la calidad de su trabajo no tiene lugar en un vacío social o emocional (Sennett, 2009). Esto, como señala Sennett, habla de lo importante que llega a ser el trabajo de los artesanos y el espacio que ocupa en una sociedad, ya que es el reflejo del conjunto de conocimientos y saberes que se articulan al escenario del territorio y son valorados por su origen.

Para esta investigación se define en concepto de territorio como el espacio físico y simbólico en donde los actores sociales movilizan los recursos con los que cuentan, es decir, los recursos locales, para propiciar una actividad económica, en este caso, la producción de alimentos artesanales, a la que la sociedad local le otorgan un valor en relación con su historia, tradiciones, las relaciones que se generan entre actores, los conocimientos transferidos, el saber hacer local, la forma de aprovechamiento de los recursos, las prácticas alimentarias, el arraigo y la identidad.

2.3 Patrimonialización y (re)valorización de los alimentos artesanales

El término patrimonio es idóneo, pues sugiere una proyección temporal larga, es decir, un patrimonio se administra, se recibe y se transmite por herencia. Plantea además la imagen de un recurso complejo, cuyos componentes forman un sistema: el ecosistema artificializado, las infraestructuras, las interacciones sociales y los conocimientos, las representaciones y los valores que le dan estructura. En este sentido el patrimonio es memoria colectiva, a la vez

registro de acontecimientos y experiencias pasadas y, sobre todo, capacidad de proyección hacia el futuro. Por ello, suele asociársele las características de un bien apropiado y tratado en forma colectiva, dentro del grupo social que se identifica con el territorio. De este modo, la definición en cuestión articula con el sentido primario que identifica el territorio con un espacio apropiado, pero, evidentemente, no cierra el debate sobre las modalidades, formas y limitaciones del carácter colectivo de su apropiación y manejo (Linck et al., 2006).

El registro en la memoria colectiva es también un proceso de socialización, que surte efectos en la configuración del objeto y de los códigos que rigen sus modalidades de producción, de uso y de apropiación, así como su posición específica en el patrimonio del grupo social considerado (Linck et al., 2006).

Un recurso no material es, en principio, no limitado, inagotable; pero deja de serlo en el momento en que el establecimiento de una propiedad intelectual marca exclusividad de uso y genera escasez. Este derecho protege, pero al mismo tiempo, genera un monopolio colectivo, propicia la obtención de una renta (en sustancia, la remuneración de la calidad y del monopolio) y es objeto de rivalidades. Bajo esta perspectiva el tema de la patrimonialización abre un campo problemático que más allá de las fronteras disciplinarias, plantea interrogantes sobre las interacciones entre lo económico y lo político, sobre el devenir de los territorios y sobre la construcción del desarrollo (Linck et al., 2006). Sin embargo, la patrimonialización es un proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenidos en el espacio-tiempo de una sociedad particular y forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La apropiación y valorización como acción selectiva, individual o colectiva, se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables (Bustos, 2004).

La patrimonialización de valores territoriales implica la construcción de una “conciencia patrimonial” que, en general, en las condiciones actuales tiene un carácter representacional y comunicacional. La sustentabilidad y sostenibilidad de estos patrimonios depende en primer lugar de la comprensión de los procesos sociales y culturales que los rigen (Bustos, 2004).

La mezcla de prácticas alimentarias que existen en un territorio con las que vienen de fuera (contexto global), crean las particularidades de las cocinas (Contreras, 2005). Se mantienen las raíces más profundas de este ensamblaje y se resignifican sus componentes que son tan solo una

parte de su cultura alimentaria a lo que Elena Espeitx llama “patrimonio alimentario”. Dicho de algún modo, se trata de una parte del todo, y Espeitx lo explica en tres sentidos. En primer lugar, porque este proceso de patrimonialización fragmenta y descontextualiza ciertos componentes de la cultura alimentaria cambiando los sentidos y funciones de dichos componentes que se insertan en una realidad distinta. La segunda razón, la selección de los componentes es en función de la cultura alimentaria de la sociedad que patrimonializa. En tercer lugar, porque la patrimonialización de los componentes seleccionados en cierto sentido se reinterpreta (Espeitx, 2004).

Lo expuesto por Espeitx, tiene sentido ya que cada cocina presenta diferenciación entre un territorio y otro, pero se traslapan algunos componentes tanto materiales como simbólicos (por ejemplo, como la elaboración artesanal de chocolate en diversas latitudes). Los actores se apropian de los alimentos que consumen y los patrimonializan, así como propician los mecanismos para su reproducción, es decir, generan conocimiento en los aspectos técnico-productivos, comercialización y de organización; y construyen capacidades y ventajas diferenciadoras territoriales que, no son una simple casualidad sino una causalidad del contexto de los actores que no limita al conjunto de relaciones internas de una cultura determinada, aunque esa cultura pueda considerarse relativamente indiferenciada (Goody, 1995).

Es entonces, que en la medida en que las sociedades se hacen más complejas y las diversas culturas entran en relación, en esa medida se realizan préstamos culturales, es decir, se incorporan alimentos novedosos y formas inéditas de consumirlos. Se van transformando las culturas y las personas que en ellas viven. Entonces se complica encontrar el núcleo cultural de algunas sociedades, por eso resulta preciso apelar a la historia de sus formas de producción de alimentos, y las prácticas que tenían lugar en esos contextos (Camou, 2008).

Las pautas de la alimentación trascienden a través de la cultura y de las exigencias impuestas por las circunstancias materiales e históricas (Contreras, 1995). En este sentido, el territorio como una construcción social, potencialmente dinámico, se presenta como un referente vital de la cultura en el cual se insertan las raíces de una identidad. La historia se articula al territorio en donde se aprovechan los recursos de éste. Por lo que se puede decir que “comer es digerir culturalmente el territorio” (Delgado, 2001:84).

Por lo tanto, para esta investigación la patrimonialización de los alimentos se entiende como la apropiación y preservación de aquellos alimentos que el colectivo social considera como suyos en el sentido identitario ya que simbolizan la conexión con el pasado y afianzan la permanencia en el futuro. Hay que aclarar que en este concepto se retoma fuera de la noción institucionalizada del patrimonio alimentario como la que propone la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)¹.

Más allá del valor simbólico que se les otorga a los alimentos, ello no omite su carácter como un bien transferible y de consumo. Para lograr su disposición los actores sociales activan ciertos mecanismos en términos de funcionalidad y eficiencia de relación entre productores y consumidores (Torres, 2011:68). Esto quiere decir que la producción de alimentos artesanales brinda la oportunidad a los actores que intervienen en ella, de proveer al consumidor de alimentos con los que él se identifica y a su vez, estos alimentos como bienes de consumo se integran a la dinámica económica local.

En la sociedad comienza a tomar fuerza apostar por nuevas formas de producción y de consumo responsable como una fuerza transformadora real y nada utópica. La nueva conciencia de cambio está naciendo desde el lado de la demanda, es entonces, que el retorno de lo artesanal es otra oportunidad expresiva a la creatividad y autonomía. Fuera de la lógica competitiva imperante, la producción y el consumo de productos artesanales une lazos y marca la tendencia de un futuro más auténtico y soberano (Martínez, 2013).

La (re)valorización de los alimentos artesanales conlleva a procesos que interpelan los mecanismos de producción y formas de consumo actuales. Estos procesos tienen que ver como ya se ha mencionado anteriormente con la reconfiguración de los sistemas alimentarios a nivel mundial. Sin embargo, un aspecto central al señalar en esta investigación la importancia de la (re)valorización de los alimentos artesanales es que permite potenciar el valor de los alimentos que inscriben en su esencia un registro de significados con los que el consumidor se identifica o quizás al tratarse de un consumidor extraterritorial reconozca como importantes en el sistema de aprovisionamiento local de alimentos.

¹ Medina, Xavier (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. Mexico: Anales de Antropología-UNAM, 51.Pp. 106-113. Consultado en: file:///C:/Users/gnata/Downloads/61978-180161-1-PB.pdf

Con base en lo expuesto, el territorio remite a la construcción de esos valores otorgados a los alimentos que forman parte del conjunto cultural de bienes intangibles relacionados con la cultura alimentaria. Esto evoca a la historia del territorio y el contexto en que se realizan las prácticas alimentarias, los modelos de obtención de alimentos, su manipulación, transformación, consumo, las interacciones en el circuito de intercambio de alimentos, los códigos tanto en las interacciones y la forma en la que cada individuo los interpreta. Entonces, la cultura alimentaria es un eslabón de identidad territorial que expresa hábitos de consumo de los alimentos que una sociedad ha seleccionado a lo largo del tiempo y representa la evolución de la misma sociedad.

2.4 El tejido social en la organización productiva y el consumo de alimentos artesanales

La comida es un elemento mediador que transmite reglas, sentimientos de pertenencia, que cohesionan y que une a quienes la manipulan, pero que también requiere una organización específica del espacio, del tiempo y de las relaciones sociales de producción (Molar, 2015).

Por tanto, el territorio otorga a los actores cierto grado de territorialidad² permeando las estructuras institucionales como puede ser un partido político o el Estado. Esto significa que los actores sociales consiguen construir multiplicidad de territorios de acuerdo con su accionar en ellos, con los signos y símbolos que se tejen en él, con las narrativas que circulan y de cierto modo se posicionan en el lugar, con la memoria reservada que refleja la experiencia colectiva de la sociedad (Moreno et al., 2013).

Las territorialidades, entonces, no se forman de acuerdo con límites político-administrativos determinados por instancias estatales, sino con los imaginarios colectivos que delinean una marca simbólica y definen territorios cognitivos especiales y significativos para sus actores (Moreno et al., 2013).

Desde esta perspectiva, el capital social desempeña un rol central, sobre todo en territorios donde los actores no disponen de un alto grado de capital económico (Martínez, 2009). Esto sin embargo, no significa que los actores sociales no logren generar mecanismos que les permita

² Aquella relación dinámica entre los componentes sociales (economía, cultura, instituciones, poderes) y aquello que de material e inmaterial es propio del territorio donde se habita, se vive, se produce. En: Dematteis, Giuseppe y Governa, Francesca (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. la contribución del modelo SLOT. el desarrollo local. Boletín de la A.G.E. N.º 39. Pp. 31-58. Consultado en: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:_NwHxSV4zkcJ:scholar.google.com/+territorialidad&hl=es&as_sdt=0,5&as_vis=1

desde su posición diferencial alcanzar las condiciones necesarias para lograr el bienestar local y, que exista un sistema productivo capaz de organizar sus economías mediante la utilización de los recursos disponibles (Vázquez, 2000), ya que, “la forma de organización productiva, las estructuras familiares y las tradiciones locales, la estructura social y cultural, y los códigos de conducta de la población condicionan los procesos de desarrollo local y, favorecen o limitan la dinámica económica” (Vázquez, 2000).

Las territorialidades “son una construcción social y cultural que da identidad a sus habitantes, quienes, por medio de sus relaciones, de su conocimiento y de sus instituciones se convierten en agentes de la diversificación de actividades o de la adquisición de nuevas funciones” (Guzmán et al., 2014: s/p).

Las formas de consumo y tipos de alimentos locales obedecen a las influencias externas homogenizadas, sin embargo, mediante las estructuras predefinidas en el ámbito local se nutren las relaciones y se precisa el patrimonio alimentario, eso demuestra que “existe una diversidad de grupos sociales y de culturas, lo cual también se manifiesta en la esfera de la alimentación” (Meléndez y De la Fuente, 2010:189).

Bajo los argumentos anteriores los actores sociales logran emprendimientos que como señala Vázquez Barquero:

“Son el vehículo que facilita la inserción de los sistemas productivos en el sistema de relaciones socioculturales del territorio. Los sistemas productivos locales han nacido y se han consolidado en áreas que se caracterizan por un sistema sociocultural fuertemente vinculado al territorio. La aceptación de un modelo de sociedad en que se premia el esfuerzo y la ética del trabajo, en que la capacidad emprendedora es un valor social reconocido, en que se potencia la movilidad social, explica el funcionamiento de los mercados de trabajo locales y la capacidad de respuesta de las comunidades locales ante los cambios tecnológicos y los desafíos de la competitividad” (2000: 27).

En el mundo actual se ha establecido una separación clara entre esfera productiva (fuera, pública, mercantil) y reproductiva (dentro, privada, no mercantil), por más que esta diferenciación desvirtúe el análisis global de la economía, antes del capitalismo, producción y reproducción se realizaban en el mismo espacio (Mirón, 2004). La economía de mercado dominada por el capital no es la única economía; no obstante, el desarrollo se ha basado en el crecimiento de la economía de mercado (Shiva, 2006).

Las relaciones mercantiles en la actualidad son reducidas a valores numéricos; a través de los precios, y en donde el mercado aparece compuesto de extraños conectados sólo a nivel de las apariencias. Esta racionalidad económica va generando un proceso progresivo y acumulativo de producción, basando su permanencia a través de establecer una valorización de corto plazo a las dinámicas y temporalidades ecológicas y culturales que son de largo plazo (Berthoud, 1996).

Sarita Albagli subraya cuatro puntos importantes para definir estrategias de valorización de las territorialidades: 1) la identificación de unidades territoriales donde sea posible la promoción del emprendimiento local, con delimitación de su espacio geográfico basado en la identidad y pertenencia, sentido de exclusividad/tipicidad, tipos e intensidad de interacción de actores locales; 2) la generación de conocimientos sobre el territorio, para identificar y caracterizar las especificidades que pueden presentar potencialidades; 3) la promoción de sociabilidades, en búsqueda de “posibles modalidades de acción colectiva”; y 4) el reconocimiento y la puesta en valor de la territorialidad con la recuperación de imágenes y de la simbología local (Flores, 2007).

El sistema de necesidades de la vida humana en sociedad es lo que constituye el sentido universal de la actividad económica. Aunque pueden ser pensadas como pocas condiciones para la vida, considerablemente definidas (alimentación, refugio, contención afectiva, etc.), en su concreción como necesidades y satisfactores no están dadas ni son ahistóricas (Coraggio, 2003).

El avance del capitalismo intenta eliminar las relaciones sociales y culturales que no sirven directamente a su desarrollo, más aún cuando estas relaciones no cohesionan a un sector numeroso; sino por el contrario si estas relaciones satisfacen necesidades o coadyuvan a una producción equilibrada del sistema, podría plantearse su preservación o que se incorporen al sistema sin perder sus particularidades (Valdéz, 2007).

Las producciones artesanales son manifestaciones culturales y económicas de los grupos sociales de donde surgen, su producción no puede explicarse únicamente a partir de las relaciones mercantiles desde la lógica de producción del capital, aún, cuando estas se hayan constituido en la principal actividad generadora del ingreso familiar. Al analizarse debe considerarse la construcción histórico social desde donde se materializa la actividad productiva (Valdéz, 2007).

Una característica definida del trabajo en estos espacios productivos es la fuerte vinculación de la actividad productiva con la cultura local, siendo esta actividad un componente importante de su definición cultural. Estas actividades surgidas como estrategias de supervivencia, en el marco de relaciones que se fortalecen, se acrecientan y sedimentan en un entorno social que va adquiriendo perfiles característicos; también configuran un esquema cognitivo común, una forma particular de saber hacer. Este elemento actúa como refuerzo de la identidad que viene dada desde el territorio (Valdéz, 2007).

El objetivo es lograr la solidaridad orgánica entre estos elementos, donde el desarrollo de unos elementos contribuya al de otros. Esto supone propiciar la constitución de relaciones de interdependencia, materializadas en intercambios mediados por relaciones mercantiles o bien directamente sociales, entre unidades domésticas de una misma comunidad y entre comunidades, creando las bases para nuevas identidades colectivas y para la creciente sustentabilidad del desarrollo popular (Coraggio, 1993). La economía basada en los medios de subsistencia de algunas unidades productivas familiares se fundamenta en una estrategia de trabajo doméstico que coexiste con el capitalismo, pero no necesariamente entra en contradicción con ese desarrollo, sino que son englobadas por éste (Valdéz, 2007). Las formas de trabajo doméstico suponen una división "técnica" del trabajo (es decir: no mediada por el mercado) en el interior de la unidad doméstica, entre unidades domésticas de una misma comunidad y eventualmente entre comunidades. Las relaciones de producción domésticas están organizadas como una redistribución de las relaciones de parentesco, étnicas, de vecindad u otras, constitutivas de cada nivel de la economía doméstica y, no se objetivan en una burocracia; su objetivo no es la acumulación ilimitada (Coraggio, 1993).

Hasta este momento los planteamientos teóricos y conceptuales que se han expuesto son los que se articulan con los referentes empíricos obtenidos durante el trabajo de campo. Esto permitió dar respuesta a la pregunta de investigación y explicar la importancia de los alimentos artesanales tomando caso de estudio la producción de chocolate, tamales y pan en el municipio de Tuxtla Chico, Chiapas.

CAPÍTULO 3. EL MUNICIPIO DE TUXTLA CHICO, HISTORIA, CULTURA LOCAL Y SU ENTORNO SOCIOPRODUCTIVO

En el primer apartado de este capítulo se presenta brevemente una serie de eventos que contribuyeron al proceso de cambio en la reconfiguración del sistema productivo en la región Soconusco. Esto se logró a partir de la revisión de algunos trabajos previos que dan cuenta de la vocación productiva, desde los principales cultivos como el cacao que encaminó la ruta de la exportación transnacional hasta la reconfiguración a partir de la agroindustria, por ejemplo, de mango, caña, plátano, palma africana, algodón, etc. Esto permite conocer la dinámica del territorio de Tuxtla Chico, vinculada a la dinámica regional, así como las formas en las que operan otros actores y poner en perspectiva la lógica de la producción de alimentos artesanales en el contexto local que ocupa en este estudio.

En los siguientes apartados de este capítulo se presenta un panorama general del municipio de Tuxtla Chico, resaltando algunos aspectos particulares como la conformación histórica del municipio, las expresiones culturales que tienen que ver con tradiciones y festividades, y la identidad alimentaria (la cual es perturbada por los cambios de los patrones alimenticios).

Finalmente, se revisan aspectos socioeconómicos del municipio de Tuxtla Chico y la importancia de las actividades productivas, se retoman datos recientes de la producción agrícola como principal actividad en el municipio.

3.1 Región Soconusco y su importancia en la producción agrícola

La región la integran 15 municipios: Acacoyagua, Acapetahua, Cacahoatán, Escuintla, Frontera Hidalgo, Huehuetán, Huixtla, Mazatán, Metapa, Suchiate, Tapachula, Tuxtla Chico, Tuzantán, Unión Juárez y Villa Comaltitlán. Colinda al norte con las regiones IX Istmo Costa y XI Sierra Mariscal, al este, sur y oeste con el Océano Pacífico.

La ciudad de Tapachula, considerada como la perla del soconusco, es el más importante centro comercial y económico de la región. Su condición de frontera mexicana con Guatemala le otorga un papel destacado en la macrorregión conformada por los estados del Sur-Sureste de México y los países de Centroamérica. Cuenta con una importante red de establecimientos financieros, comerciales, de comunicación y transporte, hospedaje y alimentación, que dan soporte a la actividad agropecuaria municipal y regional.

Esta región forma parte de la Llanura Costera del Pacífico y Sierra Madre de Chiapas; se ubica en la llamada Llanura Costeña de Chiapas y Guatemala, ubicada en la cordillera centroamericana, el relieve del terreno está formado principalmente de llanuras y sierras (Programa Regional de Desarrollo, 2018).

La región Soconusco se caracteriza por poseer diversos atributos naturales como el clima y la fertilidad de sus tierras, que expresados en la agricultura de exportación le han permitido establecer un vínculo continuo con el mercado internacional, que tiene sus orígenes desde la colonización por inversionistas extranjeros a finales del siglo XIX (Santacruz, 2007).

De acuerdo con Santacruz (2007), los registros históricos sobre el pasado prehispánico de la región antigua del Xoconochco, son escasos. La evidencia recuperada por Barbara Voorhies, señala la existencia de Izapa, un sitio que se ha relacionado con el control del cacao, ya que se localiza en el centro de una de las principales áreas de producción de cacao a nivel mundial. El cacao es un producto que desde la época prehispánica adquiere gran importancia como bebida ceremonial y ritual, y se convierte en una especie de moneda para usarse en las transacciones económicas ya que el Soconusco aportaba doscientas cargas de cacao, es decir, aproximadamente el veinticinco por ciento del total del tributo que llegaba a las bodegas aztecas.

Durante la colonización, el cacao fue el principal tributo de la zona para los españoles. Nobles y guerreros aztecas poseían el uso de este recurso, como medio de cambio, los mayas lo usaban como medicina y rituales. Así, el Soconusco con el comercio del cacao se convirtió en un enclave agroexportador, al igual que con la exportación de la vainilla y el achiote (Santacruz, 2007).

Las compañías colonizadoras durante el mandato de Porfirio Díaz fueron uno de los primeros proyectos para la modernización en México, y esta región de potencial productivo, fue de vital importancia. Así, a través del deslinde de tierras, se otorgó en esta región derecho sobre el uso y explotación de amplias extensiones de terrenos a inversionistas alemanes para el desarrollo de fincas cafetaleras. La coyuntura de principios de 1890, por la demarcación de límites entre México y Guatemala, trajo seguridad en torno a los títulos de propiedad, y la revolución en Brasil, dio origen al alto desarrollo del cultivo del café en la región (Plan Municipal de Desarrollo, 2011-2012).

A principios del siglo XX, surgieron en Chiapas movimientos de protesta por la modernización de las condiciones de explotación del sistema hacendario. Estos movimientos que demandaban el derecho a posesión de tierra y en algunos casos las mejoras de las condiciones de trabajo fueron manchados con eventos de violencia y represión hasta 1936 (Santacruz, 2007).

El reparto agrario en el periodo de Lázaro Cárdenas (1934-1940), en el Soconusco fue un medio necesario para calmar el caos social y de acumulación de capital alrededor de la producción cafetalera. Esto, sin embargo, no limitó la producción, sino dio paso a una nueva fase que tiene como base la intensificación de la agricultura mediante la inversión de capital constante.

La decadencia de la producción de café en el Soconusco, tras la retirada del Estado al desaparecer el Instituto Mexicano del Café (INMECAFÉ) en 1989, dejó como única salida a los productores otorgar a intermediarios la comercialización del producto que, en muchas ocasiones eran los grandes finqueros, de esta forma se generaron nuevas relaciones de explotación, vía concentración de su café (Santacruz, 2007).

En esa misma década 1980, se presentó una serie de cambios en el patrón de cultivos. Después de la crisis del algodón, recobraron importancia algunos cultivos como la soya, el cacahuete y sorgo, sin embargo, el total de hectáreas sembradas de estos cultivos pasó de 41,935 en 1988 disminuyó a 24,514 en 1997.

Posterior a ello, en esta región comenzó a adoptarse el modelo productivo similar al del istmo centroamericano. En la década de 1990, después del maíz, tres productos, el café, el plátano y la caña de azúcar, se constituyeron en los ejes que definieron la dinámica económica, social y política del agro chiapaneco. En 1991 se instaló la primera plantación comercial de papaya en México (papaya maradol roja), los principales municipios donde se produjo fueron Suchiate, Frontera Hidalgo, Mapastepec, Mazatán y Tapachula; estos ubicados en el Soconusco, Chiapas (Santacruz, 2007), y para 1995, el mango, el melón, la sandía, el marañón (nuez de la India) y la palma africana, ocuparon una superficie cosechada de más de dieciséis mil hectáreas, incorporándose como cultivos no tradicionales de gran importancia en la región (Villafuerte, 2008).

En los primeros treinta años del siglo XX la economía regional a partir del cultivo del café y hule para exportación, siendo los ingleses con la compañía Zacualpa Rubber Plantation Co. (ZRP), quienes se instalaron en el municipio actual de Villa Comaltitlán. La reducción de los

precios y la orientación monoexportadora del Soconusco, provocó una crisis que orilló a la sustitución del hule por banano, dando paso al periodo conocido como “oro verde”, haciendo alusión al crecimiento de las plantaciones de este cultivo. El auge y decaimiento de la actividad agrícola comercial capitalista afectaron los recursos naturales de la región, cuestión que no preocupó a las empresas con miras a la transnacionalización, tal es el caso de United Fruit³ que sobrevivió a la caída de la exportación de plátano y en el periodo de 1985 a 1995 instaló oficinas en el Soconusco bajo la denominación Chiquita Brand (Fletes, 2013).

Las reconfiguraciones territoriales que ha sufrido el Soconusco por la actividad relacionada con la producción agrícola orientada al mercado son enunciadas por Santacruz (2007):

a) La originada por la producción de cacao (*Theobroma Cacao L.*) en épocas prehispánicas y que hoy se continúa realizando de forma marginada y contribuye a la configuración territorial de la porción media del Soconusco.

b) La derivada de la introducción del café en la segunda mitad del siglo XIX. La producción cafetalera detonó reconfiguraciones territoriales al demandar la apertura de vías de comunicación alternativas a la vía marítima para la exportación del producto, siendo ésta, la introducción del ferrocarril.

c) Las propiciadas por producción algodonera que llegó al territorio soconusquense a principios de la segunda mitad del siglo XX. En este proceso, el algodón sustituyó al plátano. El cambio de cultivo modificó el paisaje, pues se produjo un extenso proceso de deforestación y alteración de los ecosistemas. El cultivo del algodonero entró trayendo consigo un paquete tecnológico compuesto, entre otras técnicas, por el uso intensivo de insecticidas y otros agroquímicos, el uso de maquinaria para desmontar y nivelar amplias extensiones de tierra, la realización de obras de drenaje agrícola, el empleo de aviones fumigadores y las instalaciones necesarias para su uso, así como el establecimiento de plantas despepitadoras.

³ La United Fruit Company era una compañía multinacional estadounidense que producía y comercializaba frutas tropicales como bananas, piñas, ciruelas, en grandes plantaciones ubicadas principalmente en Centroamérica y el Caribe. Esta compañía concentró un gran poderío económico, fue acusada de corrupción política y de la brutal explotación de los campesinos que trabajaban en sus plantaciones. En la actualidad, todavía existe bajo el nombre de United Brands Company. Consultado en: http://contenidos.ceibal.edu.uy/fichas_educativas/_pdf/historia/america/048-la-united-fruit-company-en-centroamerica.pdf

En la década de los noventa la actividad económica en el Soconusco continúa dependiendo de las actividades agropecuarias, la población que labora en el sector primario rebasa el cincuenta por ciento. El café, plátano y mango representan más del ochenta por ciento de la producción agrícola total. Las áreas de cultivo del café y maíz representan treinta y siete y el veinticinco por ciento respectivamente del total de la superficie; sesenta y dos por ciento del total del área cultivada. Le siguen el mango, el cacao y el ajonjolí; la soya es el cultivo que más ha reducido su superficie de producción. Los cultivos que presentan una mayor fluctuación en su área de producción son maíz, frijol, arroz y melón (Santacruz, 2007).

Finalmente es importante mencionar que la conformación histórica de esta región fue el último eslabón incorporado a México y simbolizó el límite de la construcción de la Nación al que era necesario darle una dimensión económica y social (Villafuerte, 2008). Así, el Soconusco ha sido un espacio de las relaciones de vecindad a lo largo de la frontera sur.

La vocación productiva de la región, así como los procesos de reconfiguración en la región Soconusco dieron paso a formas de aprovechamiento de los recursos a nivel local en los territorios que la componen. Es el caso de Tuxtla Chico, donde históricamente la producción de cacao, por ejemplo, ha estado vinculada a la producción para la exportación, pero que, a pesar de ello, la población ha aprovechado estos recursos y ha logrado generar una actividad más allá de la producción primaria.

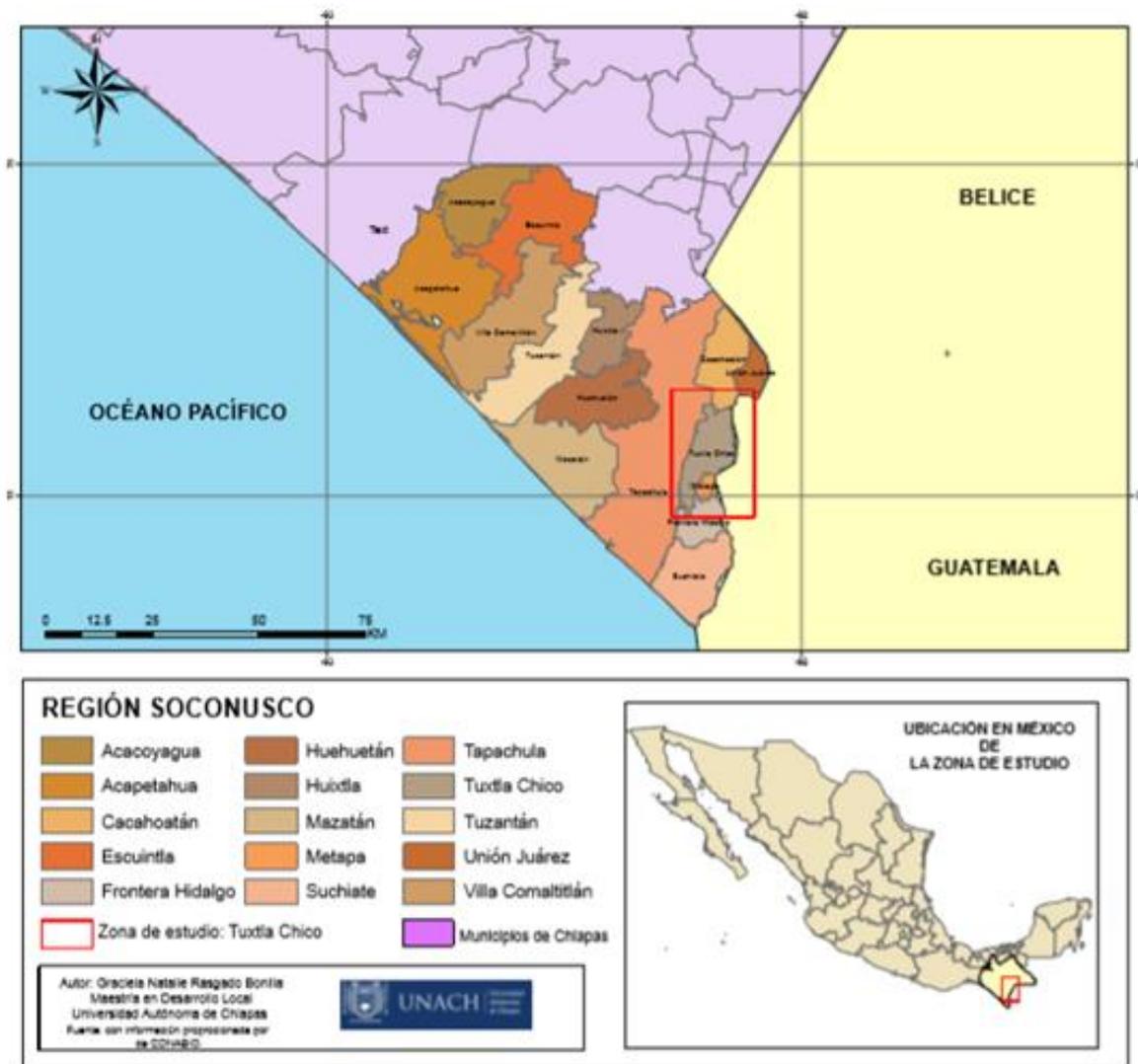
3.2 Conformación histórica del municipio de Tuxtla Chico

En un estrecho corredor geográfico del Soconusco, ubicado entre el volcán Tacaná y el Océano Pacífico, se encuentra Tuxtla Chico (Figura 2) uno de los quince municipios de la región Soconusco. Este pueblo se desarrolló sobre los montículos arqueológicos de la ancestral Izapa (Ilustración 1) quizás uno de los asentamientos más enigmáticos del mundo prehispánico (UNACH, 2013).

El nombre y el escudo son signo de identidad y símbolo representativo del municipio de Tuxtla Chico. El vocablo “tuxtla”, significa lugar de los conejos, viene del náhuatl “tuchtli”, que significa conejo y “tla” desinencia abundancial. Para diferenciarlo de San Marcos Tuxtla, en lo eclesiástico, se le consignó como Santa María Tuxtla y, en lo civil, se le agregó el adjetivo “chico” por ser inferior territorialmente a la población del mismo nombre, que es la capital de

Chiapas: Tuxtla Gutiérrez. En la casa del Ayuntamiento, existía un gran conejo danzante de piedra, tratándose de uno de los pueblos más viejos del Soconusco, su origen se remonta probablemente al clásico temprano. Durante la colonia figuró como una de las poblaciones más populares de origen quiché. El municipio conserva su nombre actual de “Tuxtla Chico” (Plan Municipal de Desarrollo, 2015-2018).

Figura 2. Ubicación de Tuxtla Chico en la región Soconusco, Chiapas



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

En la época colonial esta población era conocida como Santa María Tuxtla, estaba habitada por indígenas de origen maya quiché y fue una de las primeras fundaciones del Soconusco

establecidas por los hispanos para explotar el cacao que se exportaba al viejo mundo (UNACH, 2013).

Ilustración 1. Zona Arqueológica Izapa



Fuente: Imagen del archivo personal. Trabajo en campo, 2018.

Según el censo de 1838, Tuxtla Chico contaba con 3,369 habitantes de lengua Quiché y Castellana, (mayor población que Tapachula) que se ocupaban en la siembra de cacao, algodón, vainilla y de la elaboración de sal, azúcar y panela (piloncillo). Según Matías Romero, los primeros cafetos cultivados en el Soconusco fueron plantados en 1846, por el italiano Jerónimo Manchinelli, sobre los terrenos del rancho la Chácara; localizados en las faldas meridionales del volcán Tacaná, cerca de Tuxtla Chico; dicha plantación consistió en 1,500 arbolitos de café traídos de San Pablo, Guatemala (Plan Municipal de Desarrollo, 2011-2012).

Durante el siglo XIX, Tuxtla Chico se vio envuelto en los problemas limítrofes que hubo entre México y Guatemala. Al ser uno de los municipios fronterizos del Soconusco se le consideró “porción de territorio debatido” entre ambas naciones a partir del plebiscito del 12 de septiembre de 1824. A raíz de la ocupación militar del Soconusco por tropas mexicanas, en septiembre de 1824, se estableció una aduana fronteriza en Tuxtla Chico, con el objeto de interrumpir el comercio con dicha provincia. Los tratados de México y Guatemala de 1881 determinaron

finalmente que Tuxtla Chico perdiese parte de su jurisdicción, y en 1883 el estado se dividió en 12 departamentos, formando Tuxtla Chico parte del Soconusco.

Unos años antes, el 30 de septiembre de 1855, Tuxtla Chico se declaró a favor del Plan de Ayutla encabezado por Juan N. Álvarez. Por decreto, el 10 de diciembre de 1859 se autorizó la construcción de un puente sobre el Río Suchiate para comunicar la región con Guatemala (Plan de Desarrollo Municipal, 2011-2012). En 1915, desaparecieron las jefaturas políticas y se crearon 59 municipios libres (primera remunicipalización) de los que fue parte Tuxtla Chico.

En la segunda mitad del siglo XX, Tuxtla Chico comenzó una nueva etapa de desarrollo que tiene que ver con el establecimiento de instituciones como el campo experimental de la Secretaría de Agricultura, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), se creó la Casa de la Cultura, el mercado municipal, un hospital, la biblioteca y una guardería. Fue hasta el 13 de junio 1999 cuando por acuerdo del Honorable Congreso del Estado, Tuxtla Chico se elevó a la categoría de ciudad (Plan de Desarrollo Municipal, 2011-2012).

3.3 Expresiones culturales e identidad alimentaria de Tuxtla Chico

La cultura abarca varios aspectos: el económico, donde la cultura se vincula al mercado y al consumo y se manifiesta en las llamadas industrias culturales (empresas editoras, casas de música, televisión, cine, etc.); el humano, donde la cultura representa un papel de cohesión social, de autoestima, creatividad, memoria histórica, etc.; el patrimonial, en el cual se encuentran las actividades y políticas públicas orientadas a la conservación, restauración, puesta en valor, uso social de los bienes patrimoniales, etc. (Molano, 2007).

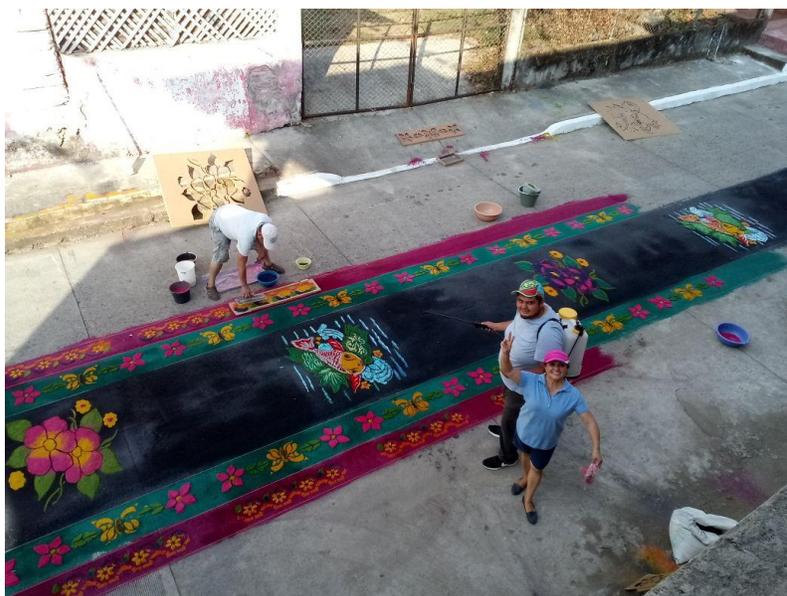
Las tradiciones como el resultado de un proceso evolutivo con dos polos dialécticamente vinculados: la continuidad recreada y el cambio. La idea de tradición remite al pasado, pero también a un presente vivo. Lo que del pasado queda en el presente, eso es la tradición. La tradición sería, entonces, la permanencia del pasado vivo en el presente (Marcos, 2004).

En Tuxtla Chico la herencia del pasado se hace presente en las tradiciones y expresiones culturales como las fiestas patronales que dan identidad a este pueblo. Las fiestas principales son la que se hace en honor a la Virgen De Candelaria y la de fiesta de San Marcos y San Pedro Mártir.

La fiesta en honor a la Virgen De Candelaria es muestra del catolicismo y devoción inculcados por los colonizadores a través de las campañas evangelizadoras a los habitantes nativos de esta región. Como en todo México esta festividad se realiza el 02 de febrero. Sin embargo, en Tuxtla Chico se torna alrededor de diversas actividades durante la feria que comienza una semana antes del día mayor y tiene como plaza el parque central Miguel Hidalgo. El día grande el pueblo se llena de algarabía, por las calles en las que pasa la procesión, las familias elaboran alfombras multicolores de aserrín (Ilustración 2), formando figuras de todo tipo. Después de la misa, la Virgen de Candelaria montada sobre un anda sale en procesión por las calles alfombradas y acompañada de marimba, mariachis, juegos pirotécnicos y una gran caravana de fieles católicos recorre las calles hasta volver al templo que lleva el mismo nombre en su honor.

En los corredores de la feria de la Virgen de Candelaria, se pueden encontrar distintos espacios alimentarios, el de los famosos dulceros y rosquilleros, ellos venden dulces típicos de la región como cocadas, cajetas de membrillo, chuchos secos, rosquillas, jobos, nances y mangos en curtidos, dulce de coyol, dulce de papaya, dulce de chilacayote, palanquetas de cacahuete, entre otros. Otro espacio alimentario que se pueden encontrar en la feria es el de las vendedoras de cenas juchitecas, los taqueros y vendedoras de empanadas y tacos dorados. La venta de chocolate caliente, ponches de leche, atoles, pan y tamales también figura en estos espacios. Fresas congeladas, churros, elotes y esquites, papas fritas, plátanos fritos, alambres de carne de res, y pizzas recientemente, se han incorporado en los espacios de venta de alimentos en esta feria.

Ilustración 2. Alfombra de aserrín en honor a la Virgen de Candelaria



Fuente: Imagen del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

La fiesta de San Marcos y San Pedro Mártir (Ilustración 3), la segunda más importante para los pobladores de Tuxtla Chico es una fiesta pagano-religiosa, mezcla de la ritualidad y misticismo indígena e influencia católica de los españoles. Esta fiesta involucra varios elementos como niños con cara pintada de negro, chirimías y tambores, sahumeros en procesiones por las calles, degüello de patos y rituales chimanes.

Música ritual acompaña en el cofrado⁴, y una serie calendarizada de eventos que conforman toda esta festividad. Un cúmulo de saberes y conocimientos alineados en un sincretismo que configura la identidad sociocultural de los tuxtlachiquenses.

⁴ Cada una de las cuatro celebraciones rituales y festivas que se efectúan de forma organizada con la comunidad, que sustenta al conjunto de celebraciones asociadas a San Pedro Mártir y a San Marcos Evangelista.

Ilustración 3. Cofradía de San Marcos y San Pedro Mártir



Fuente: Imagen del archivo personal. Trabajo de campo, 2018

Los vecinos de la casa recinto en donde se realizan las cofradías, cada sábado de ensaye ofrecen venta de alimentos como empanadas, tacos dorados y suaves, quesadillas, tortas y hot dogs. También las aguas frescas y las gaseosas se ofrecen en los puestos de comida cada año afuera del cofrado para quienes visitan a los santos y dejan veladoras dando gracias por los milagros y bendiciones recibidas de él.

El recorrido por la gastronomía de Tuxtla Chico nos muestra una geografía cultural. El disfrute del tuxtlachiquense por la comida es parte de su vida cotidiana. Los rezos son ocasiones para consumir tamales chiapanecos que provienen de ingredientes locales, propios de Tuxtla Chico, por ejemplo: el tamal de bola, el de chipilín con camarón, de 7 camisas, tamal de picadillo, de cambrey, tamal de iguana, tamal de elote, y el tamal más representativo: el relleno de mole o chiapaneco; caldo de gallina de rancho con tortillas de maíz al comal, el mole de iguana, mole con sopa capeada, pacaya, chucho rojo (chucho seco), mole de gallina de rancho, etc. Entre las bebidas encontramos el tascalate, chocolate, agua de cacao, agua de chía, carambola.

Otro alimento típico del municipio es el pan que no sólo radica en proveer para el autoconsumo, sino que permitió el intercambio con productos que provenían de otras regiones y forjó una tradición que llega hasta nuestros días. El pan que se elabora en Tuxtla Chico sigue siendo de

producción artesanal, aunque con harina industrial, el llamado marquesote, horneada en latas; el pan de yema, el pan de manteca, las rosquillas, completan entre otros la variedad de panes en este territorio.

El chocolate de mesa se sirve cotidianamente en los hogares de las familias. Esta tradición es una de las más antiguas en el municipio y ha configurado el quehacer económico-productivo para una parte de la población local. Además, la producción de chocolate es una actividad que en su mayoría se realiza por mujeres, quienes dan vida y algarabía en una rutina aromatizada de cacao, pues todas las mañanas acuden a alguno de los dos molinos que hay en la localidad de Tuxtla Chico, para moler el cacao ya tostado y demás ingredientes que le añaden al chocolate. En esta actividad es evidente la necesaria conexión de lo rural y lo urbano, ya que muchas de estas mujeres provienen de comunidades rurales.

3.4 Desarrollo socioeconómico y sistemas productivos de Tuxtla Chico

De acuerdo con datos de la encuesta intercensal de población y vivienda de INEGI (2015), Tuxtla Chico tiene una población alrededor de 41,823 habitantes. La población con edad arriba de los 12 años es de 31,564 de la cual el 42.48% es económicamente activa y 57.43% es población no económicamente activa. De un total de 12,475 de la población ocupada, de acuerdo con los estimadores de la población ocupada y su distribución porcentual según división ocupacional por municipio y sexo, el 18.91% está en la categoría de funcionarios, profesionistas, técnicos y administrativos, el 28.63% en trabajadores agropecuarios, 14.23% como trabajadores en la industria, 37.08% son comerciantes y trabajadores en servicios diversos, y el 1.15% no especificó.

La agricultura de plantación en este municipio, así como en el resto de los municipios fronterizos del Soconusco (Tapachula, Cacahoatán, Unión Juárez, Metapa, Frontera Hidalgo y Suchiate), fue un polo de atracción de grandes contingentes de trabajadores temporales centroamericanos, situación que cambió a partir de la década de los noventa. Esto, como se ha mencionado anteriormente debido a la crisis del sector agrícola que derivó en el aumento de la migración de trabajadores centroamericanos hacia Estados Unidos (Villafuerte, 2008), y de la población local hacia otros polos económicos como Cancún, Monterrey, Ciudad de México y Los Cabos principalmente.

El municipio es predominantemente rural, las principales actividades son las del sector primario, es decir, la agricultura (principalmente de autoconsumo) y a la ganadería. El sector secundario está representado por la industria de la construcción. En el sector terciario las principales actividades son el comercio al por menor y por mayor; y los servicios, entre los que destacan el transporte público y las actividades gubernamentales (Plan de Desarrollo Municipal, 2015-2018).

De acuerdo con CEIEG (2016), los principales cultivos en Tuxtla Chico son el ajonjolí, cacao, café, caña de azúcar, hule, maíz, mango, rambután, soya y mangostán. De estos cultivos sobresale la producción de maíz con una superficie sembrada de 4, 603 hectáreas, le sigue la producción de café cereza y cacao con 1,220 y 1, 035 hectáreas sembradas respectivamente (Cuadro 5).

Para el mismo año citado anteriormente, los cultivos con mayor volumen de producción son el maíz, café cereza, cacao, rambután y ajonjolí. El total de toneladas de estos para cada uno de estos cultivos en año 2016 fue, maíz 11,809, rambután 5,220, café cereza 1,066, cacao 629, y ajonjolí 126 (CEIEG, 2016).

Cuadro 5. Superficie sembrada de los principales cultivos en Tuxtla Chico

Cultivo	Superficie sembrada (Ha) Año 2016
Ajonjolí	315
Cacao	1,035
Café cereza	1,220
Caña de azúcar	4
Hule Hevea	5
Maíz	4,603
Mango	219
Rambután	473
Soya	124
Mangostán	27

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de CEIEG.

<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>

Otra de las actividades importantes en Tuxtla Chico que tienen que ver con el sector primario es la producción ganadera y avícola. El volumen de producción por toneladas para bovino en

pie es de 71, carne de bovino en canal 35, ovino en pie 3, carne de ovino en canal 2, porcino en pie 23, carne de porcino en canal 16, ave en pie 768 y carne de ave en canal 606 (Cuadro 6).

Cuadro 6 Volumen de producción de especies del sector ganadero y avícola

Especie	Volumen de producción por toneladas 2016
Bovino en pie	71
Carne de bovino en canal	35
Ovino en pie	3
Carne de ovino en canal	2
Porcino en pie	23
Carne de porcino en canal	16
Ave en pie	768
Carne de ave en canal	606

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de CEIEG

<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>

Además de las actividades del sector primario, en Tuxtla Chico existen otras actividades que son importantes para la economía local como el comercio (Cuadro 7) y la industria manufacturera (Cuadro 8) (DENUE, 2018).

Algunas de las actividades del comercio que tienen que ver directamente con la producción de alimentos artesanales son: comercio al por mayor de abarrotes, comercio al por mayor de semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos, comercio al por menor de carne de aves, comercio al por menor de frutas y verduras frescas, comercio al por menor de semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos, y comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas.

Cuadro 7 Actividades económicas del sector terciario y número de actividades económicas en Tuxtla Chico. Año 2018

Nombre de la actividad	No. de unidades económicas	Nombre de la actividad	No. de unidades económicas
Comercio al por mayor de abarrotes	3	Comercio al por menor de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones	3
Comercio al por mayor de cemento, tabique y grava	3	Comercio al por menor de pintura	3
Comercio al por mayor de medicamentos veterinarios y alimentos para animales, excepto mascotas	5	Comercio al por menor en minisupers	4
Comercio al por mayor de semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos	1	Comercio al por menor de gasolina y diesel	1
Farmacias sin minisúper	9	Comercio al por menor en supermercados	1
Comercio al por menor de artículos de papelería	13	Comercio al por menor de calzado	6
Comercio al por menor de artículos desechables	2	Comercio al por menor de carne de aves	8
Comercio al por menor de artículos religiosos	2	Comercio al por menor de carnes rojas	9
Comercio al por menor de frutas y verduras frescas	21	Comercio al por menor de semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos	5
Comercio al por menor de leche, otros productos lácteos y embutidos	4	Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	77
Comercio al por menor de bebidas no alcohólicas y hielo	3	Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	6

Fuente: Elaboración propia con base en datos del DENUE 2018. Consultado en <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>

La clasificación de las actividades económicas de la industria manufacturera incluye la producción de chocolate con un total de 10 unidades económicas y la producción de pan con un total de 25 unidades económicas.

Cuadro 8 Actividades económicas de la industria manufacturera y número de unidades económicas en Tuxtla Chico. Año 2018

Nombre de la actividad	Número de unidades económicas
Confección de prendas de vestir sobre medida	1
Confección en serie de uniformes	1
Elaboración de chocolate y productos de chocolate	10
Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate	7
Elaboración de helados y paletas	1
Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	12
Fabricación de muebles, excepto cocinas integrales, muebles modulares de baño y muebles de oficina y estantería	1
Fabricación de otros productos de cemento y concreto	1
Fabricación de productos de herrería	12
Fabricación de productos de madera para la construcción	1
Fabricación de tubos y bloques de cemento y concreto	1
Impresión de formas continuas y otros impresos	1
Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales	1
Matanza de ganado, aves y otros animales comestibles	1
Panificación tradicional	25
Purificación y embotellado de agua	1

Fuente: Elaboración propia con base en datos del DENUE (2018). Consultado en: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>

De acuerdo con la información del DENUE, existen en Tuxtla Chico tan solo tres unidades económicas dedicadas a la venta de tamales en la clasificación de servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos. Esta clasificación solo menciona los dedicados a la venta, como se observa en el Cuadro 8 no aparece la elaboración de tamales.

La producción de alimentos artesanales no ha sido censada ya que, en su mayoría, como ya se ha mencionado, se trata de producción desde las unidades domésticas. Esta producción desde casa tiene un gran valor para la sociedad local, sin embargo, no son reconocidas como un negocio ya que no están constituidas formalmente y no se incorporan al sistema tributario. Esta situación deja un campo abierto para el análisis de estas unidades domésticas de producción, en cuanto a las condiciones de inseguridad social bajo las que operan y el acceso a los financiamientos para el mejoramiento de sus procesos de producción y comercialización.

CAPÍTULO 4. LOS ALIMENTOS ARTESANALES Y SU ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA EN EL TERRITORIO: CHOCOLATE, TAMALES Y PAN

A pesar del embate de la industria alimentaria a través de productos procesados, en el territorio se sostiene una cultura alimentaria que es posible gracias al entramado de relaciones socioeconómicas y socioculturales que se tejen alrededor de la producción de los alimentos artesanales. En el primer apartado se explica un poco el contexto alimentario en Tuxtla Chico, este en relación con la oferta de alimentos presentes en el territorio y cómo se ha visto intervenido por una oferta de alimentos procesados.

En el segundo apartado se procede a caracterizar la actividad artesanal, identificando los aspectos sociodemográficos de los artesanos, la forma de transferencia de conocimientos y sus motivaciones para realizar dicha actividad.

El tercer apartado se aborda el proceso de elaboración de los alimentos artesanales, dando cuenta de las especificidades y de la tipicidad de dichos alimentos. Se aborda también la forma de aprovechamiento de los recursos por lo que se sostiene que se trata de alimentos territorializados.

En el último apartado de este capítulo se evidencia el papel que juega la infraestructura y espacio para la producción, mismo que es apropiado por la familia artesana y se convierte en un elemento importante ya que se trata de la unidad doméstica, es decir el hogar de la familia.

Por ello, es importante visibilizar las formas particulares de organización de la producción de chocolate, tamales y pan, para explicar de qué manera los actores sociales logran este tejido de relaciones que a lo largo de los procesos generan un intercambio de bienes, dan continuidad a prácticas alimentarias y al saber-hacer, transfieren conocimientos, interpretan la realidad vivida, guardan en el imaginario la pertenencia al territorio, construyen su identidad, significan y simbolizan los alimentos, y aprovechan los recursos del territorio.

4.1 La oferta de alimentos en Tuxtla Chico y el embate de la industria alimentaria

Las opciones están en el menú, variado y diversificado, dentro del cual cada individuo puede escoger de acuerdo con sus libertades y gustos. Sin embargo, muchas veces el consumidor es persuadido para seleccionar productos en los que es más importante la presentación, precios bajos, colores y sabores sintéticos, además de la supuesta “posición” o “estatus” otorgado por

el consumo de éstos a través de campañas de mercadotecnia y su distribución en supermercados y tiendas de autoservicio.

En la composición de la dieta de la población tuxtlachiquense, intervienen diversos factores como los sociales, culturales, económicos, políticos, los medios de comunicación y la tecnología. Esto viene a cuenta porque a pesar de que existe en el territorio una cultura alimentaria, la forma en que los individuos de esta población seleccionan los alimentos para incorporarlos a su dieta diaria, tiene que ver con los factores mencionados. Sin embargo, la identidad alimentaria que los tuxtlachiquenses definen se ha construido a partir de reconocer la importancia de ciertos alimentos y platillos locales y de las formas en que la producción de éstos se integra en la dinámica local.

Lo anterior se pone en relación con la producción de alimentos artesanales, el chocolate, los tamales y el pan, ya que se identificó que la industria alimentaria se ha acaparado estos alimentos, distribuyéndolos en espacios a los que la población tuxtlachiquense tiene acceso, aun cuando este territorio se ha especializado en la producción de chocolate, tamales y pan.

En Tuxtla Chico, los espacios de venta de alimentos están en el mercado local, fondas, restaurantes, puestos callejeros, tiendas de abarrotes, supermercados y tiendas de autoservicio. En ellos se expende una gran variedad de alimentos en diferentes presentaciones.

Además de los espacios mencionados, en las unidades domésticas también se ofrecen alimentos para la venta. Algunas aceras de las casas y el interior de ellas se convierten en pasajes donde por las noches se venden empanadas, tacos suaves y dorados, tortas, hot dogs, quesadillas, las tradicionales cenas juches que consisten en pollo frito con tomate y cebolla acompañado de papas fritas en rodajas y tostadas de tinga.

El panorama es diferente por las mañanas, ya que, en el mercado municipal los corredores se llenan de frutas, verduras, leguminosas, maíz y demás especies comestibles, algunas de ellas locales. Algunos vendedores del lugar provienen de Guatemala, cruzan la frontera con sus productos (frutas y hortalizas), para venderlos en Tuxtla Chico, territorio al que ellos se refieren como “el otro lado”. El paso de productos provenientes de Guatemala es una práctica muy común que ha sido realizada por muchos años por comerciantes guatemaltecos no solamente en Tuxtla Chico, sino en otros poblados de esta zona fronteriza.

En el interior del mercado municipal se encuentran los comerciantes de chiles secos y semillas que también venden abarrotes, a ellos se les conoce localmente como *chiríjes*. Hay un local para la venta de carne de res, el cual se turnan los carniceros en diferentes días y solo hay un pequeño puesto de venta de carne de cerdo. En los pasillos del mercado se puede ubicar a los comerciantes de frutas y verduras y algunas canasteras de pan.

En una de las calles laterales al mercado, la Av. Guerrero Sur, se ubican las canasteras de las comunidades de Tuxtla Chico, estas mujeres llevan productos de sus huertos familiares y parcelas, así como también algunos alimentos que ellas procesan (chipilín, pacaya, chiles, frijol, maíz, cacao, hoja de plátano y hoja blanca, tortillas camagua, pozol blanco y negro, pinole, tascalate, gallinas criollas, guajolotes y otros animales comestibles como las iguanas), las pollerías, vendedoras de guisados, tamaleras, puestos de tacos, empanadas, enchiladas, frutas, verduras, quesos y crema, y canasteras de pan. Así es como se distribuyen los puestos y locales que ofrecen alimentos en este mercado que, aunque es pequeño es suficiente para poder abastecer de alimentos a la población local.

Los alimentos representativos de Tuxtla Chico, que a su vez son de mayor consumo, son el chocolate, los tamales y el pan. Su producción se realiza en las unidades domésticas, basta recorrer las calles de Tuxtla Chico para identificar a los productores por medio de letreros o pequeñas lonas colocadas afuera de las casas, indicando la venta de Chocolate, de tamales o de pan.

Sin embargo, estos alimentos considerados no sólo en Tuxtla Chico como artesanales ya han sido absorbidos por la industria alimentaria, que trata de imitarlos. En las cadenas de supermercados y tiendas de comida rápida, ya es posible identificar alimentos como el chocolate, los tamales y el pan, elaborados de manera industrial. Estos productos, pierden totalmente el sentido de los alimentos artesanales, puesto que ya son producidos en masa y su proceso dista de ser artesanal, principalmente por el tipo de materias primas. Se trata de prácticas genéricas, sin raíces en las culturas, que responden a lógicas voraces, y que colocan por encima de la persona y sus necesidades a la apropiación individual de bienes comunes (Camou, 2008). Desde la perspectiva de los consumidores, estos productos, no tienen el sabor y sazón como los alimentos producidos de manera doméstica.

“En Bodega Aurrera por ejemplo puro pan de \$6.00 pesos encuentro, pero no es un pan sabroso, huele muy fuerte a químico” (Consumidor, Juan Carlos Hernández Mendoza, 22-02-2018).

Dos tiendas de autoservicio, OXXO y Modelorama y una tienda Bodega Aurrera inaugurada en 2016, son espacios que ofrecen productos procesados. Durante el trabajo de campo se observó que las tiendas OXXO cuentan con espacio para comer los productos que ahí se venden, todos empaquetados y express (Ilustración 4). Son principalmente los jóvenes quienes pasan tiempo en estos espacios y se reúnen ahí para consumir algunos de los productos disponibles.

Ilustración 4 Chocolate Abuelita, Tamales La Costeña y pan de supermercado de venta en Bodega Aurrera



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

4.2 Los alimentos artesanales en Tuxtla Chico

La producción de alimentos artesanales se deriva de un sistema alimentario tradicional. En el municipio de Tuxtla Chico, la vocación productiva puede percibirse a través del paisaje que responde a las formas de aprovechamiento y gestión del territorio de la sociedad local. El paisaje no solo en referencia a los recursos naturales sino al conjunto de recursos aprovechados y transformados por la sociedad local.

Las especificidades en la producción de chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico se derivan del conjunto de elementos incorporados a este proceso, es decir, todos aquellos saberes que

involucran recetas, técnicas, herramientas, utensilios y formas de organización que a través del tiempo la población ha apropiado y transferido principalmente desde el seno de la unidad familiar.

De acuerdo con Contreras (2013), ha vuelto la conciencia de la “tradición culinaria”, ante la que se encuentran los procesos de homogenización alimentaria, y es que en muchos espacios se refrenda la identidad que defiende idiosincrasias locales y particulares. Lo que aquí se evidencia, es reflejo de esa identidad, perfilada hacia nuevos procesos de innovación, pero a la vez contenida en el tiempo en defensa de esa idiosincrasia. Los artesanos productores de alimentos artesanales llevan a cabo el proceso productivo respetando las formas aprendidas y heredadas de sus antepasados, pero también buscando nuevas formas y mecanismos para persistir y resistir a la competencia de productos que están posicionados a nivel mundial.

Los procesos de producción, comercialización y consumo de los alimentos artesanales, que a su vez son alimentos locales y tradicionales, obedecen a formas territorializadas en donde los actores sociales interpretan su propia realidad vivida, pero configuran un sistema dentro del cual fluye información que consolida este mecanismo de reproducción social.

Es entonces necesario explicar estas formas específicas con que la población local configura su cotidianidad en la que los alimentos son fundamentales. El sistema que configuran los actores es dinámico y cíclico a la vez, se retroalimenta porque existe pertenencia territorial en ellos.

En el siguiente apartado, se caracteriza la producción de alimentos artesanales, tomando en cuenta la producción de chocolate, tamales y pan. La información que se presenta se obtuvo de la encuesta aplicada a las unidades domésticas de producción seleccionadas a partir de la visita exploratoria y de la técnica bola de nieve.

4.2.1 Características sociodemográficas de los artesanos

La encuesta se aplicó en diez unidades domésticas dedicadas a la producción de chocolate, seis dedicadas a la producción de tamales y ocho dedicadas a la producción de pan. En la producción de alimentos artesanales se identifica mayor participación de las mujeres. Los resultados de la encuesta indicaron que el c. Esta actividad la lideran las artesanas o artesanos de mayor edad del grupo doméstico. El promedio de edad de los artesanos es de 55.75 años (Cuadro 9).

A través de esta actividad los artesanos aprovechan sus conocimientos y capacidades, transferidas desde el seno familiar, sin embargo, la producción de alimentos artesanales no es suficiente, por lo que recurren a otras estrategias. El 29.17% del ingreso familiar proviene de otras actividades que se realizan también desde la unidad doméstica como pequeñas tiendas de abarrotes, lavandería, actividades agrícolas, venta de golosinas y frutas de temporada, venta de enchiladas y comida para fiestas; el 4.16% de la producción de cacao; 29.17% complementan los ingresos familiares con las aportaciones del resto de la familia, y 37.50% solo dependen de la producción de alimentos artesanales.

Cuadro 9 Características sociodemográficas de los artesanos productores y otros ingresos de las familias

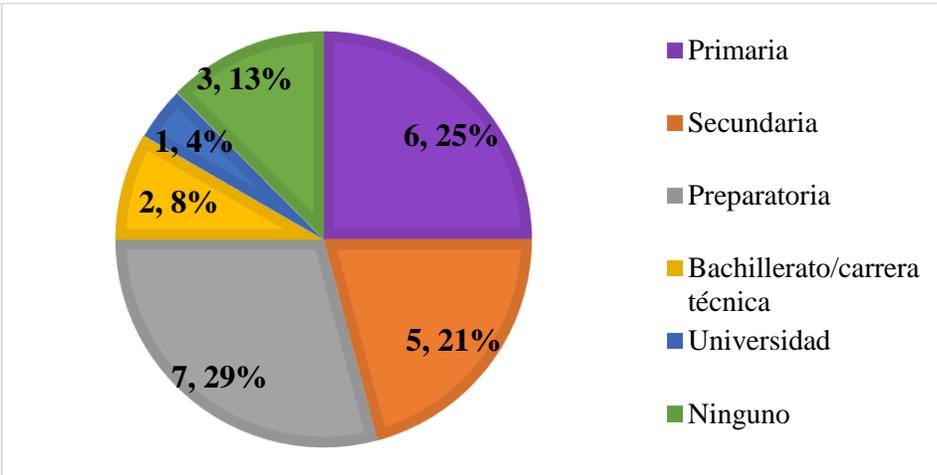
Tipo de artesano productor/nombre		Sexo	Edad/ Años	Escolaridad	Otros ingresos	
Chocolate	C1	Hilda Velázquez Paz	Mujer	60	Primaria	Venta de golosinas, fruta picada y polvos para preparar bebidas de la región
	C2	Marta Luz Ramos de la Cruz	Mujer	50	Carrera técnica	Tendajón, venta de fruta picada y polvos para preparar bebidas de la región
	C3	Margarita Cabrera Palomeque	Mujer	75	Primaria	Venta de helados en bolsita
	C4	Antonio Moreno Bravo	Hombre	68	Preparatoria	Producción de cacao
	C5	Moisés Espinoza	Hombre	83	Primaria	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	C6	Nancy Perez Moreno	Mujer	48	Preparatoria	Lavandería y venta de frutas de la producción agrícola de su rancho
	C7	María Clodeth Carpi Consuegra	Mujer	60	Secundaria	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	C8	Rodrigo Isabel Gamboa Consuegra	Mujer	48	Bachillerato	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	C9	Claudia Patricia Martínez López	Mujer	50	Preparatoria	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	C10	Pedro Paz García	Hombre	22	Universidad	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
Tamales	T1	Victoria Velázquez Sánchez	Mujer	68	Ninguna	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	T2	Araceli Hernández	Mujer	63	Ninguna	Venta de enchiladas y comida para fiesta
	T3	Sofía Tomás Ramírez	Mujer	56	Secundaria	Venta de golosinas
	T4	Antonia Guzmán Zuñiga	Mujer	46	Primaria	De las actividades y trabajo del esposo y/o hijos
	T5	Petrona Hernández López	Mujer	80	Primaria	Venta de comida para fiesta
	T6	Doña Petra	Mujer	60	Ninguna	Ninguno
Pan	P1	Neri Espinoza Pérez	Hombre	55	Secundaria	Ninguno
	P2	José Antonio Hernández (Don Pepe)	Hombre	48	Preparatoria	Ninguno
	P3	Isaac Maldonado Morales	Hombre	67	Secundaria	Ninguno
	P4	Imelda Pérez Robles	Mujer	45	Preparatoria	Ninguno
	P5	Carlos Octavio Espinoza	Hombre	55	Secundaria	Ninguno
	P6	Mario Miranda	Hombre	57	Primaria	Ninguno
	P7	Mariela Guadalupe Sandoval Patraca	Mujer	38	Preparatoria	Ninguno
	P8	Luis Recinos	Hombre	36	Preparatoria	Ninguno

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

El nivel de estudios máximo es de preparatoria con 7.29 % de los artesanos encuestados, le sigue primaria con 6.25%, 5.21% secundaria, 3.13% no tiene estudios, 2.8% tiene bachillerato o carrera técnica, y 1.4% universidad (Gráfica 1). Este es un factor que limita a estos actores para poder insertarse al mercado laboral como mano de obra calificada, razón por la cual han encontrado en la producción de alimentos artesanales una estrategia para obtener un ingreso económico. Esto, además, es una alternativa que les permite permanecer en el hogar al cuidado de su familia.

“Mi suegra hacía tamales, la difunta Jube ella hacia tamales...yo conviví con mi suegra diez años, y de ahí me animé, porque antes yo me dedicaba a lavar y a planchar, pero abandonaba mucho a mis hijitos, yo les dejaba la comida, y cuando yo llegaba les preguntaba si habían comido y ellos decían que yo era la que les debía de dar de comer” (Artesana, Doña Antonia, 10-02-2018).

Gráfica 1. Escolaridad de los artesanos



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta, 2018.

Los ingresos por la venta de alimentos artesanales, de acuerdo con datos de la encuesta, representan un porcentaje importante del ingreso familiar, el promedio de los ingresos en la producción de chocolate es del 51%, en la producción de tamales el 53% y el 100% en la producción de pan. Como se observa en los porcentajes anteriores, esto indica que gran parte del ingreso de las familias depende de esta actividad. El ingreso se reparte para sufragar los gastos de alimentación, vestido, vivienda, educación y salud, que son necesidades básicas para

todas las familias. El cuadro 9 muestra claramente la preponderancia de la participación de la mujer en la producción de chocolate y tamales, esto refleja que además de la actividad económica que realizan, se suma la carga de actividades que no son reconocidas, ya que son ellas quienes tienen bajo su responsabilidad los quehaceres del hogar, el cuidado de los hijos y esposo, y a veces hasta el cuidado de los padres.

En el caso de la producción de pan, el 25% de los artesanos encuestados son mujeres y el 75% son hombres. Resalta la participación de los hombres en la producción de pan porque se considera que esta actividad requiere un esfuerzo físico mayor y de jornadas largas de trabajo. Sin embargo, los resultados en este trabajo indican que es una actividad que también pueden realizar las mujeres. Las artesanas Imelda Pérez y Mariela Sandoval, ambas madres de familia, que por diferentes circunstancias se dedican a esta actividad, han demostrado ser buenas líderes en su taller con esta actividad artesanal, han sacado adelante a su familia y como lo expresa Imelda Pérez esto además le ha permitido conservar los conocimientos y tradición familiar, procurar la unión entre los hermanos y ayudar en los momentos difíciles que han vivido. La familia Pérez en Semana Santa se reúne para trabajar en el taller, hermanos(as), cuñados(as), sobrinos(as) y los padres de Imelda, todos trabajan durante los cuatro días previos a la semana mayor de Semana Santa.

“Yo confío en ellos, así como en su momento mi mamá confió en nosotros, ella decía si vas a robar no me vas a robar a mí, te vas a robar tú, porque vas a perder más tú...este negocio es familiar. Aunque le digo a ellos que yo soy la ganona de todo esto, verdad, pero, ellos que no tienen ningún beneficio, pues se sienten bien de venir a apoyar, que en pocas familias lo hacen...nosotros fuimos involucrando a nuestros esposos a que vinieran a ayudar y sin recibir nada a cambio. Yo les decía tenemos que ir porque estos señores un día nos dieron y si tenemos lo que tenemos es gracias a ellos, entonces nada nos cuesta por unos días ir a agradecerles lo mucho que nos han dado...entonces, todos, todos los cuñados vienen...antes toda la nietada venía...dice mi papá, la mayor satisfacción que yo tengo es tenerlos a todos reunidos y con eso pa mi basta y sobra” (Artesana, Imelda Pérez Robles, 28-03-2018).

4.2.2 Transferencia de conocimientos y motivaciones

La transformación de la materia prima depende en su totalidad del artesano, quien imprime un sello único, resultado de sus habilidades, prácticas y conocimientos. A diferencia de los productos que la industria alimentaria ofrece, esta producción no es estandarizada aun cuando

existe una receta implícita en el saber artesano heredada y transferida de quien fuera su maestro, entendiéndose éste como la persona que compartió sus saberes (madre/padre, abuela/abuelo, hermana/hermano, etc.), el resultado final nunca es el mismo, por lo tanto, cada pieza siempre es única.

Las motivaciones de los artesanos responden a la necesidad manifiesta de preservar la tradición familiar porque para ellos significa una herencia y vínculo con sus antepasados, aquello que se atesora y da identidad, “viene de herencia porque mi bisabuela vendía chocolate y nosotros aprendimos, ahora yo lo hago con mi mamá” (Artesano, Pedro Paz García, 08-02-2018). La producción de alimentos artesanales les ha permitido obtener un ingreso, por lo que consideran a esta actividad como un negocio familiar.

Estas motivaciones son el impulso principal de los artesanos para conservar y atesorar el conocimiento y práctica. Más allá de la técnica que con el tiempo cada uno de ellos va desarrollando, el hacer trascender los saberes de aquella persona que quizás ya no está, incorpora valor, no solo a la práctica de la actividad sino al producto. Es importante mencionar que aun cuando se busca un beneficio económico, los significados se entrelazan y el saber hacer heredado se convierte en una oportunidad que contribuye a lograr el bienestar de las familias.

“De esto he vivido...más que nada crie a mis hijos, es bonito para mí porque muchos hacen tamales pero no tienen el don...a mis sobrinas les digo aprendan porque un día pueden vivir de esto, porque no tenemos profesión, no tenemos otra manera de ganarnos el dinero, más que haciendo los tamales...hacerlos es una victoria, saberlo hacer, poderlo hacer y que la gente los compren es bonito, a las personas que me ayudan yo les digo aprendan porque el día que yo no esté si ustedes lo hacen como yo les digo van a triunfar” (Artesana, Doña Petra, 10-01-2017).

En la transferencia de conocimientos sobre la cocina tradicional local se manifiesta una jerarquía organizativa alrededor de la producción de alimentos, que si bien, la producción de alimentos artesanales se ha convertido en una actividad económica local, ha sido configurada a partir de prácticas culinarias en la vida cotidiana de las familias, ya que algunos alimentos como el chocolate y los tamales se producían para autoconsumo.

Para el 4.16% de los artesanos chocolateros, ser productores de cacao y café les da la oportunidad de transformar un porcentaje del grano para producir chocolate porque les deja mayor ganancia y les permite tener mayor control sobre la calidad del producto.

Los artesanos también aprenden trabajando en otros negocios familiares y cuando logran independizarse transfieren sus conocimientos a los miembros de la familia. Es el caso del 25% de los artesanos panaderos que aprendieron el oficio en el taller de la panadería María Candelaria. Hay quienes son hijos de extrabajadores de dicho taller, como Don José Antonio Hernández, quien desde niño aprendió esta actividad de su padre que a su vez trabajó en la María Candelaria.

“Mi papá empezó trabajando en Tapachula, después entró a trabajar en la María Candelaria, porque cuando llegó a la María Candelaria él les dijo que si querían él les hacía el bolillo. El primer día hizo diez kilos, se fue todo el bolillo, al otro día Don Casimiro le dijo que le hiciera veinte kilos...dice mi papá “yo llegué como el bolillero de ahí” ...mi mamá también trabajó ahí con ellos...era ella la que les hacía todo...”
(Artesana, Imelda Pérez Robles, 28-03-2018).

4.3 Proceso de elaboración del chocolate, tamales y pan, y aprovechamiento de los recursos locales

La producción de chocolate, tamales y pan tienen como antecedente ser el resultado de múltiples transformaciones y adaptaciones que devienen de procesos históricos y culturales. La producción de estos alimentos en Tuxtla Chico está ligada al aprovechamiento de recursos locales. La población reconoce las formas y prácticas de transformación de las materias primas, estos son algunos de los elementos principales que indican el papel primordial que ocupan estos alimentos en los procesos de identificación social.

Para explicar el proceso productivo de chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico, es necesario hacer la descripción de cada uno de ellos, de esta forma pueden comprenderse esos elementos específicos y particulares de estos alimentos en el territorio.

4.3.1 Chocolate artesanal

En Tuxtla Chico la producción de chocolate para la comercialización tiene como precursoras a Doña Chavela López, Doña Marquina Hernández, Doña Damiana Socón, Doña Eulogia Flores, Doña Rosa, Doña Bernabela Tercero, Doña Pilar Aguilón, Doña Esperanza Aguilón, Doña Josefa Pérez y Doña Margarita Pérez, todas ellas eran artesanas productoras de chocolate, “las chocolateras de antes”, como mencionó Doña Teresita López Tercero, quien también se dedicó a la producción de chocolate, pero ahora por su edad ya no puede trabajar el chocolate y es su nuera quien lo hace.

Quizás, algunas de las chocolateras antes mencionadas sean de las 10 bilingües que menciona Roberto Escalante (1969) en su publicación Nota del Mame de Tuxtla Chico, ya que en Tuxtla Chico la lengua nativa era el mame que actualmente ya no se habla en el municipio. La mamá de Doña Teresita hablaba mame y fue una de las primeras chocolateras, quien usaba corte de telar y cuturina, la vestimenta tradicional de Tuxtla Chico.

En la década de los sesenta, el mercado Cinco de Mayo en Tapachula fue un punto importante para la comercialización del chocolate. Algunas de las antiguas chocolateras tenían un espacio en uno de los locales de Don Casimiro Bonilla Pizano (†), quien fue dueño de la panadería María Candelaria. Todos los días de venta salían muy temprano a partir de las cuatro o cinco de la mañana en la camioneta de Don Casimiro para ofrecer su producto en el mercado. En ese entonces Doña Teresita llevaba dos canastos con las tabletas de chocolate tradicional, que se hacía solo con cacao, azúcar y canela. Los principales clientes que tenían llegaban de Arriaga, Tonalá, Pijijiapan, Huixtla, Ciudad Hidalgo y algunas tiendas de Tapachula.

Actualmente, la producción de chocolate artesanal se ha ido modificando y diversificando, logrando una mezcla de sabores que se han anclado en el gusto y la preferencia de los consumidores. Entre los tipos de chocolate artesanal que más se producen destacan el tradicional, el de cacahuete y el amargo (Cuadro 10).

Cuadro 10. Variedades de chocolate artesanal que se produce y comercializa en Tuxtla Chico.

Tipo de chocolate	Artesanos	
	Número	%
Tradicional (cacao, azúcar y canela)	10	100%
Cacahuete (cacao, azúcar, canela y cacahuete)	7	70%
Almendrado (cacao, azúcar, canela y almendras)	4	40%
Amargo (cacao y poca azúcar)	5	50%
De chile (maíz, cacao, pataste, zapuyul)	2	20%
Cacahuete con pataste (cacao, azúcar, canela, cacahuete y pataste)	2	20%
Vainilla (cacao, azúcar y vainilla)	3	30%
Mixto (cacao, cacahuete, pataste, almendra y azúcar)	1	10%
De café (cacao, poca azúcar y café)	1	10%

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenido de la encuesta, 2018.

Uno de los eslabones importantes para la producción de chocolate lo componen los proveedores de insumos. Éstos son parte primordial de la producción, y en el proceso de adquisición los artesanos tejen relaciones con diversos proveedores que son principalmente locales.

a) Abastecimiento y selección de los insumos para la producción de chocolate

Los proveedores identificados provienen principalmente del municipio de Tuxtla Chico. Entre ellos, los centros de acopio de granos y semillas, canasteras de las localidades de Tuxtla Chico, productos para la panificación La Bodeguita, La tienda del Ahorro, los *chiríjes*, la farmacia del pueblo, vendedores de casa en casa y producción propia (Cuadro 11).

Cuadro 11. Insumos para la elaboración de chocolate artesanal y proveedores

Insumo	Proveedor	Ubicación
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cacao ▪ Pataste ▪ Café 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Centros de acopio de granos y semillas (Productores de cacao, frutas y semillas Canshap, Cooperativa Alianza del cacao, Bodega de Don Gabriel Ramírez) 	Tuxtla Chico
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canasteras 	Localidades de Tuxtla Chico
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción propia 	Ranchos en localidades de Tuxtla Chico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Azúcar ▪ Canela ▪ Cacahuatate ▪ Almendra ▪ Vainilla 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Bodeguita ▪ Tienda del Ahorro ▪ Vendedor de casa en casa ▪ Chiríjes ▪ Farmacia 	Tuxtla Chico
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otros 	Mercados de Tapachula (San Sebastián y San Juan)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leña 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leñadores 	Tuxtla Chico y localidades del municipio

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

Los artesanos chocolateros consideran diversos criterios al momento de comprar los insumos, que van desde el precio hasta las características propias de la materia prima, es decir, la calidad. En la selección de los insumos cada uno de los artesanos también expresa una de las formas del saber hacer utilizando sus sentidos como el tacto, el olfato, la vista e incluso el gusto.

El cacao como el ingrediente más importante, tiene un arraigo en el territorio debido a la domesticación que existe de este producto en la región desde la época precolombina. Este hecho ha permeado culturalmente las prácticas cotidianas de la alimentación en la población. A pesar

de las dificultades que afronta la producción del cultivo en los últimos años, hacer chocolate es una forma de persistencia local que contribuye a la preservación de este cultivo.

El grano de cacao se puede obtener por distintas vías, ya sea a través de los centros de acopio y comercialización de granos y semillas, con las canasteras en el mercado local o directamente con los productores cacaoteros en las comunidades rurales del municipio. El grano de cacao no se selecciona para la elaboración de chocolate en términos técnicos. Los grupos genéticos de cacao (*Theobroma cacao*) en la región son el criollo, trinitario y forastero, de los cuales existen diversas variedades (Entrevista realizada al Ing. Carlos Hugo Avendaño Arrazate, 07-02- 2018). Los artesanos seleccionan el grano en base a un criterio personal. Conocen el tipo de cacao que les resulta más conveniente en función a la receta que ellos utilizan (la receta para los artesanos es un conocimiento tácito preservado en la memoria). “Hay personas que sí se fijan en el grano, hay personas que dicen que si está manchado el cacao no lo compran, reciben el grano mayormente lavado” (Centro de acopio de granos y semillas, Gabriel Ramírez Rodas, 07-04-2017). Sin embargo, la selección no siempre es posible porque hay escasez del grano debido a la baja en la producción de cacao.

Por otro lado, independientemente de la variedad de donde provenga el grano de cacao, previo a la transformación en chocolate, puede ser un grano fermentado o lavado y secado al sol. Estas dos formas de beneficio del cacao llevan procesos distintos que dan al grano cierta calidad.

“El cacao fermentado en calidad y aroma es mejor, que nuestra gente en la cuestión artesanal se va más por el cacao lavado que de alguna manera el lavar pierde ciertas propiedades, con el fermento produce las bacterias y hace una absorción mejor en aroma y sabor” (Representante de Canshap, Ing. Raúl López Guzmán, 27-02-2018).

El beneficio del cacao fermentado lleva un proceso más largo para potenciar las propiedades del cacao, y para lograr el fermentado correcto requiere de mayor cuidado durante el proceso. El grano fermentado de grano no es demandado en el mercado local a pesar de que les permitiría a los artesanos diversificar su oferta también en función a las propiedades del grano y obtener un chocolate con otra calidad.

“Aquí en la bodega a veces recibimos el grano de cacao fermentado, la semilla es negra y está como si estuviera ceniza y tiene un olor que ahoga, así como el mezcal cuando lo hueles sientes que te ahoga, se fermenta con la cascara, es un proceso de seis días desde que lo cortan lo dejan un día en mazorca y cuatro días los echan al tambo, hay que

estarlo moviendo en la mañana y en la tarde los cuatro días que esté tapado que no le entre nada de aire y al quinto día se tira al sol se va oreando o se va secando la pulpa y al tercer día comienza a verse chupadito ya no es la semilla grande y al cuarto día de sol empieza a agarrar ceniza” (Centro de acopio de granos y semillas, Gabriel Ramírez Rodas, 07-04-2017).

El cacao lavado y secado al sol no requiere un proceso complejo, basta con sacar las semillas de la mazorca de cacao, lavar el grano y extenderlo para secarlo. Los cacaoteros se encargan de este proceso al igual que del fermentado para poder ser acopiado en las bodegas, o en su defecto venderlo directamente a los artesanos, algunos cacaoteros también están involucrados en la transformación del grano y, son las mujeres principalmente quienes la llevan a cabo (esposas, hijas y nueras).

Otro de los granos que se utiliza, en menor medida, es el pataste, esta es una de las veintidós especies identificadas del *Theobroma L.*, conocida en algunos lugares como pataxte, pataste, patashe o cacao cimarrón. Su distribución natural en México incluye los estados de Chiapas, Oaxaca y Tabasco; y a nivel mundial, se ha reportado su presencia en Colombia, Venezuela y Brasil (Gálvez et al., 2016). Este árbol suele asociarse con la plantación de cacao encontrándose en algunas parcelas como sombra para las plantas.

El pataste se mezcla con el cacao para la producción de chocolate artesanal. Las canasteras del mercado suelen venderlo mezclado con el grano de cacao o por kilo. Las chocolateras también pueden adquirirlo, al igual que el cacao, en cualquiera de las bodegas de acopio de granos y semillas. Aunque este grano es utilizado para la producción de chocolate artesanal, el árbol del *Theobroma bicolor* no es cultivado puesto que se da de manera natural. Sin embargo, del total que se produce un mayor porcentaje es acaparado por el mercado oaxaqueño, ya que también se utiliza para la preparación de bebidas tradicionales como atoles, pozol y popo⁵.

⁵ Bebida tradicional oaxaqueña, con ligeras modificaciones por nahuas, mixe-popolucas, zoque-popolucas, mazatecos y chinantecos. El modo de preparación del popo en la región de la Chinantla, Oaxaqueña es: se utiliza arroz (1 kg), granos de pataxte (1 kg), canela (100 g) y de 5 a 6 brotes tiernos de bejucos de Popo (*Smilax cordifolia*). Las semillas de pataxte se tuestan a fuego lento y luego se elimina la cascarilla; por separado se tuestan todos los demás ingredientes, finalmente se juntan para su molienda hasta obtener masa homogénea. Esta se coloca en un recipiente y con un litro de agua se mezcla para lograr una consistencia ligeramente pastosa. Luego, se pasa a través de una malla de tela para separar los sólidos y líquidos. Este último, con la ayuda de un molinillo, se agita fuertemente hasta formar abundante espuma. En: Gálvez Marroquín, L. A., Reyes Reyes, A. L. Avendaño Arrazate, C. H., Hernández Gómez, E., Mendoza López, A. y Díaz-Fuentes V.H. (2016). Pataxte (*theobroma bicolor* Humb. & Bonpl.): especie subutilizada en México. *Agroproductividad*: vol. 9, núm. 1, enero. Pp. 41-47.

Las artesanas chocolateras se abastecen de los insumos como el azúcar, la canela, cacahuete, almendras, café y vainilla, en las tiendas de abarrotes locales, con los *chiríjes* y bodegas de productos para la panificación, aunque en ocasiones los adquieren en las tiendas en Tapachula, las artesanas compran sus productos principalmente en la localidad de Tuxtla Chico.

De acuerdo con información obtenida a través de la encuesta, el artesano Antonio Moreno, Clodeth Carpi y Rodriga Gamboa utilizan el café de su parcela para producir chocolate de café. La vainilla anteriormente era utilizada en vaina, pero ahora por la dificultad de conseguir las vainas, los artesanos han tenido que comprarla con los *chiríjes* quienes la venden pulverizada, incluso la han llegado a adquirir en una de las farmacias de Tuxtla Chico. La vainilla es de un alto valor en el mercado por lo que quienes tienen vainilla en su traspatio o huerto familiar logran vender la vainilla directamente con las chocolateras a más de más de mil pesos el kilo.

Para el proceso del tostado del cacao y de otros granos se requiere de leña, la que obtienen a través de los leñadores de las comunidades del municipio. La leña que es más demandada entre las artesanas chocolateras es el zapote porque para ellas este tipo de leña les resulta conveniente ya que con esta logran mejor brasa que la que se obtiene de otras especies arbóreas.

b) Procedimiento para la elaboración de chocolate artesanal

De acuerdo con la observación participante, la producción de chocolate se realiza en tres fases, la primera fase consiste en el tueste de los ingredientes (Figura 3). La segunda fase corresponde a la molienda, mezcla, repasado y palmear (Figura 4). En la última fase hacen las tabletas y empaquetado (Figura 5).

El (1) **tueste del grano** se hace sobre una plancha (comal metálico, de barro o apaste), esta plancha se coloca sobre el fogón y poco a poco se van tostado los granos. Después de tostado se va echando en una tina y de poco en poco se va quebrando con el brazo del metate para desprender la cascara del grano, es decir, el (2) **despepíte**, cuando se termina de quitar la cascara todos los granos se colocan en un recipiente para realizar el (3) **soplado** y de esta forma separar la cascara de los granos e ir limpiando impurezas para obtener un (4) **grano limpio**.

Figura 3. Primera fase del proceso de producción del chocolate artesanal

1. Tueste del grano



2. Despepíte



3. Soplado



4. Grano limpio



Fuete: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

Una vez el grano tostado y limpio, se realiza la (5) **molienda** mezclando el cacao con el resto de los ingredientes de acuerdo con el tipo de chocolate que se vaya a preparar. De la molienda se obtiene el chocolate en polvo, el cual hay que (6) **revolver** y sentir al tacto algún granulo que haya quedado para (7) **reparar** la pasta en el metate. Una vez repasada la pasta se procede al (8) **palmeado**, es decir, formar los mazos de la pasta palmeándola hasta que quede una pasta muy compacta.

Figura 4. Segunda fase del proceso de producción del chocolate artesanal

5. Molienda



6. Revolver



7. Repasar



8. Palmeado



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018

Cuando se logra una pasta bien compacta, se (9) **estiran los mazos** hasta formar tiras de aproximadamente treinta centímetros de largo y cuatro centímetros de grosor. Una vez echas las tiras se hace el (10) **tapiqueado**, es decir, se hacen las tabletas rodajeando las tiras en trozos de

un centímetro y medio aproximadamente. Las tabletas se colocan sobre una mesa para dejarlas (11) **secar** durante la noche y poderlas levantar al día siguiente. Una vez secas las tabletas de chocolate, se (12) **empaquetan** envolviéndolas en papel y colocándolas en bolsas.

Figura 5. Tercera fase del proceso de producción del chocolate artesanal

9. Estirar los mazos



10. Tapiqueado



11. Secado



12. Empaquetado



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

c) **Costos de producción, mano de obra y niveles de producción de chocolate artesanal**

Se presenta a continuación una tabla de costos de producción para la elaboración de chocolate artesanal, éstos se calcularon con base en datos proporcionados por los artesanos. Se muestra el costo de producción por tipo de chocolate sin considerar costos de operación y mano de obra. El precio se estimó con base en datos proporcionados por todos los artesanos encuestados (Cuadro 12).

Cuadro 12. Costos de producción por tipo de chocolate artesanal y precio por kilogramo

Tipo de chocolate	Costo de producción por kilogramo de chocolate	Precio por kilogramo de chocolate
Tradicional	\$39.16	\$80.00
Cacahuete	\$38.91	\$80.00
Almendrado	\$51.71	\$120.00
Amargo	\$68.75	\$250.00
De chile*		
Cacahuete con pataste	\$40.08	\$100.00
Vainilla	\$79.54	\$100.00
Mixto	\$83.92	\$120.00
De café	42.55	\$120.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

* No fue posible estimar el costo de producción debido a que la artesana que elabora este tipo de chocolate no se encontraba en la unidad doméstica al momento de aplicar la encuesta.⁶

La mano de obra es principalmente familiar sin pago retribuido económicamente, en algunas ocasiones las artesanas contratan a personas con experiencia para la producción, especialmente para la segunda fase del proceso (Cuadro 13).

Cuadro 13. Mano de obra en la producción de chocolate artesanal de Tuxtla Chico

Artesano Productor	Mano de obra		Salario	
	Familiar	Contratada	Familiar	Contratada
C1	2	0	Sin pago	
C2	3	0	Sin pago	
C3	1	2		\$30 por kilo de cacao levantado
C4	2	3	Sin pago	\$120 el día trabajado
C5	2	0	Sin pago	
C6	1	1		\$150 el día trabajado
C7	2	1	Sin pago	\$120 por cada 20 kilos de chocolate terminado
C8	2	1	Sin pago	\$200 pesos el día
C9	3	2	Sin pago	\$300 pesos el día
C10	3	0	Sin pago	

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos de la encuesta, 2018.

⁶ Es importante mencionar que, este tipo de chocolate se trata de la fórmula más ancestral de hacer chocolate. De acuerdo con Norton, en todas partes, la preparación predominante del cacao era consumida en forma de bebida, a veces caliente, a veces fría, mezclada o no con maíz, y con frecuencia endulzada con miel y condimentada con chiles, vainilla y otras plantas aromáticas. En: Norton, Marcy, Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana. Revista de Estudios Sociales [en línea] 2008, (abril): [Fecha de consulta: 12 de febrero de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81502904>> ISSN 0123-885X

Los artesanos no llevan un control sobre los niveles de producción, por lo tanto, los datos que se indican en la tabla son un estimado obtenido de la encuesta aplicada. La cantidad producida depende de los encargos que tengan y también varía de acuerdo la temporada, y el precio por kilogramo de chocolate va desde \$80 hasta \$250 pesos dependiendo del tipo de chocolate (Cuadro 14).

Cuadro 14. Niveles de producción de chocolate artesanal al mes

Artesano productor	Kilogramos producidos al mes
C1	40
C2	20
C3	20
C4	70
C5	12
C6	10
C7	32
C8	40
C9	45
C10	50

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos de la encuesta, 2018.

Cada artesano decide sobre su producción, los niveles de comercialización van en función a la cantidad de chocolate producido. Ante la crisis del cacao no se han diseñado estrategias que incentiven la producción, además no se han desarrollado mecanismos para asegurar que el grano acopiado se quede en el territorio para la producción de chocolate, y así potenciar el municipio no solo como productor de cacao sino como productor de chocolate. La baja en la producción de cacao es uno de los factores que limita la producción de chocolate artesanal, si hay escases de cacao, aunque los artesanos quieran producir es imposible.

4.3.2 Tamales de producción artesanal

La cocina de los antiguos mexicanos tenía elementos propios, formulas, utensilios, bebidas, etiqueta y personalidad para adoptar los nuevos elementos y amalgamarlos en la transformación de la alquimia de los fogones, a partir del gran encuentro entre el maíz y el trigo, los lácteos y el azúcar, las aves de castilla y la ganadería con los elementos nativos (Pérez, 1983).

El tamal es el continuo histórico de platillos a base de maíz y una gama de posibilidades que con el tiempo ha sufrido pocas modificaciones. Si bien en todo lugar es posible hallar tamal con ingredientes básicos comunes (masa de maíz, manteca y carne de cerdo, y envoltura de hojas de plátano), al utilizar ingredientes locales particulares, surgen infinidad de variedades.

Aunque entre los pueblos mesoamericanos del Posclásico la manera más común de consumir el maíz era en esa forma que los españoles llamaron tortilla –y que es ahora por mucho la preparación más popular– no siempre fue así. Sabemos, por ejemplo, que, entre los mayas del Clásico, y tal vez incluso en el Posclásico, la tortilla no era usual y lo mismo parece haber sido el caso para ciertas épocas en Teotihuacan. Así, es posible suponer que la manera común de preparar el maíz, en muchas regiones y desde épocas remotas fue lo que conocemos como tamal (Rodríguez, 2003).

La palabra tamalli, del náhuatl, sirvió para designar en tierras aztecas varias maneras de uso y reelaboración de la masa de maíz o del elote que era envuelto en hojas. Unos eran a manera de pella (forma redondeada), había los mezclados con frijoles, otros eran duros, algunos más colorados porque la masa era soleada dos días, otros eran medianos, y unos más que no eran mezclados con cosa alguna. Los españoles introdujeron algunos elementos nuevos que son actualmente característicos en el tamal de casi toda América: manteca y carne de cerdo, y posteriormente la envoltura en hojas de plátano. Posiblemente los españoles introdujeron también la cocción a vapor: no es descabellado pensar que los conquistadores hispanos fueron los difusores del tamal en cada lugar a donde llegaban, América Central, el Caribe y posteriormente al territorio del Tawantinsuyo (Rodríguez, 2003).

En algún momento de su historia el tamal comenzó a venderse por las calles. Al comienzo los que vendían caminaban en búsqueda de clientes, iban anunciando sus productos, pregonaban por doquier las cualidades y los precios de sus tamales (Rodríguez, 2003). En la actualidad la venta de tamales continúa siendo un acto rutinario en muchos lugares de México.

Los tamales como un alimento son el mejor ejemplo de lo que José Iturriaga (2003: 75) enfatiza, al expresar que “comer es un acto biológico; cocinar es un acto cultural”. La preparación de los tamales es una combinación de prácticas e ingredientes expresa el mestizaje en el paso del tiempo. Estas prácticas han ido incorporando algunos elementos propios de las sociedades

actuales. Sin embargo, se resignifican y conservan las raíces más profundas de la ritualidad en las formas y tratamientos a la masa y demás guisos que componen a los tamales.

Las técnicas del pasado son casi un recuerdo, puesto que el proceso de producción de tamales en cantidades mayores implica una fuerza de trabajo mayor. Por ello, se ha sustituido el uso del metate, por la molienda en molino ya sea manual o molino eléctrico y para la preparación de algunas salsas de los guisos se utiliza la licuadora, que sustituyó al molcajete. En la memoria de algunas artesanas persiste esa práctica como recuerdo de lo que sus antepasados hacían con verdadera devoción, sin importar el esfuerzo que ello implicaba.

“...Ya ve que esa gente desde antes, entonces lo molían en metate, el metate se sacaba y se molía el maíz, y ya se sacaba la masa para tamales, es la masa, y ahora ya no” (Artesana, Victoria Velázquez, 08-02-2018).

La masa, ingrediente básico de los tamales, lleva un proceso de preparación previa a la cocción al vapor, es decir, puede tratarse de una masa batida con agua o caldo de pollo, para posteriormente cocerse añadiéndole manteca de cerdo, o tratarse de una masa cruda, o sea una masa de maíz nixtamalizado que pasa por la molienda y después es envuelta en hoja para su cocción.

La riqueza natural propia del territorio ha dado origen a la diversidad de tamales que se preparan en Tuxtla Chico. El maíz cosechado de las parcelas, además de otros agroalimentos locales como el chipilín y el frijol camagua, han sido aprovechados por la población local para la preparación de este alimento, así como la incorporación de ingredientes propios de las aportaciones de la colonia, como el cerdo, la res y aves de granja.

La variedad de tamales que las artesanas tamaleras comercializan es una mezcla de sabores que van de salado a dulce. Estos son: de mole, especiales de mole, chipilín con pollo, chipilín con camaroncillo, pancita de res, de bola con puerco, de bola con pollo, picadillo, de frijol camagua, cambray y elote (Cuadro 15).

El tamal o tamalli en náhuatl que significa envuelto (Rodríguez, 2011), es en efecto característico porque para su cocción es necesario envolver. En Tuxtla Chico, los tamales se envuelven con hoja de plátano, hoja blanca, hojas de elote o maíz seco, esto depende del tipo de tamal del que se trate. Así los tamales que se envuelven con hoja de plátano son los de mole, los especiales de mole y los de cambray; los que se envuelven con hoja blanca son los de chipilín con pollo, chipilín con camaroncillo, los de frijol camagua, de pancita y picadillo; los tamales

de bola tanto de puerco como los de pollo son envueltos en hojas secas de maíz (doblador), y los tamales de elote se envuelven en hojas frescas del elote.

Cuadro 15. Variedades de tamales que se producen y comercializan en Tuxtla Chico

Tipo de tamal	Mole sencillo	Especial de Mole	Chipilín c/ pollo	Chipilín c/ camaroncillo	Pancita de res	De bola con puerco	De bola con pollo	Picadillo	Frijol camagua	Cambray
% de artesanos(as)	40	40	30	10	30	30	30	10	10	40

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos de la encuesta, 2018.

a) Abastecimiento y selección de insumos para la producción de tamales

La producción de tamales en Tuxtla Chico es una actividad que sin duda involucra a diversos actores que conforman el tejido de relaciones socioeconómicas y socioculturales. Las formas de abastecimiento de los insumos para producir los tamales, así como la selección de éstos, está determinada por el acceso y la disponibilidad de los insumos para lograr la producción requerida por las artesanas productoras de tamales (Cuadro 16).

“El precio de las cosas va subiendo, ya todo está caro, entonces vamos viendo que nos vaya quedando un poquito” (Artesana, Araceli Hernández, 07-02-2018).

El aumento en los precios en los últimos treinta años acompañado de una disminución en el poder adquisitivo de la sociedad mexicana, ha provocado cambios que han impactado en el consumo alimentario orientando de cierta manera la modificación de los hábitos alimenticios de la población de todos los sectores sociales.

El incremento de los precios de las materias primas ha afectado en términos de ingresos por venta de sus productos a las artesanas porque a pesar de que el precio de los insumos va en aumento y es fluctuante, las artesanas deben mantener un precio estable de sus tamales para conservar a sus clientes.

El maíz lo compran principalmente con las canasteras del mercado. El tipo de maíz disponible en la zona es el de troja, este maíz es el cosechado de las parcelas de las familias de las canasteras

o acopiado de parcelas vecinas. En Tuxtla Chico se utiliza todavía el almud⁷ una antigua unidad de medición para pesar el maíz,

Otra forma de adquirir el maíz es a través de las tiendas de abarrotes, pocas son las artesanas que compran este maíz pues proviene de la empresa paraestatales de Diconsa. La calidad del maíz de troja de las parcelas de las comunidades de Tuxtla Chico es muy diferente a la calidad del maíz de Diconsa.

“El maíz que viene de fuera si se le pone poca sal sale chuco y si le pone mucho sale calado, y con maíz que cosechan en los ranchos salen bien, no importa si se pasa o le falta tantita cal” (Artesana, Sofía Tomas, 08-02-2018).

En el caso de las hojas para tamal, éstas se han convertido en un importante insumo no solo para las artesanas productoras de tamales, sino para la población tuxtlachiquense, su importancia se refleja en los usos dentro de la cocina local, además de ser un envoltorio para algunos cultivos locales que se venden en el mercado. Los tipos de hojas que se ocupan para envolver tamales pueden variar mucho de acuerdo con cada región y las costumbres locales (Lascurain et al., 2017). Son tres diferentes tipos de hojas las que se utilizan para envolver los tamales que se producen en Tuxtla Chico. Se mencionan a continuación:

- La hoja de la *Calathea lutea* Schult, género Calathea, de la familia de las Maranteaceae, lo forman más de 100 especies de plantas tropicales originarias de América, África y Australia. Se conoce por los nombres vulgares de Hoja blanca, Bijao, Biao o Bihao. Es una especie que se distribuye desde el México tropical hasta Brasil. En Tuxtla Chico se le conoce como hoja blanca (Consulta plantas, s/f).
- Hojas de *Musa paradisiaca* nombre científico del plátano, cuyo origen es África. Son hojas enormes alargadas de 5 m x 1.5 m (Biodiversidad, s/f). Utilizada por los mestizos mames como envoltura para tamales (Chávez et al., 2009).
- Las hojas de *Zea maíz*, nombre científico del maíz mexicano (Lascurain, 2017), se utiliza la hoja fresca de color verde claro, así como la hoja seca de la mazorca de maíz.

⁷ Medida antigua de capacidad que consiste en una caja de madera. Su origen es de procedencia árabe y para el sistema colonial de medida en todos los lugares de América, el almud equivale entre seis y ocho litros. La medida del almud utilizado en Tuxtla Chico es de 7.5 kilogramos.

Para los tres tipos de hojas es necesario un tratamiento previo a utilizarlas como envoltorio de los tamales. La hoja blanca únicamente se limpia con un pedazo de tela húmeda para retirar las impurezas que pueda tener, la hoja de plátano al igual que la hoja blanca, se limpia con un pedazo de tela húmeda y posteriormente se pasa sobre el comal o directo al calor del fogón para ablandar la hoja y que pueda doblarse al momento de envolver. La hoja seca de mazorca de maíz también se limpia con tela húmeda y se remojan con agua caliente por unos minutos para ablandarlas, mientras que la hoja fresca de elote únicamente se limpia con tela húmeda.

El Chipilín (*Crotalaria longirostrata*), es una legumbre tropical (Arias et al., 2003) crece de forma silvestre o en cultivos de traspatio, se consumen principalmente las hojas. Las canasteras cortan esta hierba de su traspatio y la venden en el mercado local, anteriormente vendían las ramas con las hojas, en la actualidad han innovado la presentación de este cultivo y ofrecen otra opción, vendiendo únicamente las hojas a lo que ellas llaman chipilín despicado, esta forma es mucho más conveniente para algunas tamaleras, sin embargo, la mayoría prefiere despicar el chipilín, cuidando que vaya más limpio y entero.

Los ingredientes como los chiles, pasas y demás especias para los guisos y salsas, los compran con los *chiríjes*. Estos ingredientes son seleccionados con especial cuidado porque si no hay mucha rotación de este insumo con este proveedor, pueden darles un sabor envejecido a las preparaciones para los tamales.

Los vegetales, se adquieren frescos en las verdulerías del mercado local. La procedencia de los vegetales puede ser del país vecino de Guatemala o de México. El pollo (en canal), la carne y pancita de res, se adquieren en las pollerías y carnicerías locales. En el caso del pollo, es de granjas de la región, y la carne y pancita de res proviene de carnicerías locales cuyas reces son de ranchos ganaderos de Tuxtla Chico y el sacrificio se efectúa en el rastro municipal. El cerdo de igual forma es adquirido con los matanceros locales que llegan a vender el producto cárnico en el mercado local.

La leña es fundamental para la cocción de los tamales, las artesanas productoras de tamales compran la leña diariamente con los leñadores de las comunidades rurales de Tuxtla Chico por millar o tarea⁸. La leña que más utilizan es la de zapote porque hace más brasa y esto representa

⁸ Unidad utilizada para medir la leña y equivale a cuatro metros cúbicos. <http://www.mailxmail.com/curso-cubicacion-forestal-madera-conceptos-formulas-calculos/cubicacion-lena-conversion-unidades-medida>

una reducción en el costo de producción. Sin embargo, cuando la leña de zapote es escasa, utilizan otras especies arbustivas como el rambután o el cacao.

Cuadro 16. Insumos para la elaboración de tamales y proveedores

Insumo	Proveedor	Ubicación
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maíz, masa de maíz, elotes, hoja de plátano, hoja blanca, hoja de doblador, chipilín, frijol camagua 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canasteras y pequeños productores locales 	Tuxtla Chico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chiles, pasas, especias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Chiríjes</i> 	Tuxtla Chico Tapachula
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verduras (papa, zanahoria y chayote) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verdulerías del mercado 	Tuxtla Chico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pollo en canal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pollerías del mercado ▪ La Cabaña ▪ Chalo Rodríguez 	Tuxtla Chico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carne de res ▪ Pancita de res ▪ Carne de puerco 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carnicería del mercado (distintos carniceros) ▪ Carnicerías locales ▪ Carnicería Maxi Carnes 	Tuxtla Chico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leña 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leñadores 	Tuxtla Chico

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

b) Procedimiento para la elaboración de tamales

Hacer tamales, como ya se ha mencionado es una práctica alimentaria en las familias tuxtlachiquenses, pues los tamales son un alimento de origen prehispánico que en la actualidad persisten ante la diversidad de productos de tipo alimenticio que intentan sustituir los alimentos de las dietas que corresponden a los sistemas alimentarios tradicionales.

Cada una de las artesanas productoras de tamales ha logrado especializarse en la producción de cierta variedad de tamales. Hay quienes elaboran una amplia gama de tamales y quienes se han limitado a la producción de dos o tres tipos de tamal. Esto tiene que ver con la transferencia de conocimientos heredados por su ascendencia y con el desarrollo de sus capacidades.

El proceso de producción de tamales en Tuxtla Chico requiere una serie de procedimientos que varía de acuerdo con el tipo de tamal que se elabore. Sin embargo, pueden identificarse fases distintivas en estos procedimientos. Se mencionan a continuación las fases delimitadas para efectos de esta investigación que contribuyen a la comprensión de uno de los elementos que constituyen la tipicidad de este alimento.

La primera fase identificada tiene que ver con la preparación del maíz para hacer la masa, la nixtamalización. Los conocimientos sobre el proceso de **nixtamalización** palabra que se deriva del náhuatl *nixtli* que significa cenizas y *tamalli* que quiere decir masa (Paredes et al., 2016). La nixtamalización que realizan las mujeres en Tuxtla Chico es en esencia el mismo proceso que se realiza en México desde la época precolombina, a diferencia que la molienda que se hacía en metate y actualmente esa tecnología se ha sustituido por el molino.

La nixtamalización consiste en poner a cocer el maíz en agua con cal, la proporción de agua y cal depende de la cantidad de maíz que se vaya a utilizar. El maíz cocido se deja reposar por varias horas y posteriormente el maíz se lava cuidadosamente hasta retirar los excedentes de agua de cal. De esta forma se obtiene el maíz nixtamalizado.

El siguiente proceso a la nixtamalización es la molienda (Figura 6). En Tuxtla Chico se acude al molino cuando no se cuenta con un molino en casa. Durante la molienda el control de la humedad es importante para obtener una masa de calidad. La nixtamalización incrementa la disponibilidad de una gran parte de los aminoácidos esenciales, lo cual es una de las principales contribuciones de este proceso a la nutrición humana (Paredes et al., 2016).

Esta forma procesada básica del consumo del maíz es una representación de su complejidad cultural. Este proceso, implica una buena cantidad de adaptaciones funcionales, tanto mecánicas como nutricionales que lo convierten en un aspecto prototípico de la cultura. La capacidad de aprovechamiento integral que se tiene sobre el maíz tiene una relación directa con el tipo de necesidades que este puede satisfacer y con las que puede crear, nuevos satisfactores para las mismas (Aguilar, 2010), como las diversas formas en las que se presenta en la cocina mexicana.

Figura 6. Mujer en molino de maíz en Tuxtla Chico



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

Una vez que se obtiene la masa de maíz, esta se reserva para el momento en que se necesite para darle el tratamiento que se requiera de acuerdo con la variedad de tamal que se vaya a preparar. La vida de anaquel de la masa de nixtamal es corta, por lo tanto, se utiliza el mismo día que se prepara.

La siguiente fase, corresponde a la preparación de las salsas, guisos e ingredientes para relleno y decoración de los tamales (Figura 7). Es importante señalar que, cada una de estas preparaciones varía en sazón y formas de elaboración de acuerdo con cada artesana, por lo que en este trabajo únicamente se señala el tipo componente de relleno que lleva cada tipo de tamal como se señala en el listado siguiente.

<i>Tipo de tamal</i>	<i>Componente de relleno</i>
1.- Mole sencillo	Mole con pollo
2.- Especial de Mole	Mole con pollo (decorado con tira de chile morrón, aceituna, ciruela pasa y rodaja de huevo cocido)
3.- Chipilín c/ pollo	Salsa de tomate y pollo
4.- Chipilín c/ camaroncillo	Salsa de tomate y camarón seco
5.- De bola con puerco	Salsa de tomate y puerco

6.- De bola con pollo	Salsa de tomate y pollo
7.- Picadillo	Mole y carne de res deshebrada
8.- Frijol camagua	Frijol camagua crudos
9.- Cambray	Mole y vegetales rallados (zanahoria, chayote y papa)
10.- Elote	Ninguno

Figura 7. Preparación de salsas, guisos e ingredientes para relleno y decoración



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

La conquista española en México a partir del siglo XVI provocó una serie de cambios que impactaron a la población nativa y en la de los nuevos habitantes. Algunos de estos cambios tuvieron que ver con la alimentación, modificando las prácticas y formas de obtención de los alimentos, la preparación de los alimentos y maneras de consumirlos. Los tamales en algunas regiones del país han logrado mantener las formas ancestrales de elaboración, así como los de un mestizaje culinario de la conquista, que se manifiesta en la incorporación de manteca de cerdo y proceso de cocción de la masa previo a la envoltura en hoja (Miranda, 2011).

En Tuxtla Chico se preparan dos tipos de masa que se utilizan para la preparación de tamales, la masa cruda de maíz nixtamalizado y la masa cocida (también se utiliza maíz nixtamalizado). El tipo de masa para tamal de elote es diferente a las demás, tal como el nombre lo indica se trata de una masa elaborada con elotes y no con maíz.

La masa cruda de maíz nixtamalizado es tratada únicamente con un poco de agua y sal, en algunas ocasiones se sazona con caldo de pollo. Por otro lado, a la masa cocida se le añade

manteca de cerdo y caldo de pollo previo a la cocción. En la Figura 8 se observa la forma de cocinar la masa.

Figura 8. Tratamiento de las masas para tamal



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

La última fase corresponde al relleno y envoltura de los tamales. Cuando se tienen listos los guisos, salsas e ingredientes para la decoración – incluida la cocción de las presas de pollo y res – se colocan porciones de masa sobre las hojas, enseguida se colocan los rellenos, guisos y salsas con la presa, se decora si fuera el caso, como los tamales especiales de mole. Se envuelve la masa con la hoja sobre la cual fue colocada y se llevan a cocción a vapor (Figura 9).

Figura 9. Relleno, decorado, envoltura y cocción de los tamales



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

c) Costos de producción, mano de obra y niveles de producción de tamales

Los costos de producción dependen de la variedad de tamal que producen las artesanas, el precio de los tamales va desde \$10.00 a \$14.00 pesos por tamal (Cuadro 17). De acuerdo con los datos obtenidos con Doña Petra, se estimó que se invierte un 50% para la compra de insumos sobre el total de ingresos por ventas.

Cuadro 17. Costos de producción por tipo de tamal

Tipo de tamal	Costo de producción por unidad de tamal	Precio por unidad de tamal
Mole	\$6.54	\$12.00
Mole especial	\$7.99	\$14.00
Chipilín con pechuga	\$6.63	\$12.00
Chipilín con camaroncillo	\$6.03	\$12.00
Pancita	\$2.62	\$10.00
Bola de puerco	\$5.22	\$12.00
Bola de pollo	\$5.12	\$12.00
Picadillo	\$5.97	\$10.00
Cambrey	\$5.91	\$12.00
Frijol camagua	\$3.49	\$10.00

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos de la encuesta, 2018.

El costo de producción antes mencionado no considera los costos por mano de obra. En el Cuadro 18 se puede observar que en el 66% de las unidades domésticas, se trata de mano de obra sin remuneración económica, por tratarse de mano de obra familiar. Las artesanas explicaron que no se les paga porque es un trabajo que se hace en casa y las ganancias se utilizan para el gasto familiar.

Cuadro 18. Mano de obra en la producción de tamales

Productor	Mano de obra		Salario	
	Familiar	Contratada	Familiar	Contratada
T1	4		Sin pago	
T2	2		Se reparten las ganancias	
T3	2		Sin pago	
T4	2		Sin pago	
T5	3		\$150 al día	
T6	3	1	\$150 al día	\$150 al día

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

La producción de tamales es al día (Cuadro 19) y el promedio de la producción de las artesanas encuestadas es de 83 tamales al día. La artesana T6 es la de mayor producción, ella produce en su taller 180 tamales de tamales en promedio al día y es la artesana que más variedad de tamales ofrece.

Cuadro 19. Niveles de producción por productor

Artesano productor	Unidades producidas al día
T1	50
T2	50
T3	50
T4	100
T5	70
T6	180

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

4.3.3 Pan artesanal

La panadería en México comenzó con la llegada de los españoles, quienes introdujeron el trigo a los pueblos mesoamericanos. En el siglo XVIII el noventa por ciento de los trabajadores de panadería eran indios y el resto mulatos o mestizos. Había severas estipulaciones acerca de la harina que debía contener, de acuerdo con su calidad, del peso, del lugar de venta y del agua que se usaba para su elaboración. Cada panadería tenía la obligación de marcar su pan con un sello de madera labrada con los motivos que elegía el panadero (Barros y Buenrostro, 2007).

Los panes más finos eran los que se hacían con harina blanca, estos eran para los virreyes, obispos y personas de altos ingresos. El pan de menor calidad era el pambazo, el cual se hacía con harina morena, su nombre quiere decir pan bajo, es decir pan para los pobres. Algunos otros panes fueron creaciones que tuvieron su origen en los conventos de monjas (Barros y Buenrostro, 2007). Existen libros y publicaciones que hacen un recorrido histórico sobre la gran variedad de panes del norte al sur de México. Esta variedad de panes, tienen como materia prima principal la harina de trigo, aunque también se elaboran panes a base de otros tipos de harina como la de salvado, arroz y maíz.

La panadería no era algo totalmente ajeno a los antiguos mesoamericanos, pues ellos ya hacían su propio pan elaborado a base de maíz, también se elaboraban panes con pasta de amaranto y

en regiones de lo que hoy es Haití y República Dominicana, los soboneyes y los tainos (culturas mesoamericanas), elaboraban galletas de mandioca con harina de casabe (Designapan, 2018).

Juan Garrido, esclavo en “libertad” de los españoles, de origen africano, es a quien se le atribuye que en México se cultive el trigo, pues, fue quien, al encontrar los granos de trigo entre sacos de arroz, decidió sembrarlos (Designapan, 2018), y a partir de ahí, el desarrollo de este cultivo ha sido preponderante dentro de la economía en México.

A diferencia de la producción de chocolate y tamales, la producción de pan en Tuxtla Chico no se vincula al sector primario en el sentido de que en el municipio no se produce trigo, ni existen harineras. Sin embargo, la vocación productiva se basa en la fuerza de trabajo, pues cada amasijo depende de la habilidad, destreza y dedicación que los artesanos imprimen para dar forma a las múltiples variedades de panes.

En Tuxtla Chico se elaboran diversos tipos de panes de diferentes masas, pan de yema, galleta, torta, bolillo, pambaso, tornillo, laurel, sope, bísquet, quesadilla, conchas, camarones, tostadas, roscas y barras. Estas son las masas y como las catalogan, sin embargo, al mismo tiempo son los nombres de algunos panes, de la masa de éstos se desprende una gran variedad de panes que varía en cada panadería. Bigotes, conchas, ojos, gusanos, trompos, y muchos otros tipos de panes amplían la lista de panes artesanales.

a) Abastecimiento y selección de insumos para la producción de pan

Los insumos principales necesarios para la producción de pan artesanal no tienen un origen local, puesto que los ingredientes no se producen en Tuxtla Chico. Sin embargo, algunos como la manteca de cerdo y la leña si se obtienen de la producción local. Cada artesano compra a través de diferentes proveedores de acuerdo con sus necesidades de producción y a la calidad de los ingredientes que requiera (Cuadro 20).

Los proveedores son abastecedores de insumos para la panificación, algunos artesanos compran con proveedores locales y otros tienen proveedores de Tapachula como el caso de la Sra. Imelda de la panadería El Chino, sus proveedores son de Tapachula y le hacen entrega de material a domicilio, además de que le otorgan créditos, la calidad del material está garantizado según argumenta porque no ha tenido que regresar material en mal estado y si está a punto de perecer le cambian el producto.

La leña que utilizan es el zapote y laurel, la compran con diferentes leñadores provenientes de diferentes comunidades, porque a veces la leña escasea y no todos venden la leña que se necesita para el horno. El motivo de comprar esta variedad de leña es porque para calentar el horno necesitan que la leña arda y haga brasa, y que guarde el calor, así que el zapote y laurel tienen esta propiedad que favorece el calor del horno.

Cuadro 20. Insumos para la producción de pan y proveedores

Insumo	Proveedor	Ubicación
<ul style="list-style-type: none"> • Harina • Huevo • Mantequilla • Margarina • Aceite • Manteca • Azúcar • Sal • Royal • Levadura • Leche • Agua • Queso • Cocoa • Miel • Esencia de Vainilla • Confitura • Leña 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienda de productos para la panificación “La Bodeguita” • Abastecedora Azur • Abarrotes Cruz (Tapachula) • La Florida (Tapachula) • Purificadora de agua • Matanceros de cerdos Familia Saquín • Leñadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuxtla Chico • Tapachula

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

b) Procedimiento para la elaboración de pan

Cada artesano tiene su propia receta y técnica de elaboración de pan, la única forma de aprender este arte es con la práctica, es así como se va formando un artesano panadero. Cuando se hereda una receta hay que recurrir a las fórmulas, los gramos son importantes, porque de ello depende un buen resultado, el conocimiento empírico de los artesanos es replicado y modificado en cada generación, pero conserva en esencia el secreto familiar.

Más de la mitad de los procesos para la preparación del pan artesanal se realizan únicamente con intervención del artesano en comunión con los amasijos. La combinación de elementos

territoriales, como el uso de horno de leña, el tipo de leña que se utiliza para hornear, las técnicas que los artesanos imprimen en cada mezcla y porción de masa para dar origen a la diversidad de panes, así como las condiciones climáticas específicas, se incorporan a este alimento y son parte del saber-hacer artesano.

Las prácticas de elaboración de este producto configuran la tipicidad conferida al pan artesanal de Tuxtla Chico, el cual está intrínsecamente adherido al gusto y la memoria del colectivo. En la primera fase (Figura 10), los ingredientes se pesan, se procede a integrar los ingredientes para posteriormente mezclarlos y hacer la masa. En algunos talleres se utiliza la revolvedora para hacer la masa, pero cuando la cantidad de producción del día es mínima no es necesario usar la máquina y todo el proceso de integrar y mezclar se lleva a cabo manualmente.

Figura 10. Primera fase para la preparación de pan artesanal

1. Pesar ingredientes



2. Integrar los ingredientes



3. Mezclar



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

Después de hacer la mezcla, la segunda fase corresponde a dejar levar la masa, es decir, se dejan reposar por un tiempo antes de hacerse las figuras, sin embargo, hay masas que no se dejan levar, entonces solo se colocan en moldes. Dependiendo el tipo de pan es que se decora antes de hornear, esto puede ser con grajeas de colores, ajonjolí o pintando la superficie con huevo batido (Figura 11).

Figura 11. Segunda fase para la preparación del pan artesanal

4. Llenar moldes



5. Figurear



6. Decorar



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

La última fase para la preparación del pan artesanal consiste en hacer las figuras, las cuales se van colocando sobre latas que van en los espigueros para que reposen las piezas y doblen su volumen. El trabajo en los talleres involucra a todos, sin embargo, uno de los operarios es el que se especializa en hornear, así mientras se hacen las masas y da forma a las piezas, uno de ellos o el maestro panadero es quien calienta el horno y se encarga de operarlo. Una vez que el horno está listo se procede a hornear y finalmente se colocan los panes en canastos y charolas para llevarlos al expendio (Figura 12).

Figura 12. Tercera fase para la preparación del pan artesanal

7. Reposar



8. Hornear



9. Encanastar



Fuente: Imágenes del archivo personal. Trabajo de campo, 2018.

c) Costo de producción, mano de obra y niveles de producción del pan artesanal

Los talleres de pan artesanal en Tuxtla Chico han aumentado en número en años recientes, de esta actividad se obtienen buenas ganancias, sin embargo, por la naturaleza de ésta se requiere de fuerza de trabajo para aguantar las largas y cansadas jornadas.

Los precios de los panes en Tuxtla Chico van de \$1.00 hasta \$25.00 pesos. Los estimados en el Cuadro 21 muestran los costos de producción de acuerdo con el tipo de masa que se prepara para los diferentes tipos de panes. El estimado se hizo con base en la producción del taller de la artesana Imelda Pérez. En este taller se utilizan 98 kilogramos de harina, por lo que se utilizó esta cantidad para obtener los costos de producción de las masas principales de las que se obtienen otros tipos de masas con las que se elaboran otros tipos de panes.

Cuadro 21. Costo de producción de acuerdo con el tipo de masa

Tipo de masa	Costo de producción/98 kg de harina	Piezas de pan por tipo de masa	Precio
De yema	\$281.99	612	\$1.25
Galleta	\$89.40	128	\$1.25
Torta de pan	\$119.42	20	\$25.00
Bolillo	\$440.79	890	\$2.00
Pambaso	\$106.99	140	\$2.00
Tornillo	\$19.79	70	\$2.00
Laurel	\$10.03	70	\$4.00
Sope	\$108.21	50	\$4.00
Bísquet	\$54.20	150	\$2.00
Quesadilla	\$170.59	60	\$2.00
Concha	\$183.38	360	\$1.00
Camarón	\$25.20	36	\$4.00
Tostada	\$20.17	72	\$1.00
Rosca	\$9.16	36	\$1.00
Barra	\$26.61	72	\$1.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

La mano de obra en esta actividad es principalmente familiar, sin embargo, es necesaria la contratación de mano de obra (Cuadro 22), ya que de acuerdo con datos obtenidos en la encuesta aplicada a las siete unidades domésticas de producción, es el maestro panadero o maestra panadera (artesanos dueños(as) del taller) y algún miembro de la familia quienes se involucran en esta actividad que en relación con los niveles de producción no es suficiente pues se necesita

como mínimo tres personas trabajando en el taller para sacar la producción de acuerdo con los tiempos estimados en cada taller.

Cuadro 22. Mano de obra por productor para la producción de pan artesanal

Productor	Mano de obra		Salario al día	
	Familiar	Contratada	Familiar	Contratada
P1	3	2	\$142.85	\$142.85
P2	3	0	Sin pago	
P3	3	3	Reciben un porcentaje de la ganancia	\$170.00
P4	2	2	\$166.00	\$166.00
P5	2		Reciben un porcentaje de la ganancia	
P6	2	2	\$50.00	\$50.00
P7	2	2	Reciben un porcentaje de la ganancia	\$83.00
P8	2	1	\$150.00	\$ 150.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

El promedio de los niveles de producción en las unidades doméstica (Cuadro 23) en las que se aplicó la encuesta es de 54 kilogramos de harina. Esta es la forma con la que los artesanos contabilizan la producción diaria, ésta tiene variaciones dependiendo de la temporada (para esta actividad la producción aumenta principalmente en semana santa) y los pedidos existentes.

Cuadro 23. Niveles de producción de pan artesanal por día

Artesano productor	Kilogramos de harina utilizados por día
P1	80
P2	30
P3	80
P4	98
P5	30
P6	20
P7	44
P8	50

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018.

4.4 Infraestructura y espacio para la producción

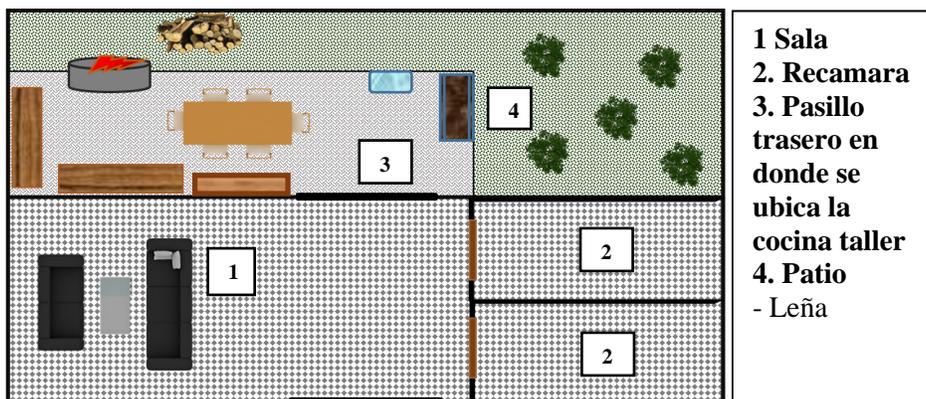
El proceso productivo de los alimentos artesanales se realiza en las unidades domésticas, entendida una unidad doméstica como aquella cuya estructura está definida por las relaciones de parentesco que se combinan en su interior, en donde los vínculos que se generan permiten analizar el sistema de relaciones que puede estar o no compuesto por más de una familia (Madera, 2000). Es en la unidad doméstica en donde se crean y recrean relaciones de autoridad, solidaridad y conflictos, de intercambio y poder. Además, es el espacio en donde la familia confronta dos funciones básicas, la reproducción material y la simbólica (Román, 2011).

La arquitectura de las unidades domésticas obedece al estilo de las casas típicas de la región, construidas de madera y/o material, techado a dos aguas con teja o lámina, también pueden encontrarse casas con techo de loza. Al interior de las unidades domésticas pueden distinguirse los espacios construidos de acuerdo con las necesidades de la familia.

Hablar del espacio para la producción de alimentos, es imaginar el espacio apropiado y vivido por la familia. En las unidades domésticas dedicadas a la producción de chocolate y tamales, adaptan el espacio de la cocina para producir. El fogón es un elemento importante que con el tiempo ha hecho una especie de simbiosis culinaria, así como las mesas de trabajo, entre otras herramientas y utensilios que configuran el escenario adecuado para llevar a cabo la actividad productiva. La vida familiar y actividades cotidianas en concomitancia a la producción de alimentos artesanales.

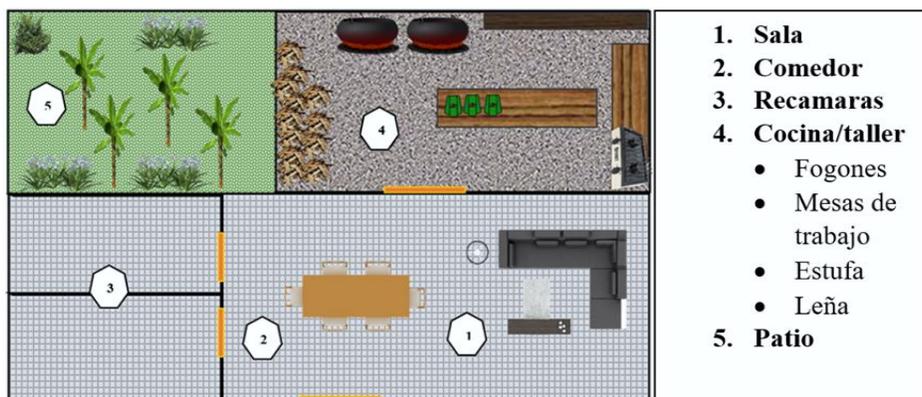
En las siguientes figuras se representa la forma de distribución de los espacios en las unidades domésticas (Figuras 13, 14 y 15). Los espacios se configuran y toman forma de acuerdo con el alimento que se produzca en la unidad doméstica. Se observa que el espacio para la producción de pan es mucho más amplio y está más definido ya que no interviene en el taller otra actividad más que la producción de pan, caso contrario al espacio para la producción de chocolate y tamales, este es al mismo tiempo el espacio para la preparación de los alimentos del grupo doméstico.

Figura 13. Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de chocolate



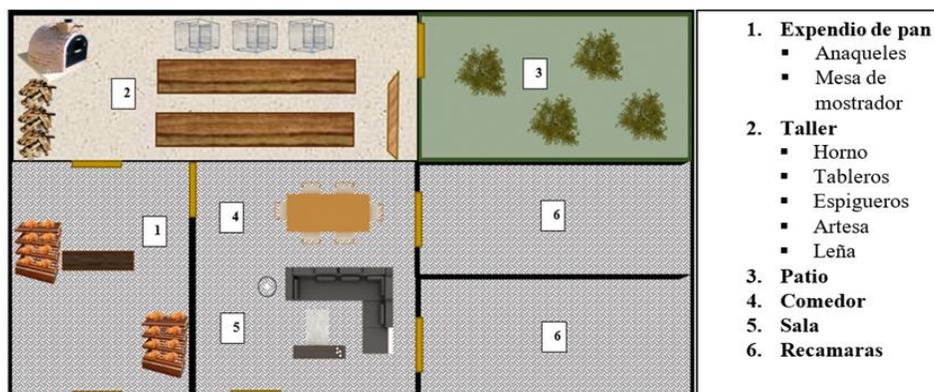
Fuente: Elaboración propia con base en observación en campo, 2018.

Figura 14 Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de tamales



Fuente: Elaboración propia con base en observación en campo, 2018.

Figura 15. Unidad tipo habitación tradicional acondicionada para la producción de pan



Fuente: Elaboración propia con base en observación en campo, 2018.

La producción del pan artesanal se realiza en talleres que forman parte de la unidad doméstica. El pan de Tuxtla Chico ha tenido fama por muchos años, varios elementos son los que han dado especificidad y valor a este alimento que, en el imaginario colectivo representa la cultura de este lugar.

Uno de los elementos que se incorporan a la materialización del pan artesanal, es el uso de hornos de leña, estos hornos ubicados en un rincón del taller son hechos de ladrillo rojo con barro que conforman una bóveda de tres metros de diámetros aproximadamente, cuyo interior tiene una base de barro, sobre una estructura cubica de piedra y tierra con una cubierta exterior de cemento.

La conformación espacial de los talleres es importante para la producción del pan artesanal de Tuxtla Chico. La mayoría de los talleres son un pasillo con techado de lámina, consta de dos hornos ubicados al fondo del taller, los tableros para los amasijos — sobre ellos se coloca una o dos pesas — son amplios y se colocan en el centro, los espigueros se ubican alrededor de los tableros y pegados a la pared, la artesa para el reposo de las masas se coloca de igual forma junto a la pared y cerca de los tableros, cortadora y revolvedora en algunos caso, las latas apiladas en un rincón junto con los cartones y cajas de huevo. La leña se coloca junto al horno y se destina un espacio en cualquier extremo del taller para colocar la harina y otros insumos.

Los talleres pueden encontrarse en la parte trasera o posterior de la casa, mientras que el expendio para la venta del pan es un espacio que da a la calle, dentro de él se disponen anaqueles para acomodar los canastos o charolas donde se acomodan los panes y una mesa mostrador para despachar el pan. Los expendios son modestos, nada ostentosos, pero adaptados a la necesidad y forma de vida de la familia.

Estas unidades domésticas reflejan el estilo de una vida sureña, que acuñó en su arquitectura la historia y cultura de un pueblo desarrollado en torno a su vocación productiva, costumbres y tradiciones. Las características entre una unidad y otra puede variar, sin embargo, las generalidades arquitectónicas están presentes en esta localidad.

El proceso productivo de estos alimentos tiene especificidades que dan cierta tipicidad al alimento. Se identificaron elementos importantes que contribuyen a la conceptualización de los alimentos artesanales enmarcada en una lógica que integra atributos tangibles e intangibles.

En definitiva, como se demuestra en este capítulo, la producción de alimentos artesanales es una actividad económica importante que permite generar ingresos económicos a las familias productoras. Los ingresos que obtienen son significativos para sufragar las necesidades básicas de las familias.

El sistema de producción de los alimentos artesanales en Tuxtla Chico recupera elementos vinculados a las características del territorio, esto en dos sentidos: por un lado, los elementos proporcionados por la naturaleza, es decir, los insumos de origen agrícola. Existe un amplio conocimiento acumulado sobre el uso y manejo de los cultivos y recursos locales que la población tuxtlachiquense ha aprovechado como una estrategia de sobrevivencia. Por otro lado, la producción de alimentos artesanales recupera el *saber-hacer* local a través de la transferencia de conocimientos e intercambio de códigos y significados a nivel familiar. Esto se convierte en uno de los pilares para la construcción de la identidad alimentaria del colectivo tuxtlachiquense, así como un importante elemento que contribuye al sostenimiento de la cultura alimentaria en México, en la que cabe el pleno respeto de todo ese cúmulo de saberes y la reproducción de las buenas prácticas alimentarias.

CAPITULO 5. RELACIONES ENTRE ACTORES SOCIALES EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS ARTESANALES

En este capítulo se explican y analizan las formas en las que se dan las relaciones socioeconómicas y socioculturales entre los actores que intervienen en el proceso productivo del chocolate, tamales y pan, alimentos que a lo largo de este documento se ha demostrado que son de manufactura artesanal.

En el primer apartado trata de las relaciones que se dan al inicio del proceso productivo y estas tienen que ver con las relaciones en el abastecimiento de insumos, así como de prestadores de servicios para la producción.

El segundo apartado tiene que ver con las relaciones que se dan al interior de las unidades domésticas de producción, en donde la familia es el elemento central. Aquí se analizan las formas de reproducción de códigos y significados a partir de la elaboración de alimentos artesanales.

Finalmente se exponen las especificidades identificadas en la comercialización de los alimentos artesanales en Tuxtla Chico, así como las relaciones que se dan entre el artesano y el consumidor. Se analiza también la preferencia del consumo local y cuáles son las prácticas alimentarias en este proceso, el consumo.

5.1 Actores que intervienen en la producción de chocolate, tamales y pan en Tuxtla Chico

A lo largo de los procesos de producción, comercialización y consumo de los alimentos artesanales, intervienen diversos actores que persiguen sus propios intereses. Estos actores logran entrelazarse de alguna forma a través de las relaciones que se tejen entre ellos. Se pudieron identificar actores que son parte fundamental en la cadena productiva de estos alimentos. La configuración del tejido de relaciones en el proceso de producción se da entre los artesanos productores y los proveedores de insumos, así como en algunos casos con prestadores de servicios. Estas relaciones también se dan al interior de la unidad doméstica y tienen que ver con la transformación de la materia prima (Cuadro 24).

Cuadro 24. Actores que intervienen en la producción de chocolate, tamales y pan

	Chocolate	Tamales	Pan
Relaciones artesano productor- proveedores de insumos y prestadores de servicios	<ul style="list-style-type: none"> •Centros de acopio de granos y semillas: <ul style="list-style-type: none"> - Productores de cacao, frutas y semillas Canshap - Cooperativa Alianza del cacao - Bodega de Don Gabriel Ramírez) • Canasteras del mercado • Pequeños productores cacaoteros de las comunidades •Tiendas de abarrotes* •Molenderos <ul style="list-style-type: none"> - Molino de Don Álvaro (†) - Molino del ingeniero Baltazar • Leñadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Canasteras del mercado del mercado de Tuxtla Chico y Tapachula • Chirijes • Pollerías y carnicerías del mercado • Molendero: <ul style="list-style-type: none"> - Molino de Don Manuel Carrasco (†) • Leñadores 	<ul style="list-style-type: none"> •Tienda de productos para la panificación “La Bodeguita” • Abastecedora de Azur • Abarrotes Cruz (Tapachula) • La Florida (Tapachula) • Leñadores
Relaciones al interior de la unidad doméstica	<ul style="list-style-type: none"> •Familia •Mano de obra contratada 	<ul style="list-style-type: none"> •Familia •Mano de obra contratada 	<ul style="list-style-type: none"> •Familia • Mano de obra contratada

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la encuesta, 2018

* En el apartado 4.3.1, inciso a) Abastecimiento y selección de insumos para la producción de chocolate, se menciona la relación que los artesanos tienen con las tiendas de abarrotes y *chirijes*, como proveedores de azúcar, canela, cacahuete, almendras y vainilla. Con la finalidad de no ser redundante, solo se menciona en el cuadro 24 de este capítulo.

La responsabilidad en la actividad es compartida, cada uno de los actores que interviene logran cierta solidaridad en un circuito en el que el intercambio de bienes no busca la máxima ganancia por encima del beneficio del otro, esto permite visualizar a través de esas transacciones la solidez del tejido social a partir de este alimento tan importante dentro de la cultura alimentaria local.

5.1.1 Relaciones entre los artesanos productores-proveedores de insumos y prestadores de servicios

Los actores involucrados en la producción de alimentos artesanales logran interrelación entre ellos, misma que se ha construido a lo largo del tiempo. Las relaciones entre artesanos productores, los proveedores de insumos y los prestadores de servicios configuran una red

necesaria para lograr la producción de alimentos artesanales. Esta red no busca la maximización de los beneficios individuales, pero sí representa una forma alternativa de coordinación económica que involucra transacciones mercantiles, pero se mantienen por un conjunto de marcadores identitarios que provee a las relaciones económicas una fuerza cohesionadora. Aquí, las relaciones socioeconómicas no solo permiten un flujo de mercancías, sino de información, de confianza y acuerdos mutuos (Hollenstein y Ospina, 2013).

a) Chocolate

Los artesanos productores de chocolate generan relaciones con los centros de acopio de granos y semillas, pequeños productores de cacao y con los molenderos. A continuación, se explica la forma en que se dan estas relaciones.

Centros de acopio de granos y semillas

El valor económico, alimenticio, agrícola e industrial asociado a los granos y semillas, requiere cuidados especiales en el almacén para garantizar la conservación de su calidad; ésta debe mantenerse durante el tiempo que permanecerán en condiciones de almacenamiento y aun hasta el momento en que serán utilizados. El almacenamiento se refiere a concentrar la producción en lugares estratégicamente seleccionados; en tanto que la conservación implica proporcionar a los productos almacenados las condiciones necesarias para que no sufran daños por la acción de plagas, enfermedades o del medio ambiente, evitando así mermas en su peso, reducciones en su calidad o en casos extremos la pérdida total (Hernández y Carballo, 2018).

En Tuxtla Chico existen tres centros de almacenamiento y acopio de granos y semillas, en donde se almacena y acopia principalmente cacao, y algunos otros granos y semillas del municipio y del poblado aledaño, Cacaohatán. Estos centros son conocidos por la población local como “bodegas de cacao”.

De los tres centros de acopio de granos y semillas identificados, dos son a su vez organizaciones de productores. El primero pertenece a la organización Canshap y el segundo a la Cooperativa Alianza del Cacao. Canshap agrupa a 400 socios productores de catorce localidades del municipio de Tuxtla Chico y de Cacaohatán. Sin embargo, en el centro de acopio de la organización, también se reciben granos y semillas de productores que no pertenecen a la organización.

El centro de acopio de granos y semillas de la Cooperativa Alianza del Cacao liderado por el presidente de la organización el señor Vidal Ordoñez Ochoa, es una organización de 150 productores entre ellos 50 son productoras mujeres, todos de catorce localidades del municipio de Tuxtla Chico. El centro de acopio de esta cooperativa tiene como principal finalidad la compra y venta de cacao, el cual proviene no solamente de productores del padrón de la cooperativa, los productores que no están asociados a ninguna organización, y cualquier persona que obtiene cosecha de su traspatio también puede vender su producto a la Cooperativa Alianza del Cacao.

El tercer centro de acopio es particular y se le conoce como Bodega de Don Gabriel Ramírez, acopia cacao de cualquier productor, socio o no de cualquier cooperativa. Lo que se acopia y comercializa en estas bodegas es principalmente cacao, zapuyul (semilla de mamey), pataste, café y maíz.

El objetivo de estos centros de acopio es apoyar en la asistencia técnica al productor, la comercialización, el mejoramiento de las variedades que se cultivan en la región y actualmente algunas enfermedades fungosas, pues gestionan ante las dependencias federales la aplicación de algunos programas de carácter preventivo en los problemas de las enfermedades.

La relación que estos centros de acopio sostienen con los artesanos productores de chocolate se basa en la venta de cacao. Debido a la crisis de producción, el abasto es insuficiente para la demanda de las artesanas chocolateras, y aunado a esta situación existen algunas dificultades con los productores de cacao, pues frecuentemente llevan al centro de acopio granos en mal estado debido a una selección o secado inadecuado. Esto claramente es una merma, ya que cuando pagan al productor por el grano no se dan cuenta de las condiciones en las que llega el grano al centro de acopio sino hasta el momento en que lo sacan del costal.

El cacao acopiado en su mayoría es cacao lavado y secado al sol, reciben pocas cantidades de cacao fermentado, ya que no todos los productores fermentan el grano. Sin embargo, el poco cacao fermentado que se logra acopiar es destinado para el mercado oaxaqueño.

Oaxaca es el primer comprador para los productores de esta zona fronteriza de la región Soconusco, siendo éste el que fija los precios del cacao, ya que aun cuando el precio del cacao es fijado por la oferta y la demanda de acuerdo con el mercado internacional, el mercado

oaxaqueño paga entre diez y veinte por ciento más arriba del precio que fija el mercado internacional.

El acopio requiere necesariamente tener un control de calidad. Los centros de acopio se encargan de verificar la calidad del grano que reciben. Uno de los requisitos es que el grano contenga un máximo de siete por ciento de humedad, porque si el grano no cumple con ese requerimiento, corre el riesgo de llenarse de hongos y representaría una pérdida para la organización. Otro requisito, es que el grano no esté dañado, y que presente un buen color, “coloradito” como dicen los pobladores locales, que indique el buen estado del grano. Si el grano no presenta estos requisitos, el centro de acopio hace un descuento al precio que debe de pagar por kilogramo de cacao.

El cacao fermentado, tiene un valor mayor que el enmielado y el lavado. Los centros de acopio pagan cinco pesos más por el primer producto. El cacao fermentado, es poco demandado por artesanos chocolateros en Tuxtla Chico, razón por la que éste se acopia y en la mayoría de las ocasiones se entrega a otra organización. Canshap por ejemplo, entrega el cacao fermentado a CASFA, ubicada en Tapachula, organización que cuenta con certificaciones y permisos que le permiten exportar al mercado europeo.

A pesar de que existe un comprador que acopia para el sector industrial que es Intercambio Mexicano de Comercio (IMCO), los productores prefieren vender el cacao lavado y enmielado al mercado oaxaqueño o al mercado local porque obtienen mayores ganancias que vender a IMCO quien paga con base en precios del mercado internacional.

En el caso de Canshap no solamente vende el grano, a los artesanos, sino también pasta de cacao. Canshap está en un proceso incipiente de diversificación de productos derivados del cacao, aunque se le ha dificultado el proceso debido a falta de recurso financiero, aunado a la crisis en la producción de cacao. Por lo tanto, no tienen tanta disponibilidad de pasta de cacao, pero cuando alguna artesana la necesita, se surte mediante pedidos a los que trabajan este producto.

El ingeniero Raúl López, representante de Canshap, argumenta que no todos los productores fermentan cacao, a pesar de que hacer chocolate artesanal con cacao fermentado le daría mayor valor al producto puesto que la calidad organoléptica del chocolate procesado de este modo es mayor. Los artesanos chocolateros prefieren comprar cacao únicamente lavado y secado al sol, esto tiene que ver con las prácticas de producción. Los artesanos no rompen con esa práctica

arraigada territorialmente incluso a nivel corporal de los artesanos, es decir, la relación íntima entre el artesano y la manipulación de la materia prima.

Para la Cooperativa Alianza del Cacao es importante dar un buen trato a las artesanas chocolateras y ofrecer un grano de calidad, sin embargo, como menciona Don Vidal, en Tuxtla Chico existe la necesidad de revalorizar el chocolate artesanal y el trabajo de los artesanos y artesanas que se dedican a la producción de chocolate porque eso les beneficiaría económicamente a ambas partes, tanto a los productores de cacao como a las artesanas. Con el argumento de Don Vidal se hace evidente la urgencia de proyectos y estrategias que permitan a la población local ser los principales motores del desarrollo en Tuxtla Chico, ya que como sucede con la producción de cacao, empresas como IMCO son quienes compran el grano de cacao a mayor volumen y bajo costo, no así en el caso de las artesanas quienes pagan más caro porque compran a menor volumen.

“Las chocolateras les pagan más caro el cacao a uno y uno se los da pues, uno lo vende más caro y ellos lo pagan bien cuando vienen los gringos, ahí es lo artesanal. Así ya IMCO ya no tuviera nada, sino que aquí mismo se lo da uno a la gente” (Representante de Cooperativa Alianza del Cacao, Vidal Ordóñez, 28-02-2018).

La práctica de acudir a las bodegas de acopio de granos y semillas obedece a la organización del sistema dentro de la cadena productiva local del cacao. Estos centros de acopio son la primera fuente de suministro de cacao para las artesanas chocolateras, y de alguna forma es a partir de ahí que puede determinarse la calidad del chocolate con base en las características del grano que los productores de cacao ofrecen.

Pequeños productores de cacao

Algunas de las artesanas chocolateras prefieren comprar el cacao directamente con el productor porque confían en la calidad del grano, además logran comprarlo a mejor precio que en los centros de acopio de granos y semillas.

Por otro lado, existen artesanos productores de chocolate que a su vez son pequeños productores de cacao, algunos de ellos pertenecen a alguna de las organizaciones de productores del municipio mencionadas. A pesar de que un porcentaje del grano lo destinan para la comercialización a través de la organización a la que estén incorporados, otro porcentaje lo

transforman en chocolate, confiando en la calidad del grano y para ellos esto les permite tener mayores ganancias.

Prestadores de servicios: Los molenderos de cacao

Los molinos son fundamentales para los artesanos porque es el lugar en donde no solamente muelen el cacao para chocolate, sino que se convierte en un lugar para la socialización, es el lugar común de las chocolateras. Es en el momento de la molienda cuando los aromas se desprenden y el ambiente entonces es una mezcla entre charlas, aromas y sonidos. El clima de confianza permite establecer acuerdos tácitos de lealtad y fidelidad con este prestador de servicio. Los acuerdos que en esta relación se establecen pueden romperse en el momento que no se cumplen las expectativas de la molienda, es decir, si el molinero no adapta el molino a las necesidades de la artesana. Otra razón que puede romper la relación es el precio por molienda o los horarios en los que el molino ofrece el servicio, y algo que va más allá de las razones mencionadas, tiene que ver con las subjetividades como el trato amable y quizás hasta una conversación amena, esto incluso genera un intercambio de bienes, “cuando se acuerdan de uno me dejan a uno un su poquito de chocolate” (Molendero Don Efraín, 15-03-2018). Lo anterior puede garantizar que las artesanas se conviertan en cliente seguro para el molino.

El ingeniero Baltasar Gonzáles, dueño de uno de los molinos, comenzó con el negocio en julio de 2014. Su principal interés al principio fue ofrecer un servicio de vital importancia para las artesanas chocolateras, ya que el municipio solo contaba con un molino para cacao, y se dio cuenta de la necesidad de hacer eficiente este servicio, por lo que adquirió en la ciudad de Puebla dos molinos adecuados para cacao. Es así como comenzó el negocio, al principio admite el ingeniero Gonzáles fue un poco difícil porque para las artesanas romper con el vínculo de fidelidad con el molino de Don Álvaro (†) representaba dejar atrás la tradición de acudir a uno de los molinos más antiguos en el municipio y al que habían acompañado por muchos años durante su trayectoria.

Durante cuatro años el ingeniero Gonzáles, ha podido conocer de cerca el proceso de producción de chocolate artesanal, pues al principio fue todo un reto al tener poco conocimiento del proceso. Actualmente el ingeniero además del molino ha comenzado un proyecto de negocio con su propia marca de chocolate artesanal “Atzacua”, este proyecto es parte de los planes del ingeniero

Gonzáles para contribuir a la revaloración de este producto y a detonar el desarrollo gestionando el mejoramiento en el proceso productivo del chocolate y de comercialización.

Las motivaciones que han llevado al ingeniero González a involucrarse en los procesos son de una profunda identidad con el territorio. Ser originario de Tuxtla Chico ha sido un elemento que explica la pasión que el ingeniero demuestra por su proyecto.

“Renuncié a la empresa, renuncié a lo que yo había estado haciendo durante casi veinte años...dije yo, vamos a empezar de cero, acá pues uno no tiene la quincena segura, pero algo se puede hacer, creo que va a ser de menos a más, es un proceso de construir porque no hay nada construido al menos en lo que yo voy hacer, y poco a poco ir buscando pues dentro del mismo ramo del cacao que cosas hacer...yo tenía la idea de meter la molienda en San Cristóbal, y tal vez me hubiera ido mejor, talvez no, no lo sé, pero si hubiera estado allá todavía en San Cristóbal haciendo producto...el hecho de meterse en los procesos y dedicarse de lleno te hace que a prueba y error vayas encontrando que puedes lograr...mi tía me dijo para qué te vas a San Cristóbal ponlo acá, y sí ya había yo detectado la necesidad, seis meses antes de poner el molino yo vine...” (01-03-2018).

b) Tamales

A continuación, se analiza el conjunto de actores con los cuales las artesanas establecen relaciones para el proceso de producción de tamales.

Chiríjes

Son comerciantes de los cuales no se tiene registro de la razón por la que se les llama *chiríjes*. La información que se pudo obtener sobre ellos durante el trabajo de campo es que son inmigrantes de Guatemala asentado en la zona fronteriza de la región Soconusco, y se dedican a comerciar especias y abarrotos.

Pollerías y carnicerías del mercado

Estos establecimientos, se encuentra en el mercado y zona centro de Tuxtla Chico. En el caso de las pollerías, ofrecen pollo en canal, el cual proviene de granjas de Tuxtla Chico y municipios aledaños. Las carnicerías ofrecen el producto inmediatamente después de la matanza ya sea de res o cerdo. Las artesanas perciben un incremento del precio de estos productos, por lo que consideran que esto les afecta al incrementarse los costos de producción.

Prestadores de servicios: Molenderos de maíz

La participación del molino de maíz es fundamental para la producción de tamales. Como muchos molinos en el país, en Tuxtla Chico los molinos comienzan a operar desde horas muy tempranas del día, esta es una práctica cultural configurada en el tiempo.

El molino de Don Manuel Carrasco (†) es el único molino de maíz en Tuxtla Chico. A pesar de que hay familias que cuentan con molino propio, las artesanas de Tuxtla Chico continúan con la práctica cultural de asistir a molinos como el de Don Manuel. Esto, fortalece el entramado de relaciones económicas y culturales en la sociedad local.

c) Pan artesanal

El tejido de relaciones entre los artesanos y los proveedores de insumos y/o prestadores de servicios no es densa, sin embargo, es importante señalar las características específicas que existen en estos actores.

Tienda de productos para la panificación: Tienda del Ahorro, La Bodeguita, Abastecedora Azur, Abarrotes Cruz (Tapachula), La Florida (Tapachula)

Se trata de comercializadoras que abastecen de insumos como harina, huevo, esencias, mermeladas, confituras, azúcar, entre otros productos como especias, chiles, semillas y plásticos y unigel. Estas comercializadoras de productos para la panificación abastecen de insumos a los talleres, algunos de ellos ofrecen créditos a los artesanos y otros únicamente se limitan a la venta al contado. Por más de catorce años la Tienda del Ahorro fue uno de los establecimientos que comenzaron a ofrecer productos al mayoreo, fue ésta la que abastecía a algunos talleres de algunos productos, otros preferían abastecerse con proveedores en Tapachula. Actualmente, aunque no proliferan estos establecimientos en el municipio los pocos que existen logran ofrecer productos a buen precio y establecer créditos de palabra.

“Antes yo compraba en La Bodeguita, pero, se llena mucho, todo el tiempo está lleno y no se puede ni pasar, entonces comencé a comprar huevo con Ceci Alegría de Abastecedora Azur, yo le dije que se animara a vender otros productos y ahora ahí compro con ella y da al mismo precio que en La Bodeguita...me da crédito apalabrado” (Artesano, Luis Recinos, 02-04-2018).

En las relaciones entre artesano productor-proveedor de insumos y prestadores de servicios, se ha identificado que existen actores que tienen que ver con la producción de chocolate y tamales,

estas relaciones se dan con las *canasteras del mercado*. Finalmente, los *leñadores* son actores muy importantes que configuran la red para la producción de alimentos artesanales.

La localidad de Tuxtla Chico, cabecera municipal y único poblado urbanizado del municipio, sostiene una estrecha relación con las comunidades rurales, pues para muchas mujeres ha representado por años la plaza principal para la venta de sus productos.

Las canasteras

Son llamadas así por su particular forma de presentar sus productos, disponen la cosecha de sus parcelas o huertos familiares en canastos para ofrecerlos en los mercados locales. Su participación en la vida económica del municipio es importante pues conforman un eslabón de suministro de agro productos, necesarios para la producción de algunos productos alimentarios importantes dentro de la cocina local.

Las artesanas chocolateras compran cacao con las canasteras, el cacao puede provenir de su cosecha o quizás de lo que compran a sus vecinos en la misma comunidad de donde ellas provienen. Las principales comunidades de donde provienen las canasteras que llegan al mercado de Tuxtla Chico son, primera y segunda sección de Guillén, La Toma y Margaritas.

Como se describió anteriormente, son quienes proveen de algunos productos locales. Al igual que los productores de chocolate, las productoras de tamales también generan relaciones con las canasteras, ya que con ellas adquieren chipilín, hoja para envolver los tamales (hoja seca de maíz, hoja blanca y de plátano), frijol camagua, maíz y masa nixtamalizada. Estas mujeres provienen de comunidades rurales del municipio. Estos insumos son perecederos por lo tanto las canasteras deben garantizar que se trate de productos frescos, por lo tanto, la relación entre las artesanas y canasteras se da en términos de confiabilidad.

Leñadores

Provienen de las comunidades rurales, hacen entregas a domicilio y en algunas ocasiones son los artesanos quienes van por la leña a las comunidades. Como se mencionó anteriormente la leña que más utilizan es la de zapote y laurel. De acuerdo con los acuerdos que se tengan con los artesanos son los días en que hacen la entrega, la leña es transportada en camionetas, triciclos o carretilla. Estos actores conocen cómo se comporta la demanda de leña entre los artesanos productores de chocolate, tamales y pan, con esta información, los leñadores logran establecer

en algunos casos acuerdos tácitos con los artesanos para disponer de este insumo en el momento que ellos lo requieran.

5.1.2 Relaciones al interior de la unidad doméstica. Transformación de la materia prima

Como ya se ha mencionado, la producción de los alimentos artesanales aquí estudiados se realiza en las unidades domésticas, es decir, en los hogares de los artesanos productores, en donde se ve involucrada la participación de la familia. Existe una capacidad de organización del trabajo en donde se involucran tanto los miembros femeninos como los masculinos. El que exista la participación tanto de mujeres como de hombres en la producción de estos alimentos habla de cierta flexibilidad en la división sexual del trabajo, sin embargo, la participación de la mujer es mayoritaria. A continuación, se exponen las formas de participación de la familia y trabajadores contratados en la manufactura del chocolate, tamales y pan artesanal en Tuxtla Chico.

La familia y mano de obra contratada

La familia como núcleo es el primer actor que intervine en la transformación de la materia prima. Esto, obliga a observar la emprendedora disposición de cada miembro de la familia y su forma de participación en el proceso de transformación del cacao en chocolate.

La dinámica de las familias se ve permeada por la producción artesanal de alimentos, pues un porcentaje del ingreso depende de esta actividad, siendo esta una de las estrategias que permite al grupo familiar garantizar su reproducción. El conocimiento y saber hacer se transmiten a través de un aprendizaje en la práctica diaria. Si bien en algunos casos el maestro o maestra artesana contratan mano de obra, existe algo muy puntual como una generalidad en esta actividad, y es que las personas contratadas, son personas que ya tienen ese conocimiento del proceso, el cual de la misma manera fue adquirido desde el seno familiar. Sin embargo, cuando son contratados siguen las formas y especificidades indicadas por el maestro artesano, a pesar de tener sus propias técnicas.

Los integrantes de la familia se involucran en la producción en los momentos establecidos para ello. Es el artesano quien toma las decisiones en torno a la producción, encargándose de seleccionar los ingredientes, así como de integrarlos de acuerdo con las cantidades de su receta.

Las actividades del hogar se combinan en torno a la producción. En el caso de la producción de chocolate, las artesanas comienzan muy temprano realizando algunas labores como preparar el

desayuno y la limpieza de la casa, después la higiene personal forma parte de los cuidados y preparación del cuerpo, previo a comenzar la producción. Las artesanas dicen que es importante porque cuando comienzan a trabajar el cuerpo se calienta y si el cuerpo se moja después de hacer chocolate el cuerpo se enferma, “agarrar uno fuego y tocar el agua fría agarra uno reuma y calambre en las manos” (Trabajadora en Chocolha Laparra, Doña Leo, 06-02-2018).

Las hijas e hijos también participan en la producción. Involucrarlos en la producción significa para los artesanos asegurar el aprendizaje de esta actividad, ya que en un futuro ellas esperan que sus hijas e hijos aprovechen este conocimiento para tener un ingreso cuando formen su propia familia.

En la producción de pan artesanal de Tuxtla Chico hay una gran participación de la familia. La producción la lidera el maestro panadero, quien es el dueño del negocio. Cuando los hijos son pequeños no se involucran en la actividad, sin embargo, cuando están en edad adecuada de asumir responsabilidades y tareas en el taller, forman parte del personal, trabajando como operarios, esta actividad la realizan de forma alterna a sus estudios.

La dinámica familiar se torna alrededor de esta actividad. La panadería artesanal en Tuxtla Chico, como en muchos pueblos de México, comienza la jornada desde muy temprano, en el taller de panadería es inevitable madrugar, ya que se requieren varias horas para el proceso de elaboración del pan. Por lo tanto, el trabajo para los panaderos comienza desde las cuatro de la mañana. El maestro panadero da las indicaciones de lo que se va a producir en el día, y así comienza la jornada, haciendo los amasijos y colocando algunos en las artesas, otros amasijos son cortados de inmediato y se les da forma para colocarlos en las latas.

El papel de la mujer es fundamental, en esta dualidad espacial entre hogar y unidad productiva, la esposa del maestro panadero es quien se encarga de preparar los alimentos para los panaderos, además de otras labores en el hogar. Se identificaron talleres en donde son las mujeres las dueñas del negocio y lideran la producción, por ello, otra persona se encarga de preparar los alimentos que por lo general es la empleada doméstica.

Tuxtla Chico, por ser municipio fronterizo, históricamente ha tenido la participación de guatemaltecos y centroamericanos en el mercado laboral, y la panadería artesanal ha conferido a la mano de obra inmigrante una oportunidad de empleo. No hay taller en Tuxtla Chico en el que no se encuentre al menos un trabajador inmigrante o en el que no haya trabajado en algún

momento uno de ellos. Sin embargo, muchos de estos inmigrantes, encuentran en este espacio solo una oportunidad de paso para continuar su camino hacia la frontera norte y lograr ingresar a Estados Unidos, otros deciden quedarse e incluso instalan su propio taller de panadería en Tuxtla Chico, como Don Erasmo, migrante guatemalteco quien comenzó trabajando en uno de los talleres de Tuxtla Chico y ahora renta un taller con horno de leña en donde solo trabaja él. Don Erasmo trabaja toda la tarde y parte de la noche, porque al día siguiente desde las cinco de la mañana va con su esposa a vender la producción a Santo Domingo un poblado de Unión Juárez. Su esposa e hijas también le ayudan en la comercialización desde casa, la cual también rentan, por la tarde sacan una mesa para colocar el canasto con el pan que les ha quedado de la mañana.

En la mayoría de los talleres el personal no trabaja bajo contrato, los dueños argumentan que la razón de ello es porque hay mucha rotación de personal, no les gusta el trabajo o no se sienten a gusto y se van. Por lo tanto, se entiende que existen contratos laborales no formales, que si bien son de mutuo acuerdo, dejan en desventaja al trabajador. En el caso de los trabajadores migrantes, esta situación se vuelve más compleja ya que las regulaciones que existen actualmente en México para la frontera Sur- Sureste exigen a los empleadores realizar complicados trámites administrativos que terminan siendo inadecuados (Martínez, 2014).

A pesar de lo anterior, la participación del migrante en esta actividad, como en muchas otras actividades económicas y productivas en la región Soconusco, es uno de los nexos culturales que históricamente conforman la dinámica regional.

5.2 Participación de los actores en las formas de comercialización

La comercialización principalmente la realizan los artesanos. Las principales plazas para vender sus productos son los mercados locales de Tuxtla Chico, Cacahoatán y Tapachula. En algunos casos los artesanos logran colocar su producto con locatarios de los mercados y en algunas tiendas de abarrotes de municipios aledaños. Sin embargo, la principal forma de comercialización es a nivel familiar.

El papel que juega la familia para la comercialización de los alimentos artesanales es fundamental. Por años vender el chocolate, tamales y pan desde la unidad doméstica ha sido una forma orgánica que les ha permitido a las familias obtener mayores ingresos evitando a los

intermediarios. Además, a través de la familia se han tejido redes que permiten hacer llegar el producto al consumidor final.

Se identificó en la encuesta aplicada al artesano Antonio Moreno que este sostiene relación con la comercializadora AlterNatura⁹. El artesano considera que a través de esta comercializadora se garantiza la venta de su producto (chocolate de mesa), ya que la comercializadora logra colocar los productos en plazas como centros comerciales, supermercados y aeropuertos. Este intermediario es un medio para dar a conocer su producto, ya que tiene clientes que compraron su producto por primera vez en el aeropuerto y actualmente le hacen pedidos directamente y él se encarga de hacer los envíos.

Por lo anterior, puede decirse que este tipo de intermediarios pueden ser en ocasiones un *mecanismo puente*, es decir, el intermediario desaparece en el momento en el que el cliente deja de adquirir el producto en el punto de venta, en este caso el artesano refirió como punto de venta a la empresa Walmart, que es un canal importante de comercialización dentro del sistema hegemónico. Los productos que los intermediarios identificados logran colocar en diferentes plazas son vendidos con la etiqueta de la propia marca del artesano.

Una situación diferente a la anterior se observó durante trabajo de campo en el mercado San Sebastián en Tapachula, donde algunos comerciantes empaquetan las tabletas de chocolate colocando su propia etiqueta al producto. El chocolate que expenden es elaborado en Tuxtla Chico y los artesanos lo venden con conocimiento de que los comerciantes colocan etiqueta a su producto. Esto deja en total anonimato a los artesanos o familia productora, sin embargo, esta forma de comercializar les garantiza a ellos la venta de su producto.

⁹La comercializadora AlterNatura, dirigida por el ingeniero José Alfredo Ocaña, es una empresa dedicada a la comercialización de productos regionales, artesanales y orgánicos. De presencia en todo el estado de Chiapas, establece con los productores acuerdos verbales para venta a consignación. Los requisitos para poder comercializar a través de AlterNatura son contar con un producto que tenga empaque con código de barras, y que indique la caducidad del producto, y que el productor pueda emitir factura. En la agroindustria de productos no tradicionales no pueden identificarse regulaciones formales y homogéneas, sino la aplicación de criterios de calidad diversificados establecidos por los clientes de los variados y específicos productos (por ejemplo, la etiqueta de contenido nutricional e indicaciones de producción orgánica). Los desarrolladores de productos no tradicionales se encuentran constantemente innovando procesos. Esto les posibilita no sólo el cumplimiento de normas externas de calidad, sino la producción de criterios endógenos de calidad (que destacan la cualidad única, tropical, y Soconuscoense, de los productos), con base en la experiencia que los productores han desarrollado. En: Fletes Ocón, Héctor B., Ocampo Guzmán, Guadalupe y Valdiviezo Ocampo, Guillermo (2016). Dinamismo de la agroindustria en el Corredor Costero de Chiapas, México. Coordinación y competitividad territorial. Mundo Agrario, 17(36), e037. Consultado en: <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe038/7785>

En la vida cotidiana se construyen espacios sonoros en los cuales la sociedad interactúa clasificando cada sonido según su utilidad, por ello cada sociedad acoge sonidos que le sirven para desarrollar actividades económicas y productivas obteniendo una remuneración (Jamaica, 2016). Esto ocurre para los tamales y el pan en Tuxtla Chico, ya que la comercialización de estos productos toma un sabor diferente.

Estos alimentos se ofrecen al día y calientitos, ya sea el artesano, un vendedor contratado por el mismo artesano o un revendedor van pregonando por las calles la venta de los tamales y pan (Ilustración 5), según sea el caso. Recorren las calles por la mañana o por la noche, tienen una ruta establecida la cual transitan en el tiempo necesario para terminar sus productos. A partir del registro de diferentes gritos e incluso sonidos, los clientes salen a su encuentro para comprar. La memoria del colectivo reconoce y se nutre a través de uno de los elementos fundamentales de la comunicación en la sociedad, los códigos.

¡Tamales! ¡Tamales de mole! ¡Tamales de chipilín! ¡Tamalito de elote!

¡Va a querer tamales!

Gloria, es una de las artesanas reconocidas en el pueblo, cada mañana ella sale a vender sus tamales y enchiladas. Ver a Gloria por la calle sin dejar de saludarla y recibir de ella gran picardía es inevitable, pues Gloria, tiene gran capacidad de comunicación desarrollada a partir de su limitación verbal, lo que se ha convertido en su mejor estrategia mercadológica. Por las calles de Tuxtla Chico no hay día que no se escuche el pregón al estilo de Yoyita como algunos le dicen de cariño.

Los mercados como ya se ha mencionado son un espacio importante para la comercialización de los alimentos artesanales. En el mercado San Sebastián y San Juan ubicados en Tapachula, se identificaron artesanas productoras de tamales, estas artesanas provienen de comunidades rurales del municipio. Si bien este grupo de mujeres rurales no fueron sujeto de estudio en esta investigación, esto permite distinguir una particularidad en la forma de comercialización de este producto. Las artesanas de las comunidades rurales de Tuxtla Chico salen a otros municipios para poder vender sus productos, mientras que las artesanas de Tuxtla Chico limitan su espacio para la comercialización en esta localidad. Más adelante se explica cómo es entonces que el consumidor es el que busca estos productos.

La competencia entre las artesanas es evidente. Cada una se defiende reconociendo la calidad de su producto. Sin embargo, la mejor publicidad es la de boca en boca, y hay a quienes esto les ha favorecido. Doña Petra, por ejemplo, ha logrado posicionarse como una de las artesanas productora de tamales más reconocida, su fuerte labor la ha llevado a aumentar su producción y a organizarla a nivel microempresarial.

Para Doña Petra, ya no es necesario salir a las calles a vender sus tamales, los clientes llegan a su domicilio en donde tiene su pequeño taller de producción, una modesta galera en donde se configura el espacio de trabajo con mesas largas, fogones, el rincón para la leña, lavadero y tanque de piedra, y un pequeño jardín al frente que ha sido por años la sala de espera de los clientes.

Después de la producción, “sus muchachas” como se refiere Doña Petra a las mujeres que trabajan con ella, se retiran. A partir de las cuatro de la tarde comienza la venta y es Doña Petra quien se encarga de atender a sus clientes. La relación que ésta artesana sostiene con ellos, permite establecer acuerdos sobre los encargos de tamales. La particularidad aquí es el reconocimiento explícito que los consumidores tienen hacia Doña Petra. Además, la estrecha confianza que se ha generado entre la artesana y los consumidores compromete a cumplir con las expectativas del consumidor, permite un juego de palabras que evocan una conversación amena y de confianza.

Otra forma de comercialización identificada en el caso de los tamales es la venta del producto a través de un intermediario. Se ha identificado de acuerdo con la encuesta que, una de las artesanas entrega tamales a la panificadora “María Candelaria” tres veces por semana. El propietario de esta panificadora es hijo de Don Casimiro Bonilla Pizano (†), uno de los más reconocidos empresarios de Tuxtla Chico en la década de los sesenta, quien se dedicaba a la panificación.

El reconocimiento y arraigo al territorio puede observarse como un factor determinante para la comercialización de este producto alimentario. A pesar de que las artesanas no cuentan con mecanismos que les permitan distribuir directamente sus productos, debido a su baja o nula capacidad financiera, logran a través de este reconocimiento, establecer acuerdos comerciales no formales.

Estas formas de comercialización son una práctica cultural que predomina en Tuxtla Chico, y consisten en ofrecer un producto recién elaborado, vanagloriando los sabores y propiciando la interlocución que nutre y reproduce a una sociedad que se identifica con una cultura alimentaria ligada a productos locales.

Por otro lado, la comercialización del pan se hace en los expendios. Los clientes esperan en el establecimiento, principalmente los provenientes de las comunidades están puntuales para comprar pan recién horneado. Además del expendio, el pan se comercializa en los mercados locales y pregonando por las calles.

Las canasteras o canasteros de pan son revendedores que llevan el producto a las comunidades rurales del municipio y también venden en los mercados locales. Estos actores son importantes para las panaderías porque además de garantizar la venta, es una forma de dar a conocer su producto en otros lugares fuera de Tuxtla Chico.

Ilustración 5 Vendedor de pan en triciclo



Fuente: Imagen obtenida durante trabajo de campo, 2018.

5.3 Mercado y relaciones de consumo

Los mensajes que los artesanos hacen llegar a los consumidores contienen una carga de códigos y significados que se perciben no solo a través de la comunicación verbal sino también a través de sonidos y el olfato. Este sistema de códigos y significados, se guardan en la memoria de los

consumidores quienes son parte del colectivo social que expresa a través de sus preferencias su identidad territorial.

Algunas familias producían dos de estos alimentos (chocolate y tamales) para el autoconsumo, sin embargo, esta práctica ha ido disminuyendo en la cotidianidad familiar, siendo desplazada por la compra de estos alimentos con los artesanos. Esto tiene que ver con la participación de las mujeres en muchos espacios laborales, ya que históricamente en diversos contextos del México actual se supedita a la mujer a los aspectos relacionados al hogar y esto incluye la cocina y la alimentación de la familia. Por lo tanto, puede decirse que la labor de las mujeres artesanas permite la reivindicación de la mujer en las actividades económicas de los hogares que además hoy en día permite la reproducción de saberes de la cocina local y el sostén de una cultura alimentaria tradicional.

La forma tradicional de consumir el chocolate es como bebida caliente que comúnmente se le conoce como chocolate de mesa, aunque también puede consumirse como una bebida fría, es, además, una golosina y se usa como ingrediente para la preparación de postres. Los tamales se consumen como desayuno, y el pan se come por las mañanas o por las noches con café o chocolate.

Estos alimentos son importantes en momentos festivos, religiosos e incluso luctuosos. En Semana Santa, por ejemplo, la tradición marca que los ahijados lleven a los padrinos una canasta que incluye tabletas de chocolate artesanal y pan, además de otros dulces y fruta. En los bautizos, después del acto bautismal, se ofrece chocolate con pan en un momento previo al desayuno. En las primeras comuniones es tradición dar a los invitados tamales como desayuno. Durante las fiestas decembrinas se comparten tamales y chocolate caliente con los familiares y amigos, y en los velorios también se da chocolate, tamales y pan a quienes acompañan a los dolientes. Las festividades, así como los actos rituales o ceremoniales en los pueblos constituyen mecanismos de cohesión social en donde la comida tiene un papel fundamental como elemento indispensable para la reproducción de la identidad colectiva (Meléndez y Cañez, 2008).

Se bebe chocolate para dar consuelo al corazón, “nos da calorías cuando el clima está fresco o cuando estamos muy apachurrados en los velorios”
(Consumidora, Emma López Cano, 22-02-2018).

El mercado local es el más importante para los artesanos, a través de este se logra tejer redes familiares y de amistad que son un vehículo para la comercialización de su producto. Algo muy

particular que se ha identificado, es que parte de estas redes son conformadas por emigrantes del lugar, esto indica que, a pesar de haber migrado de Tuxtla Chico, las personas conservan un apego al territorio basado en el gusto y el sabor en la memoria. La migración no anula el apego y el sentido de pertenencia, pues el territorio no es únicamente un espacio de los modos de producción y de la organización del flujo de mercancías, capitales y personas, sino también un conjunto de significados y el andamio que permite la construcción de relaciones simbólicas (Giménez, 2001, 2007).

A distintas latitudes del estado de Chiapas, de la República Mexicana (Tuxtla Gutiérrez, Monterrey, Tamaulipas, Distrito Federal, Cuernavaca, Los Cabos, Guadalajara, Veracruz) e incluso fuera del país (El Salvador, Nicaragua, Cuba, etc.), los tuxtlachiquenses hacen envíos a familiares y amigos de paquetes que contienen productos locales. Las razones son muchas, como la que comparte Doña Odulia Calderón, quien envía chocolate a sus familiares que viven en Monterrey, cuenta que a ellos les gusta mucho el chocolate de Tuxtla Chico, “porque el chocolate de aquí no es químico, es natural, lo hacen las manos poderosas de las personas” (22-02-2018). Los alimentos artesanales, representan para los tuxtlachiquenses una tradición de profundas raíces, es conservar la cultura heredada de los abuelos.

A pesar de su movilidad hacia otros lugares de la república por diversos motivos, la población no deja de hacer pedidos de productos locales a sus amigos y familiares. Pues como afirma Gilberto Giménez, “se puede abandonar físicamente un territorio sin perder la referencia simbólica y subjetiva al mismo a través de la comunicación a distancia, la memoria, el recuerdo y la nostalgia” (2001: 13).

“El chocolate es un orgullo, ya que es un producto cien por ciento artesanal, y es hecho con las manos de nuestras productoras chocolateras del pueblo” (Consumidor, Jonathan, 22-02-2018).

Los consumidores reconocen en la producción de alimentos artesanales, una actividad económica importante para el municipio, pues es una fuente generadora de empleo que permite a los artesanos obtener un ingreso económico.

“...donde quiera tienen sus letreritos y la gente busca donde lo hacen. Es tradición y es un medio de vida para quien lo hace” (Consumidora, Emma López, 22-02-2018).

Las preferencias de los consumidores se expresan a partir del gusto, percepciones, la memoria, la confianza, el reconocimiento, la solidaridad e incluso el sentido de vecindad. “Por lo general

compro tamales con una señora que vende en el mercado, se los encargo y me los trae o me los mando a traer” (Consumidora, Ana Navarro, 23-02-2018). Los clientes conocen a los artesanos en cuanto la calidad de los tamales que ofrecen. En ese sentido se genera un vínculo entre las artesanas productoras y el consumidor.

La calidad de estos alimentos es reconocida no solamente por el producto *per se*, sino que está vinculada con el territorio. Si bien el concepto de calidad ha sido aceptado como un aspecto político, y como la forma cultural que constituye la globalización (Rodríguez, 2012), es casi imposible que los consumidores tradicionales lleguen a un acuerdo de lo que es la calidad. Sin embargo, existen parámetros mínimos de carácter implícito y explícito que el producto debe cubrir (Matus, 2012). Como lo expresaron los consumidores mediante la entrevista realizada en trabajo de campo, en el caso del chocolate artesanal, estos parámetros son, la cantidad adecuada de azúcar y de cacao, que se trate de un grano producido en el municipio, y que se sigan los procesos tradicionales específicos de elaboración del chocolate artesanal. Aquí, la polifonía de parámetros como lo llama Max Matus aún sigue una traza del discurso popular, ponderando el origen geográfico del producto, las tradiciones y la tipicidad del alimento.

El consumidor local confía en el saber-hacer de las artesanas. Con esto se demuestra que, “la calidad es un hecho subjetivo, y está asociada a características como los gustos de cada individuo o preferencias marcadas por el grupo social, las cuales están determinadas culturalmente” (Amaya et al., 2016: 35).

Los factores que determinan la percepción de la calidad por el consumidor tuxtlachiquense, entran en relación con el conocimiento local/territorial sobre los alimentos en este espacio geográfico. La población tiene una cosmovisión específica y son ellos quienes objetivan los parámetros de calidad (Amaya et al., 2016), en la materialización del producto, las prácticas incorporadas y el reconocimiento hacia quien produce el alimento.

“La calidad depende de donde vengan quien los haga se come con confianza, porque hay muchas que hacen tamales, pero no todas preparan igual” (Consumidora, Angélica Laparra, 22-02-2018).

Consumir estos alimentos para los tuxtlachiquenses representa además de un alimento que pueden disfrutar en casa en compañía de la familia o un antojo para cualquier hora del día, la herencia de los antepasados, tradición que permite conservar la cultura local. Para la población local es un orgullo hablar de sus alimentos y sumamente importante poder compartirlos con los

que llegan de otros lugares o llevarlos a cualquier ciudad que visiten. “Es un privilegio de Tuxtla Chico, no en cualquier parte se dan los tamales ricos” (Consumidor, Casimiro Aquino, 23-02-2018). Los artesanos no pierden de vista lo importante que es conservar la calidad de sus productos, porque así fortalecen la confianza con los consumidores.

“Imagínese cuando viene mucha gente de donde quiera, como me siento de contenta, vienen las personas que ni me lo espero y ¡Ah! me abrazan, me sorprenden, gente muy humilde y para mí es muy bonito poder servirle a la gente...tengo que cumplir con la gente, porque ya siento que es una obligación y un deber servirle a la gente” (Artesana, Doña Petra, 2017).

La frecuencia en el consumo de pan en el mercado local es de una vez al día, ya sea en la mañana, por la tarde o por la noche, ya que el consumidor local toma decisiones de compra, en función al pan que desee comer en el día, o la ubicación de la panadería, así como un vínculo con el artesano que entraña un sentido de solidaridad o de vecindad. El arraigo se transfiere, se adoptan las costumbres aprendidas de sus padres o abuelos.

“Son alimentos que mi abuelita me enseñó a comer, ella su café con su pan todos los días, ¡Y como son costumbres de aquí!” (Consumidora, Denisse Flores, 22-02-2018).

La relación con las instituciones de gobierno es casi nula. No se ha logrado la articulación efectiva de estos actores con los artesanos. El artesano Antonio Moreno argumentó que recibieron como parte de un proyecto de la secretaría de economía, maquinaria para la producción de chocolate, la cual no utilizan actualmente porque no es acorde a sus necesidades. En el caso de la Secretaría de Turismo, la vinculación se da con un pequeño grupo de comerciantes de artesanías y productores de chocolate artesanal que, dos veces al mes se reúnen en el parque central para recibir a los turistas que llegan a través de una tour operadora. Se trata de turistas que llegan en los cruceros que arriban en el Puerto Chiapas. Los turistas son llevados a la zona arqueológica de Izapa y después al parque central de Tuxtla Chico, donde los comerciantes y productores los reciben con bailables regionales, hacen una demostración de la elaboración de chocolate artesanal y venden sus productos.

CONCLUSIONES

La producción de alimentos artesanales se enfrenta a un enorme reto ante la fuerza de la globalización que trae consigo la mercantilización de los alimentos, poseedores de características utilitarias carentes de significados identitarios que tienen como propósito principal la búsqueda de la ganancia.

A lo largo de este documento se han delineado aspectos importantes que permiten tener un panorama en el que se reconoce fundamentalmente que existe una problemática de la oferta de alimentos a nivel mundial, donde la ventaja del sistema alimentario industrial en las escalas de poder intenta acaparar todos los espacios y lacerar las fibras que sostienen la identidad de los pueblos, una de ellas, la cultura alimentaria.

En México existe una emergente necesidad de estudiar la importancia de los alimentos artesanales desde enfoques diversos. Se han realizado investigaciones, principalmente de quesos artesanales, enfatizando en aspectos de calidad e inocuidad, de la cadena agroalimentaria y su valor en los mercados nacionales e internacionales. Sin embargo, la importancia de estos alimentos trasciende aspectos normativos de las regulaciones en los acuerdos comerciales.

Las aproximaciones teóricas permitieron un marco para la conceptualización de los alimentos artesanales, concepto que se fue redefiniendo y comprendiendo al ubicarlo en la realidad concreta del territorio de Tuxtla Chico, Chiapas. Con ello se puede decir que, los alimentos artesanales son aquellos que en su proceso de elaboración interviene la fuerza humana, aunque pueden emplearse instrumentos y herramientas (incluso maquinaria, pero sin que su intervención exceda más del cincuenta por ciento en el proceso). Son alimentos artesanales porque son el resultado del aprovechamiento de los recursos locales, el uso de ingredientes químicos y saborizantes artificiales no son indispensables puesto que los consumidores identifican sensorialmente sabores, olores y texturas que corresponden con el proceso y los ingredientes naturales con los que cuenta el territorio.

Los niveles de producción de estos alimentos corresponden al nivel de la demanda que, a diferencia del sistema alimentario industrial, esta producción busca satisfacer la necesidad alimentaria acorde con lo que el consumidor local declara y asume como un producto de calidad y de acuerdo con lo que requiera consumir en el día. Los consumidores locales tienen una relación estrecha con los artesanos productores. Existe ese reconocimiento, confianza y

reciprocidad. Entendiendo esto como esa carga de códigos, que permiten establecer cierto intercambio de información, pues los consumidores locales en Tuxtla Chico son capaces de expresar directamente al artesano sí la calidad del producto le parece o no, si algo en el día es diferente y si el producto no le agradó. Al igual que es capaz de expresar su reconocimiento al buen trabajo del artesano.

Los alimentos artesanales son bienes que siguen ritmos naturales de producción, el espacio para su comercio se cohesiona al paisaje local. A través de los alimentos artesanales la sociedad tuxtlachiquense expresa sus preferencias relacionadas con la memoria gustativa tradicional y desde la cotidianidad reproduce la cultura alimentaria local, misma que es susceptible a cambios y adaptaciones de acuerdo con las transformaciones socioculturales.

A lo largo de la historia de Tuxtla Chico la producción de los alimentos artesanales se ha territorializado, los actores sociales que participan en ella son parte de ese bagaje cultural de flujos comerciales y económicos, son muestra de que a pesar de las divisiones de fronteras económico-administrativas, no hay fronteras que coarten las libertades humanas de tránsito en los territorios que por siglos han sido suyos y que les han permitido a las personas hacer conexiones comerciales, económicas, laborales y más allá de las relaciones mercantiles existen conexiones para el intercambio cultural entendiendo cultura a toda aquella riqueza de símbolos y significados, a través de las costumbres y tradiciones que también se expresan en los alimentos.

Las relaciones que se tejen en la producción de alimentos artesanales actúan en defensa de formas y prácticas alimentarias ancladas en Tuxtla Chico. Estas relaciones sociales, económicas y culturales son el motor que pone en marcha el sistema alimentario tradicional y funcionan como freno al sistema alimentario industrializado que pretende modificar el tejido social y apropiarse de este sistema económico local.

El mundo actual está en una constante reconfiguración y es preciso generar estrategias que integren actividades productivas que han sido por años formas de vida y sobrevivencia de las sociedades que tienen una profunda base cultural. Los elementos de especificidad territorial brindan la posibilidad para trascender como estrategia productiva de revalorización territorial desde los sistemas alimentarios tradicionales.

Las interacciones suceden en el ámbito de una institucionalidad socialmente construida y que reglamenta las acciones de los actores locales. El poder establecido entre los diferentes grupos de actores, la confianza y la cooperación, son factores necesarios para la construcción social de un territorio (Flores, 2007). En este contexto, se presenta la posibilidad de la revalorización de los alimentos artesanales analizados en este trabajo desde la diferenciación y especificidad que le confiere el territorio. En donde las actividades que llevan a cabo los actores para dar como resultado la producción de alimentos artesanales constituye el tejido de relaciones sociales que dan pauta al establecimiento de proyectos colectivos de participación conjunta y de este modo sean los actores los principales agentes para el desarrollo local.

A partir de este estudio, se han dejado al descubierto las potencialidades del territorio y del saber hacer local, con el objetivo de evidenciar las formas de organizar la producción de los alimentos artesanales que han sido por años forma de sustento local, que la población tuxtlachiquense reconoce como parte de su patrimonio, pero que no ha logrado detonar e insertarse como un motor de desarrollo. Sin embargo, ya existe una trayectoria en estos procesos de aprendizaje y transferencia de conocimiento a través de redes en las que fluye información necesaria para establecer un proceso de innovación y competitividad territorial.

Se pudo demostrar que las unidades domesticas de producción de alimentos artesanales locales, son parte de entornos que tienen la capacidad de conocer, de aprender y de actuar, lo que les convierte en una especie de cerebro que interviene en la dinámica de una economía local (Vázquez, 2011).

La organización para la producción posee características específicas que son el vehículo que facilita la inserción de los sistemas productivos en el sistema de relaciones socioculturales (Vázquez, 2011). Este sistema de relaciones a su vez, generan circuitos de intercambio de mercancías, que además como se comprueba en este estudio, el fin del trabajo no es la riqueza sino una forma de vida.

La reflexión sobre la importancia que tienen los alimentos artesanales tiende un puente hacia la construcción teórica que permita analizar los aspectos de la relación entre producción y consumo. Además, da la oportunidad de construir una narrativa diferente que contribuya a reflexionar sobre la naturaleza misma de los alimentos y reclamar por la permanencia de formas

de producir, transformar y consumir los alimentos con numerosos matices importantes para nuestra sociedad.

Aunado a lo anterior, es importante recalcar una situación que ha sido común denominador en el desarrollo de los pueblos y comunidades en México, y es la falta de trabajo conjunto por parte de la sociedad local y las autoridades en los tres niveles de gobierno (municipal, estatal y federal). Este es el caso de Tuxtla Chico, durante el proceso de investigación pudo identificarse la falta de gestión por parte de las autoridades locales para desarrollar proyectos que involucren la participación de los artesanos productores de alimentos artesanales. Además, se identificó la desconfianza y falta de información de los artesanos para poder operar en la formalidad fiscal, esta situación limita a los artesanos para obtener créditos y financiamientos que les permitan mejorar las condiciones de trabajo (infraestructura, utensilios, herramientas y en algunos casos maquinaria), también los limita para elaborar productos de mejor calidad, a tener capacitación para mejorar sus finanzas y tener mayor control de gastos, así como lograr insertarse en canales cortos de comercialización lo cual contribuiría a maximizar sus ingresos y disminuir las mermas.

Por otro lado, a pesar de tener elementos para potenciar esta actividad como uno de los motores del desarrollo local en el territorio, los actores involucrados no logran la cohesión que les de paso convertirse en agentes del desarrollo. El asociativismo queda fuera de las iniciativas que los artesanos han emprendido, pues la identificada como en el caso de la cooperativa de artesanos y comerciantes que reciben a los turistas de los cruceros no emprende proyectos porque los miembros de la cooperativa no logran llegar a acuerdos y el único fin de su organización es para las exposiciones y venta de productos en el momento en el que llegan los turistas.

Por lo tanto, considerar este estudio como una aproximación no solamente en términos teóricos, sino como el análisis del contexto territorial y de una parte que integra al sistema alimentario local y su funcionamiento, contribuiría a plantear propuestas de revalorización de los alimentos artesanales en Tuxtla Chico y desarrollar proyectos a mediano y largo plazo para mejorar las condiciones de vida de los artesanos y de la sociedad local.

Entre las propuestas que pueden considerarse, está la de integrar a Tuxtla Chico en los proyectos de desarrollos turísticos en la frontera sur, donde se proyecte la imagen del municipio como

productor de alimentos artesanales. Esto permitiría trazar nuevos caminos hacia el desarrollo local desde la actividad turística como una de las alternativas.

En efecto, la revalorización de los alimentos artesanales permitiría la revalorización del territorio como un lugar con identidad propia en el que los actores sociales decidan en torno a la dinámica territorial. Por ello, se sostiene que la producción de alimentos artesanales puede ser un vector del desarrollo local, siempre y cuando las estrategias que se desarrollen sean sólidas y se encadenen a otras actividades productivas como las del sector primario y el sector terciario.

Aprovechar las potencialidades de los alimentos artesanales como alimentos territorializados les confiere a estos especificidad y tipicidad, lo que funciona como una alternativa para la producción y consumo. Ampliar la base de consumo local y regional resulta una ventaja al cerrar la oportunidad para las compañías de alimentos industrializados, de esta forma la economía local se consolidaría.

Las formas específicas de producción, comercialización y consumo de los alimentos artesanales en Tuxtla Chico son la evidencia de una cultura alimentaria local que persiste, lo cual se logra gracias al tejido social y la red de relaciones económicas y culturales que permiten la reciprocidad entre la sociedad tuxtlachiquense. Son justamente estos elementos los que dan fuerza a cualquier propuesta que se plantee en busca del desarrollo del municipio de Tuxtla Chico.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Piña, Paris (2010). El maíz en la evolución cultural de Mesoamérica: desarrollo de saberes e inteligencia alimentaria. México: Diario de Campo. Nueva Época.

Aguilar Piña, Paris (2014). Cultura y alimentación. aspectos fundamentales para una visión comprensiva de la alimentación humana. Anales de antropología. México, Vol. 48-1, Pp. 11-31.

Aguirre, Patricia (2013). La comida refleja las relaciones sociales. Imneuquen. Consultado el 29 de enero de 2018 en <https://www.imneuquen.com/la-comida-refleja-las-relaciones-sociales-n195145>

Amaya Corchuelo, Santiago, Sánchez Vega, Laura, Aguilar Criado, Encarnación, Espinoza Ortega, Angélica (2016). Percepción del consumo de producciones de calidad. Los casos del quesillo de Oaxaca, México, y el jamón ibérico de bellota de España. En: Mercados y Desarrollo Rural Sustentable, Marie-Christine Renard Hubert (Coordinadora). Red Sial, Conacyt y Colofon.

Arias L, Losada H, Rendón A, Grande D, Vieyra J, Soriano R, Rivera J and Cortés J (2003). Evaluation of Chipilín (*Crotalaria longirostrata*) as a forage resource for ruminant feeding in the tropical areas of Mexico. *Livestock Research for Rural Development. Volume 15, Article #33*. Retrieved May 15, 2018, from <http://www.lrrd.org/lrrd15/4/aria154.htm>

Barros, Cristina y Buenrostro, Marco (2007). Panadería mexicana: panes con sabor. Revista Ciencia. Consultado en: https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/58_2/PDF/07-563.pdf

Berthoud, Gérald (1996). Mercado. En. W. Sachs (editor), Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder, PRATEC, Perú. Pp. 132-155.

Bertoncello, Rodolfo (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias, 29-50.

Blanco Wells, Gustavo, Arce, Alberto, Fisher, Eleanor (2016). Intersubjetividad y domesticación en el devenir de una región global: territorialización del salmón en la Patagonia chilena.

Bustos Cara, Roberto (2004). Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. Argentina: Aportes y transferencias, año/vol. 8 núm. 002. Universidad Nacional de Mar del Plata. Pp. 11-24

Calle Collado, Ángel, Soler Montiel, Marta, Vara Sánchez, Isabel y Gallar Hernández, David (2012) La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales. Interface: a journal for and about social movements, Volume 4 (2): 459 - 489

Camou Healy, Ernesto (2008). Nutrir la persona, nutrir la identidad. Reflexiones filosóficas sobre antropología y cultura alimentaria. En: Cultura y seguridad alimentaria Enfoques conceptuales, contexto global y experiencias locales. Sergio A. Sandoval Godoy Juana María

Meléndez Torres (coordinadores) Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C., México: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.

Calisto Friant, Martin (2016). Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos Iconos. Revista de Ciencias Sociales, núm. 55, Pp. 215-240 Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Quito, Ecuador

Campos Tihui (2016). Soberanía alimentaria en América Latina. Propuestas agroecológicas para su aplicación. En: Mercados y desarrollo local sustentable / Coordinadora Marie-Christine Renard Hubert. Ciudad de México: Red SIAL-México; conacyt; Colofón. Pp. 269-283

Carrasco I Pons, Silvia (2003). Orientaciones teóricas y formulación de problemas en el estudio socioantropológico de la alimentación. Alteridades, vol. 13, núm. 26. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, pp. 105-113.

Carrasco Henríquez, Noelia (2007). Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas alimentarios contemporáneos. Estudios Sociales, vol.16, núm. 30. México: Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C., pp. 79-101.

CEIEG (2016). Superficie sembrada por tipo de cultivo. Perfiles municipales. Consultado en: <http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/Inicio>

Chávez Quiñones, Evelia, Roldán Toriz, José, Sotelo Ortiz, Blanca Estela, Díaz, Julio Ballinas, López Zúñiga, Erika Judith (2009). Plantas comestibles no convencionales en Chiapas, México. RESPYN. Revista Salud Pública y Nutrición. Consultado en: http://respyn2.uanl.mx/x/2/comunicaciones/comunicacionplantas_comestibles_chiapas.htm

CONEVAL (2009) Informe de evolución histórica de la situación nutricional de la población y los programas de alimentación, nutrición y abasto en México. Consultado en: <https://www.coneval.org.mx/InformesPublicaciones/Paginas/Mosaicos/Informe-de-Evolucion-historica-de-situacion-nutricional-de-la-poblaci%C3%B3n.aspx>

Contreras Hernández, Jesús (2012). Los alimentos modificados ¿El omnívoro desculturalizado? Gazeta de Antropología. Pp.1-15

Contreras Hernández, Jesús (2005) La modernidad alimentaria. Entre la sobreabundancia y la inseguridad. Revista internacional de sociología. No. 40. Pp. 109-163

Contreras Hernández, Jesus y Gracia Anáiz, Mabel (2005). Alimentación y cultura. Primera edición. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Coraggio, José Luis (1993). La construcción de una economía popular: vía para el desarrollo humano. Instituto Fronesis. Consultado en: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%2520para%2520descargar>

Coraggio, José Luis (2003). Ponencia presentada en el Panel: “Nuevas formas y figuras ocupacionales: informalidad y redes de la economía social”, del Seminario “El Estado de las relaciones laborales en Argentina, Nueva realidad emergente en el contexto del MERCOSUR”, Buenos Aires.

Consulta plantas (s/f). Fichas de plantas con sus cuidados desde el 2011. Consultado en: <http://www.consultaplantas.com/index.php/plantas-por-nombre/plantas-de-la-a-a-la-c/1041-cuidados-de-la-planta-calathea-lutea-o-bijao>

Cotula Lorenzo, Djiré Moussa y W. Tenga Ringo (2009). El derecho a la alimentación y el acceso a los recursos naturales. Utilización de argumentos y mecanismos basados en los derechos humanos para mejorar el acceso a los recursos por parte de la población desfavorecida de las zonas rurales. FAO.

Counihan, Carole y Van Esterik, Penni (1997). Introducción. En Food and culture: A reader. New York and London: Routledge.

De Felipe Boente, Isabel y Briz Escribano, Julian (2004). Seguridad y trazabilidad alimentaria en el contexto internacional Crisis y evaluación de riesgos. Boletín económico de ICE n° 2790. Pp. 41-50

Delgado Salazar, Ramiro. (2001). Comida y cultura: Identidad y significado en el mundo contemporáneo. Estudios de Asia y África. Vol. 36, núm 1, pp. 83-108.

Dematteis, Giuseppe y Governa, Francesca (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. la contribución del modelo SLOT. el desarrollo. Boletín de la A.G.E. N.º 39. Pp. 31-58. Consultado en: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:_NwHxSV4zkcJ:scholar.google.com/+territorialidad&hl=es&as_sdt=0,5&as_vis=1

Demuner Carreón, María Daniela y Verdalet Guzmán, Iñigo (2004) Envases, empaques y embalajes alimentarios. Consultado en: <https://www.uv.mx/cienciahombre/revistae/vol17num2/articulos/clima/>

DENUE (2018). Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas. INEGI. Consultado en: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/#>

Designapan (2018). Historias del pan en México. Consultado en: <http://designapan.com/textos-historiasdelpan.html>

Di Masso Tarditti, Marina (2012). Redes Alimentarias Alternativas y Soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante. Tesis de programa de doctorado en Sociología. Universidad Autónoma de Barcelona, España. Disponible en: <http://base.socioeco.org/docs/mdmt1de1.pdf>

Domínguez López, Aurelio, Villanueva Carvajal, Adriana, Arriaga Jordán, Carlos, y Espinoza Ortega, Angélica (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso de Oaxaca como un

caso de estudio del centro de México. Obtenido de Estudios Sociales: <http://www.redalyc.org/pdf/417/41719205007.pdf>

EAE Business School (2016). El gasto en comida rápida en España 2015. Situación internacional, evolución esperada y revisión de la situación nacional y autonómica. Consultado en: http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de02_estadistiques_observatoris/27_butlletins/02_butlletins_nd/documents_nd/fitxers_estatics_nd/2016/0170_2016_IA_Consum_Fast-food-estudi-mercat-2015.pdf

EFEVERDE (2016). Daños irreparables de la producción de alimentos. Consultado en: <http://www.efeverde.com/noticias/producir-alimentos-causa-60-perdida-biodiversidad-unea2/>

Escalante, Roberto (1969). Noticias del Mame de Tuxtla Chico. Consultado en: <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/anales/article/download/7303/8146>

Esnaurrizar Guerrero, Fernanda (2017). Alimentos orgánicos, tendencia e inversión. Consultado en <https://www.inforural.com.mx/alimentos-organicos-tendencia-e-inversion/>

Espeitx, Elena (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural. Pp. 193-213.

FAO (2017). Reflexiones sobre el sistema alimentario y perspectivas para alcanzar su sostenibilidad en América Latina y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Consultado en: <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>

Fernández, Gonzalo (2017) Nestlé, Procter & Gamble y Unilever contestan a la guerra por el aceite de palma. Prnoticias. Consultado en: <https://prnoticias.com/salud/prsalud/20161899-aceite-de-palma-riesgos-salud-retirada-supermercados>

Fischler, Claude. (2010). Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación moderna. *Gazeta de Antropología*, pp. 1-19.

Fletes Ocón, Héctor B. (2013). Construyendo la Globalización. Estado, mercado y actores de las cadenas agroindustriales de mango desde Chiapas. Universidad Autónoma de Chiapas. México. 450 pags.

Fletes Ocón, Héctor B., Ocampo Guzmán, Guadalupe y Valdiviezo Ocampo, Guillermo (2016). Dinamismo de la agroindustria en el Corredor Costero de Chiapas, México. *Coordinación y competitividad territorial. Mundo Agrario*, 17(36), e037. Consultado en: <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe038/7785>

Flores, Murilo (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible *Revista Opera*, núm. 7. Pp. 35-54 Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia.

Forbes (2015) Las diez marcas de comida rápida más valiosas. Consultado en: <https://www.forbes.com.mx/las-10-marcas-de-comida-rapida-mas-valiosas/>

Franco Patiño, Sandra (2010). Aportes de la sociología al estudio de la alimentación familiar. Luna Azul, núm. 31. Manizales: Universidad de Caldas, pp.139-155.

Fritscher Mundt, Magda (2002). El impacto de la globalización sobre el sistema alimentario en México Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, vol. 0, núm. 2. Pp. 283-308 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México

Gálvez Marroquín, L. A., Reyes Reyes, A. L. Avendaño Arrazate, C. H., Hernández Gómez, E., Mendoza López, A. y Díaz-Fuentes V.H. (2016). Pataxte (*theobroma bicolor* Humb. & Bonpl.): especie subutilizada en México. Agroproductividad: vol. 9, núm. 1, enero. Pp. 41-47.

García, Martha Elena y Bermúdez, Guillermo (2014). Alimentos sustentables a la carta. De la tierra a la mesa. México, D.F.: CONABIO, Calmil Comunicación.

Giménez, Gilberto (2001) Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas. México: Alteridades. Vol. 11, Núm. 22. Pp. 5-14

Giménez, Gilberto (2007). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. México: Consejo Nacional para la cultura y las artes.

Goody, Jack. (1995). Cocina, Cuisine y Clase. Estudio de Sociología comparada. (Primera Edición). España. Gedisa.

GRAIN, (2009). Alimentando al Cambio Climático: El fracaso del sistema alimentario transnacional. En "Cocinando el planeta Hechos, cifras y propuestas sobre cambio climático y sistema alimentario global". Recuperado de: <https://www.grain.org/article/entries/1234-el-fracaso-del-sistema-alimentario-transnacional>

Guzmán Gómez, Elsa, Espinosa Damián, Gisela, y Quintana, Roberto (2014). Los sistemas agroalimentarios y el consumo local. México, D.F.: Asociación Mexicana de Estudios Rurales.

Hernández Guzmán, Arahón y Carballo Carballo Aquiles (2018). Almacenamiento y conservación de granos y semillas. Secretaria De Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural Pesca Y Alimentación Subsecretaría De Desarrollo Rural Dirección General De Apoyos Para El Desarrollo Rural. Pp. 1-8. Consultado en <http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Documents/fichasaapt/Almacenamiento%20de%20semillas.pdf>

Hollenstein, Patric y Ospina, Pablo (2013). Relaciones económicas equilibradas El caso de las redes productivas de Tungurahua. Ecuador: Repositorio digital de la Universidad Andina Simón Bolívar. Consultado en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3920>

Ialimentos (2015) Las tres autoridades mundiales que regulan los alimentos. Consultado en: <https://revistaialimentos.com/ediciones/edicion-22/las-tres-autoridades-mundiales-que-regulan-los-alimentos/>

Industria Alimenticia, (2013) Inocuidad alimentaria global. Consultado de: <https://www.industriaalimenticia.com/articles/86505-inocuidad-alimentaria-global>

INEGI (2015) Encuesta intercensal 2015. Tabulados. Consultado en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/>

Iturriaga, José N. (2003). El trabajo de equipo en la colección de recetarios de cocina indígena y popular de México. En: Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 7, 5° Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural. Puebla. Memorias. Primera edición.

Jamaica Silva, Liliana (2016). Todos los escuchan, pero poco se sabe de ellos: pregones y expresiones sonoras empleadas en la venta de productos. México: Cuicuilco, vol. 23, núm. 66. Pp. 131-148

Jiménez, Ángel (2015). ¿Deslocalización o necesidad alimentaria? Consultado el 20 de noviembre de 2017. Consultado en: <http://cican.cusur.udg.mx/blogs/lalopezjimenez/2016/06/10/deslocalizacion-o-necesidad-alimentaria/>

Jongerden, Joost y Ruivenkamp, Guido (2010). Soberanía alimentaria y el principio campesino. Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, núm. 12. Pp. 31-45 Universidad Politécnica Salesiana Cuenca, Ecuador.

Lascurain, Maite, Avendaño, Sergio, Angeles Guillermo, Dávalos Raymundo y Zárate, Paula (2017). Cocina y biodiversidad: las hojas para envolver tamales en Veracruz. Consultado en: <http://www.inecol.edu.mx/inecol/index.php/es/17-ciencia-hoy/292-cocina-y-biodiversidad-las-hojas-para-envolver-tamales-en-veracruz>

León Segura, Carmen Magaly; Peñate López, Odalys (2011) Territorio y desarrollo local Economía y Desarrollo, vol. 146, núm. 1-2, enero-diciembre, 2011, pp. 5-18 Universidad de La Habana La Habana, Cuba.

Lillo Crespo, Manuel y Vizcaya Moreno, María Flores (2002). Origen y desarrollo de los hábitos y costumbres alimentarias como recurso sociocultural del ser humano: una aproximación a la historia y antropología de los cuidados en la alimentación. Cultura de los cuidados, pp. 61-65.

Linck Thierry, Barragán López Esteban, Casabianca François (2006). De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales Agroalimentaria, vol. 12, núm. 22, enero-junio, 2006, pp. 99-109, Universidad de los Andes Venezuela

Linck, Thierry (2008) Las ambigüedades de la modernización: la economía patrimonial, entre representatividad y consenso. Pampa revista universitaria de estudios territoriales. Consultado en: <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/ojs/index.php/PAMPA/article/download/3151/4669/>

López García, Daniel (2015). Producir alimentos reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transformación social y ecológica. Ecologistas en acción. ISBN: 978-84-944051-3-6. Pp. 203

López Salazar, Ricardo y Gallardo García, Enrique David (2015) Las políticas alimentarias de México: un análisis de su marco regulatorio. Universidad del Rosario Bogotá, Colombia Revista Estudios Socio-Jurídicos, vol. 17, núm. 1, enero-junio. Pp. 13-41

Madera Pacheco, Jesús (2000). Organización y características sociodemográficas de las unidades domésticas de producción campesina. Papeles de Población, vol. 6, núm. 26, octubre-diciembre. Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México

Manrique, E. (1996). CEDERUL Centro de Estudios Sobre Desarrollo Sostenible. Recuperado el 10 de 2016, de Produccion alimenticia artesanal: patrimonio socio-cultural y modelo agrario: <http://cederul.unizar.es/revista/num01/pag24.htm>

Marcos Arévalo, Javier (2004). Tradición, el patrimonio y la identidad. Pp. 925-956 Consultado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>

Martínez Rivera, Sergio Efrén (2001). Tesis. "La Canasta Básica Alimentaria en México, 1980-1998: Contenido y Determinantes".

Martínez Celorrio, Xavier (2013). La revalorización de lo artesanal y lo auténtico. El Periódico. Consultado en: <http://www.elperiodico.com/es/economia/20130817/la-revalorizacion-de-lo-artesanal-y-lo-autentico-2582071>

Martínez Velasco, Germán (2014). Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. Nueva Época, Año LIX, núm. 220, enero-abril de 2014. Pp. 261-294 ISSN-0185-191 Consultado en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/view/47558/42793>

Martínez, Luciano (2009) La dimensión social del territorio. Rebelión. Consultado en: <http://www.rebelion.org/noticias/2009/9/91366.pdf>

Medina, Xavier (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. Mexico: Anales de Antropología-UNAM, 51.Pp. 106-113. Consultado en: <file:///C:/Users/gnata/Downloads/61978-180161-1-PB.pdf>

Meléndez Torres, Juana María. y Cañez De la Fuente, Gloria M. (2008). Cambios en la vida rural y en la cultura alimentaria campesina: San Pedro El Saucito, Sonora, México. En: Cultura y seguridad alimentaria. Enfoques conceptuales, contexto global y experiencias locales Sergio A. Sandoval Godoy Juana María Meléndez Torres (coordinadores). Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo y Plaza y Valdés, S. A. de C. V. Pag. 293

Meléndez Torres, Juana María. y Cañez De la Fuente, Gloria M. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. Estudios Sociales. Centro de Investigaciones en Alimentación y Desarrollo: México, pp. 181-204.

Mintel (2018). Tendencias mundiales en alimentos y bebidas Para 2018. Consultado El 25 De enero de 2018. Consultado en:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/277698773rad83597.pdf>

Mintz, Sidney (1996). *Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna*. Primera edición en español. México: Siglo XXI.

Miranda Osornio, Arturo (2011). Un tamal para el recreo. *Culinaria*. Revista virtual especializada en gastronomía. México: Universidad Autónoma del Estado de México. Pp. 75-83

Mirón Pérez, María Dolores (2004). Oikos y oikonomia: El análisis de las unidades domésticas de producción y reproducción en el estudio de la Economía antigua. *Gerión*. Pp. 61-79.

Molano, Olga Lucía (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera* 7. Pp. 69-84. En <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>.

Molar, Rocío María (2015). Alimentación y reproducción social: biografía de alimentos en contextos aldeanos tempranos del valle de Tafí (2000 AP-1000 AP). *La Zaranda de Ideas*. Revista de Jóvenes Investigadores en Arqueología 13 (1): 41-62. Buenos Aires.

Monachon, David (2017). *Redes Alimentarias Alternativas. Nuevos compromisos políticos y sociales un estudio comparativo franco-mexicano*. Tesis de doctorado en antropología. Centro de investigaciones y estudios superiores en antropología social. Ciudad de México. Pag. 368

Moreno Lache, Nubia, Cely Rodríguez, Alexander y Rodríguez Pizzinato, Liliana (2013). *Pensar e indagar la construcción social del espacio: balances y retos*. Pp. 141-156

Nacach, Daniel (2017). *Las tendencias que fortalecerán el crecimiento de la industria de alimentos y bebidas en el futuro*. Consultado el 10 de enero de 2018. Consultado en: <https://www.industriaalimenticia.com/articulos/89036-las-tendencias-que-fortaleceran-el-crecimiento-de-la-industria-de-alimentos-y-bebidas-en-el-futuro>

Ortega Vélez, María Isabel (2014). Formación de hábitos alimentarios y estado nutricional a lo largo del ciclo de la vida. En *Hábitos alimentarios. Psicobiología y socioantropología de la alimentación*. Antonio López Espinoza y Claudia Rocío Magaña González (Coordinadores). México: McGraw Hill Editores.

Ortíz Díaz, Edith (2009). El camino real del Soconusco: eje de articulación comercial entre la provincia de Oaxaca y la audiencia de Guatemala en el siglo XVI. México: Históricas Digital. Instituto de Investigaciones Históricas-UNAM. Pp. 241-260. Consultado en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/caminosymercados/mercados.html>

Ortiz Gómez, Ana, Vázquez García, Verónica y Montes Estrada, Margarita (2005). *La alimentación en México: Enfoques y visión a futuro*. Estudios Sociales, vol. 13, núm. 25. México: Universidad de Sonora, pp. 8-34.

Oxfam (2013). Tras la marca. El papel de las 10 grandes empresas de alimentación y bebidas en el sistema alimentario. En <https://www.oxfam.org/>

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

Panamerican Health Organization y World Health Organization (2014). Consumo de alimentos y bebidas ultra-procesados en América Latina: Tendencias, impacto en obesidad e implicaciones de política pública. Consultado en: http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=27545&Itemid=270&lang=en.

Paredes López, Octavio, Guevara Lara, Fidel y Bello Pérez, Luis Arturo (2016). Los alimentos mágicos de las culturas indígenas mesoamericanas. México: FCE, SEP, Conacyt, CAB, 2006, 205 p. ISBN 978-16-7567-7

Pérez Izquierdo, Odette, Nazar Beutelspacher, Austreberta, Salvatierra Izaba, Benito, Pérez Gil Romo, Sara Elena, Rodríguez Luis, Castillo Burguete, María Teresa, Mariaca Méndez, Ramón (2012). Frecuencia del consumo de alimentos industrializados modernos en la dieta habitual de comunidades mayas de Yucatán, México. Estudios Sociales. Vol. 20, núm.39, pp.156-184.

Pérez San Vicente, Guadalupe (1983). El maíz, nuestra carne y sustento. En recetario mexicano del maíz. Museo nacional de culturas populares, CONACULTA, SEP. 246 p.

Plan de Desarrollo Municipal Tuxtla Chico (2011-2012). Consultado en: http://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/planes_desarrollo_muni.asp

Programa Regional de Desarrollo (2018). Región X Soconusco. Consultado en: <http://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/Informacion/Desarrollo-Regional/prog-regionales/SOCONUSCO.pdf>

Promexico (s/f). Diagnostico sensoria. Alimentos procesados. México: Unidad de inteligencia de negocios. Pp. 1-17 Consultado en: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/diagnosticos-sectoriales/alimentos-procesados.pdf>

Rodríguez Cruz, Francisco (2011). Al que nace para tamal. En Claridades agropecuarias. Pp. 40-47 Consultado en <http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=210>

Rodríguez Gómez, Guadalupe (2012) Vuelta a lo nuestro: los quesos artesanales. Pp. 203-228 En Kirsten Appendini y Guadalupe Rodríguez Gómez (Coord.) La paradoja de la calidad. Alimentos mexicanos en América del Norte. México, D.F. El Colegio de México, Centro de estudios demográficos, urbanos y ambientales: Programa interinstitucional de estudios sobre la región de américa del norte. 276p

Rodríguez Pastor, Humberto (2003). El histórico tamal peruano. En: Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 7, 5° Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural. Puebla. Memorias. Primera edición.

Román Reyes, Patricia (2011). Análisis del papel de la familia en la supervivencia de los micronegocios en la ciudad de México. Nueva Antropología, vol. xxiv, núm. 74, enero-junio, pp. 125-157 Asociación Nueva Antropología A.C. Distrito Federal, México.

Saavedra Gallo, Gonzalo (2017). Territorio, diferencia y producción de alimentos. Los retos de la acción colectiva en espacios económicos localizados de Latinoamérica. Estudios latinoamericanos. Nueva época, núm. 40, pp. 59-74.

Sabrido Bermúdez, Roberto (2011). Prólogo. En Implicación social de la industria alimentaria. J.J. Francisco Polledo - A. Palou Oliver - J. Jordana Buttica (Coordinadores).

Sennett, Richard (2009). El artesano. Barcelona: Anagrama. Pag 217.

Salomón Ganado, Alfredo (2005). La industria alimentaria en México. Comercio exterior, vol. 55, Núm. 3. Pp. 242-248

Sánchez Hernández, José Luis (2009). Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española. Boletín de la A.G.E, Núm. 49. Pp. 185-207. Consultado en: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3093879>

Santacruz, Eugenio (2007). Las transformaciones económicas de la agricultura de exportación del Soconusco, en la segunda mitad del siglo XX, en Tesis de Doctorado, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAM), Universidad Autónoma Chapingo.

Shiva, Vandana (2006). Cómo poner fin a la pobreza. Departamento Ecuménico de Investigaciones. Pasos. Pp. 7-10

Statista (2015). Valor de marca de las 10 marcas de comida rápida más valiosas a nivel mundial en 2015 (en millones de USD). Consultado en <https://es.statista.com/estadisticas/600840/marcas-de-comida-rapida-mas-valiosas-a-nivel-mundial-en/>

Telam (2015). La OMS alertó sobre el consumo de comidas rápidas y bebidas azucaradas en la región. Consultado en: <http://www.telam.com.ar/notas/201509/118322-oms-alimentos-comida-azucar-glucosa-consumo.html>

Torres, Felipe, Trápaga, Yolanda, Gasca, José, Rodríguez, Salvador, Rodríguez, Daniel, Oseguera, David, Merino, Alejandro, Chías, Luis, Aguirre, Judith, Escobar, Margarita, Pascual, Pedro, Gastelum, Jorge, Espinoza, José A., Castro, Iliana (1997). Dinámica económica de la industria alimentaria y patrón de consumo en México. Felipe Torres Torres (coord.). México: universidad autónoma de México. Instituto de investigaciones económicas.

Torres Torres, Felipe (2011). El abasto de los alimentos en México. Hacia una transición económica y territorial. Revista problemas del desarrollo, vol. 166, núm. 42, pp. 63-82.

Trápaga, Yolanda (2001). Influencia de la apertura comercial en el patrón alimentario del mexicano actual. Ponencia presentada en el coloquio organizado por El Colegio Nacional. México.

UNACH (2013). Documental: Fiesta de San Pedro Martir (jalada de patos). <https://www.youtube.com/watch?v=lk-NWOoQqQ8>

Valdéz L. Ramón (2007). Comunidades Productivas: Asociatividad y Producción en el Territorio, Edición electrónica gratuita. En: www.eumed.net/libros/2007a/268/

Vázquez Barquero, Antonio (2000). Capítulo I. La Política de Desarrollo Económico Local. En Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo. Proyecto Regional de Desarrollo Económico Local y Descentralización CEPAL/GTZ Santiago de Chile. Pp. 21-45

Vázquez Barquero, Antonio (2011). Desarrollo económico local y descentralización. En: Desarrollo local. Textos cardinales. Andrés Solari Vicente y Jorge Martínez Aparicio (Compiladores). Segunda Edición. México. Facultad de economía << Vasco de Quiroga >>/División de estudios de posgrado, Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo. Pp. 35-70.

Veterinarios sin frontera (2009). La alimentación Caliente: del campo a la mesa seguimos emitiendo. En: Cocinando el planeta. Hechos, cifras y propuestas sobre cambio climático y sistema alimentario global. Virginia Martínez y Ferrán García (Editores). Barcelona, octubre de 2009. Pp. 60-62

Villafuerte Solís, Daniel (2008). El Soconusco: La frontera de la frontera sur. En “La frontera sur. Reflexiones sobre el Soconusco, Chiapas y sus problemas ambientales, poblacionales y productivos. Senado de la Republica. Comisión de biblioteca y asuntos editoriales y El Colegio de la Frontera Sur. Pp. 157-168

Vivas, Esther (2014). La obesidad y el hambre son dos caras de un sistema alimentario que no funciona. España. Justicia económica global. Consultado en: <https://www.attac.es/2014/01/22/la-obesidad-y-el-hambre-son-dos-caras-de-un-sistema-alimentario-que-no-funciona/>

Vivero, José Luis (2015). Los alimentos como bienes comunes. Consultado en: <http://hambrederechoshumanos.blogspot.mx/2015/05/los-alimentos-son-bienes-comunes.html>

ANEXOS

Cuestionario para artesanos productores de chocolate, tamales y pan



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, C - III
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL



La importancia de los alimentos artesanales: un análisis a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales en Tuxtla Chico, Chiapas

Objetivo: Este cuestionario tiene por objeto ser una guía para obtener datos e información relevante que permita conocer los procesos sociales, económicos y culturales de la producción de alimentos artesanales en Tuxtla Chico, Chiapas.

Los principales elementos observables son: Antecedentes del taller artesanal, organización, características de la producción, comercialización, relación entre actores, articulación con otras actividades económicas.

Fecha: No. Entrevista

Nombre del artesano:

Edad: Escolaridad:

I. Antecedentes del taller artesanal

1.- ¿Qué tipos de alimentos artesanales produce?

Nombre del Producto	Cantidad de producción al día

2.- ¿Desde cuándo se dedica a la elaboración de este alimento?

_____.

3.- ¿Por qué comenzó a dedicarse a esta actividad?

_____.

4.- ¿De quién aprendió sobre esta actividad?

a) Aprendió de su padre/madre b) Aprendió de un amigo c) Tomó un curso d) otro:

_____.

5.- ¿Tiene algún recetario con las fórmulas de sus productos? a) Sí _____ b) No _____

6.- ¿Desde cuándo formó el taller artesanal? _____.

7.- ¿Por qué decidió formar el taller artesanal? _____

8.- ¿Qué hace diferente su producto del que venden en los supermercados y del que ya se vende empaquetado?

II. Organización para la producción

9.- ¿El negocio está constituido bajo alguna razón social?

a) Sí. ____ Mencione cual:

b) No ____

10.- ¿Paga algún tipo de impuesto?

a) Sí ____ b) No ____

11.- ¿Cuántas personas trabajan en el taller artesanal?

Tipo	No.	Mujeres	Hombres	Sueldo
Familiar				
Contratada				
Otra				

12.- ¿De dónde es el personal que trabaja en el taller?

Lugar de procedencia	No. de personas
Del municipio de Tuxtla Chico	
De la región	
Guatemala	
Centroamérica	

13.- ¿El personal trabaja bajo algún contrato?

a) Sí ____ ¿Qué tipo de contrato? _____.

b) No ____ ¿Por qué?

14.- ¿Quién toma las decisiones en torno a la producción?

15.- ¿Cuáles son los puestos que ocupa el personal en el taller/negocio?

Puesto	Función que desempeña

16.-

¿Existe algún tipo de capacitación para el personal que labora en el taller? Si ____ No ____
¿Por qué?

De existir capacitación realizar las preguntas 17 y 18 siguiente,

17.- ¿Quién le brinda capacitación al personal?

- a) Una institución de gobierno b) Una empresa privada c) El dueño del negocio d) Otro: _____

18.- ¿En qué consiste la capacitación? ¿Cómo y dónde se realiza?

_____.

III. Producción

20.- ¿Cuáles son los insumos principales que utiliza?

Insumo	Frecuencia de compra			Proveedor	Procedencia del proveedor	Antigüedad con el proveedor
	Día	Semana	Mes			

21.- ¿Cuánto es lo que invierte en dinero a la semana para la compra de insumos?

_____.

22.- ¿Lleva un registro del costo para la producción? a) Sí ____ b) No ____ ¿Por qué?

_____.

23.- ¿Qué equipo y/o herramientas utiliza para la elaborar sus productos?

Equipo/Herramienta	Uso	Antigüedad

24.- ¿Cuál es el proceso para la elaboración del alimento artesanal?

_____.

25.- Desde que se formó el taller artesanal ¿Qué cambios ha realizado?

- a) Producto b) Infraestructura c) Mobiliario y equipo d) Organización del personal
e) Sistema de software f) No se ha innovado ¿Por qué? _____.

26.- ¿Ha recibido algún apoyo económico para la producción? a) Sí ____ b) No ____

Tipo de financiamiento	Monto (\$)	Año	Destino del financiamiento
Público (Institución):			
Privado (Banco/prestamista):			
Familiar			
Otro:			

27.- ¿Cómo se ha comportado la cantidad producida en los últimos 10 años? Aumento ____.
Disminución ____ ¿Por qué? _____.

IV. Comercialización

28.- ¿Qué cantidad comercializa al día?

Alimento	Cantidad	Precio/unidad

29.- ¿Cómo presenta sus productos para la venta?

a) Paquete b) Caja c) A granel Otro: _____.

30.- ¿Sus productos tienen algún tipo de etiqueta? a) Sí ____ ¿De qué tipo? b) No ____

a) De la marca del producto b) De la procedencia del producto c) Del contenido nutricional

d) No tiene ninguna etiqueta e) Otro _____.

31.- ¿En dónde vende sus productos?

Alimento	Expendio propio/casa		Mercado local		Mercados regionales ¿dónde?		Otro ¿dónde?	
	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio

32.- ¿Cuenta con algún tipo de transporte para distribuir sus productos?

a) Sí ____ ¿Cuál? _____. b) No _____.

33.- ¿Cómo da a conocer sus productos?

a) De persona a persona b) Pagina web c) Perifoneo d) Facebook

34.- ¿Participa o ha participado en ferias patronales, gastronómicas o en algún otro evento?
a) Sí _____ ¿En cuál? _____ b) No _____

35.- ¿Quién le ha hecho la invitación para participar en dicho evento?

36.- ¿En qué temporada vende más?

a) Semana Santa b) Navidad/año nuevo c) Feria del pueblo d) Verano e) Todo el año vende lo mismo

37.- ¿Quiénes son sus clientes?

Cliente	Nombre	Procedencia
a) Personas del pueblo/región		
b) Restaurantes/cafeterías		
c) Empresas		
d) Instituciones privadas/gobierno		
e) Hospitales		
f) Escuelas		

38.- ¿Logra satisfacer la demanda de sus clientes? a) Sí____. b) No____. ¿Por qué?

39.- ¿Cómo se ha comportado la demanda de sus productos en los últimos 10 años?

a) Mayor b) Menor c) Igual ¿Por qué?

40.- ¿Qué dificultades ha tenido para la comercialización?

41.- ¿En qué porcentaje aproximado su actividad artesanal contribuye al ingreso familiar?

V. Relación de actores

42.- ¿Realiza algún intercambio de conocimientos, experiencias o productos con otros artesanos?

a) Sí. ¿De qué tipo? _____

b) No _____

43.- Con relación a su actividad artesanal ¿Participa en algún proyecto/programa/actividad con alguna instancia de gobierno, organización pública o privada, universidad o centro de investigación?

a) Sí _____ ¿En qué proyecto/programa/actividad?

b) No _____

44.- ¿Pertenece a alguna cooperativa u organización de artesanos?

a) Sí ____ ¿Cuál?

b) No _____

45.- ¿Tiene alguna relación con operadores de otras actividades (comercio, turismo, agricultura, etc.)?

a) Sí. ¿De qué forma?

b) No _____.

VI. Preguntas generales

46.- ¿Cuáles han sido los logros para su negocio?

47.- ¿Qué opina en relación de los alimentos artesanales?

48.- ¿Considera que su actividad artesanal es importante? a) Sí ____ b) No ____ ¿Por qué?

49.- ¿A quién comparte o compartiría sus conocimientos sobre esta actividad artesanal?

Explique por qué: _____

“Muchas gracias por su disposición y tiempo”



Observaciones del investigador:

Entrevista a consumidores



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, C - III
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL



La importancia de los alimentos artesanales: un análisis a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales en Tuxtla Chico, Chiapas

Objetivo: Esta entrevista tiene por objeto ser una guía para obtener información relevante que permita conocer la perspectiva de los consumidores respecto a la importancia de los alimentos artesanales (Chocolate, tamales y pan).
--

Los principales elementos observables son: frecuencia en el consumo, preferencias de compra de los productos estudiados, las representaciones de los actores e importancia de los alimentos artesanales desde la perspectiva de los consumidores.

Fecha:	No. Entrevista
--------	----------------

Nombre del artesano:

Edad:	Escolaridad:
-------	--------------

- 1.- El chocolate, los tamales y el pan ¿Son alimentos que consume de manera habitual?
- 2.- ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate/tamales/pan?
- 3.- ¿En dónde compra usted chocolate/tamales/pan? ¿Por qué?
- 4.- ¿En qué momento acostumbra a consumir chocolate/tamales/pan?
- 5.- ¿Dónde acostumbra a consumir chocolate/tamales/pan?
- 6.- ¿Ha comprado chocolate/tamales/pan para regalar? ¿A quién? ¿Por qué?
- 7.- ¿Qué representa para usted consumir chocolate/tamales/pan?
- 8.- ¿Considera importante la producción de chocolate/tamales/pan en Tuxtla Chico? ¿Por qué?
- 9.- ¿Qué le gusta del chocolate/tamales/pan de Tuxtla Chico?
- 10.- ¿Qué busca al momento de comprar chocolate/tamales/pan?
- 11.- ¿Qué momentos o experiencias positivas ha tenido con el consumo de chocolate/tamales/pan?
- 12.- ¿Qué momentos o experiencias negativas ha tenido con el consumo de chocolate/tamales/pan?

Consumidores entrevistados

Nombre	Edad	Escolaridad
Denisse Flores Ruiz	33 años	Preparatoria terminada
Concepción Cisneros	33 años	Carrera técnica
Aurora Barrios	53 años	Secundaria
Lidia Echeverría	71 años	Primaria
Ana Navarro	42 años	Preparatoria
Emma López Cano	68 años	Primaria
María Odulia Calderón Argueta	62 años	Universidad
Norma Angélica Laparra López	56 años	Secundaria
José Miguel García	40 años	Licenciatura
Rufino Alberto Chávez Hernández	32 años	Licenciatura
Miriam García Reyes	40 años	Preparatoria
Jorge Luis de León Calderón	31 años	Universidad Trunca
Claudia Vázquez	30 años	Preparatoria
Jairo Monribot Guzmán	28 años	Maestría
Irma Sánchez	51 años	Primaria
Juan Carlos Hernández Mendoza	57 años	Secundaria
Jonathan Santelíz	30 años	Universidad
Casimiro Aquino	72 años	Primaria
Liliana Álvarez	34 años	Preparatoria
Irma Moreno Sánchez	60 años	Maestría
Justina Méndez	66 años	Secundaria
Graciela Escobar	73 años	Tomó clases particulares para leer y Escribir
Gloria	50 años	Ninguna
Dorina Meza De La Cruz	64 años	Primaria
Deysi Moreno Vázquez	43 años	Universidad

Fotografías de trabajo de campo



Mazorca y granos de Pataxte



Artesanas chocolateras Hilda Velázquez y Doña Teresita L. Tercero



Taller de Choc Elena



Metate de la Sr. Rodriga Gamboa



Árbol de cacao



Chocolate de mesa preparado



Canastera del mercado vendiendo chipilín



Taller de tamales de Doña Petra



Maíz pesado en el molino



Tamales de especiales de mole



Artesana Gloria moliendo chiles



Artesana Sra. Victoria Velázquez



Artesano Sr. Arturo Hernández



Taller de la panadería “El Chino”



Taller de Don Mario Miranda



Expendio de la panadería “El Chino”



Artesana Imelda Pérez Robles



Expendio de la familia Espinoza