



# Revista **U CAN SU CA**

PRIMERA EDICIÓN

*Colombia  
cocina su historia*

*Achira: tradición perdida*

*Paseo de olla:  
una reseña*

***YUCA BRAVA***

*la raíz invisibilizada de nuestras raíces*

*Realidad y fantasía  
gastronomía en el pueblito boyacense*



# Universidad de La Sabana

Departamento de Ciencia y Cultura de la Alimentación

**Programa de Gastronomía**

Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas

## **Editores**

Sergio Avendaño Nuñez

María Camila Hurtado Acosta

## **Mercadeo y logística**

Andrés Galindo Gomez

## **Ilustración, diseño y diagramación**

Juan Felipe Godoy

## **Agradecimientos**

Diana Vernot

Felipe Castilla Corzo

Ana María Cruz

# Contenido

Enero-mayo **2018**

Primera edición



## Artículos

03

De la identidad perdida: la achira

05

Yuca brava, la raíz invisibilizada de nuestras raíces

07

McDonald's y su representación de colombianidad

16

Realidad y fantasía: gastronomía en el Pueblito Boyacense

27

Entrevista a Wendy Enciso

29

Reseña del Libro "Paseo de Olla"

# De la *Identidad* perdida: La achira



*“Identidad es también definida como diferencia, así como su relación con el otro. Esto es evidente en el caso particular de la gastronomía: una identidad local es generada a través del intercambio, cuando y en la medida en que un producto o receta se encuentra con diferentes culturas y regímenes... (Capatti y Montanari 1999: viii-ix)”*

La identidad local relacionada con la gastronomía va más allá de un producto, relaciona con la cultura, con el legado, con los saberes haceres y las tradiciones. La identidad es la respuesta al contacto del uno con el otro, a las diferencias y similitudes que lo acercan o lo alejan. Esta diferenciación la mayoría de los casos viene cargada de connotaciones morales, las cuales vuelven inferiores al otro, llevando a la construcción de identidades no igualitarias, injustas, que tiene como resultado nuevas identidades que surgen como defensa a esa hegemonía cultural que las desplaza.

## **RESUMEN**

*La achira es un producto de legado indígena ancestral, y que ha perdido significado a lo largo de los procesos culturales por los que ha atravesado el territorio nacional. La transmisión de saberes y haceres indígenas no ha sido la prioridad a diferencia de la transmisión escrita de índole criolla y española, reflejando un marcado etnocentrismo en la sociedad. En la actualidad la achira podría ser un producto que despierte y fomente la consolidación de una identidad local en la región andina de Colombia.*

## ¿De qué manera han sido los procesos de identidad cultural en la región andina a través del sagú y la achira?

Desde hace más de dos milenios, los pueblos incas a través de sus cultivos en andenes plantaban la achira o sagú, de la cual aprovechaban sus rizomas como alimento de calidad y sus hojas como envoltorios. Así mismo lo hacían las tribus muiscas en el territorio colombiano. El primer contacto que tiene un individuo con una cultura ajena a la misma, además del lenguaje, es la alimentación, y ésta puede incluir o excluir. Durante el período de la Conquista, el encuentro de los hábitos alimenticios españoles con los de los indígenas, llevó a la exclusión de los mismos y a clasificarlos como inferiores.



La Colonia dejó reflejadas sus tradiciones culinarias a través de recetarios y libros de cocina basados en los modelos españoles, y teniendo como premisa lo anterior, el etnocentrismo español dejó una huella gigante en el modelo de sociedad neogranadino y posteriormente, la sociedad colombiana. Este acondicionamiento y forma de entender el mundo desde la ideología española de la Conquista, marginalizó aquellos saberes y haceres de grupos étnicos considerados como inferiores, y que fueron las verdaderas víctimas de estos procesos, los indígenas y los africanos. La transmisión escrita de procesos culinarios solo se dio en algunos casos de apropiación de preparaciones exógenas a las heredadas por los criollos, dándoles ínfulas de sofisticación y elevándolas a su clase ; mientras que, por otro lado, los saberes que se transmitieron a través de la oralidad pueden haberse quedado perdidos en el tiempo y perdido validez. La supervivencia de los grupos mencionados anteriormente (indígenas y africanos) se reflejó en la mayoría de los casos en una hibridación de su cultura y la neogranadina basada en un modelo español, aunque en otros casos algunos grupos se alejaron y buscaron guardar sus tradiciones e identidad alejados de las nuevas ciudades. A pesar de que en la contemporaneidad exista el cultivo de la achira, ha perdido su significado ancestral, ahora solo se utiliza como una extensión de una cocina típica en la región andina: la cocina huilense. Ese valor y significado tan relevante de la achira en los pueblos precolombinos hoy en día está perdido, y el legado ancestral dejado a un lado. Es por esto, que se invita a reconsiderar el valor y se propone la apropiación de este producto, ya que desde este mismo se puede lograr un impulso y un inicio a un proceso que conlleva grandes beneficios: el turismo gastronómico. Lo anterior a razón de que cuando hay respeto por un producto y se tiene en cuenta su tradición y los saberes que se involucran alrededor del mismo, es posible hablar de una identidad culinaria, una identidad que en este caso se debe rescatar y construir en una cocina que tenga en cuenta el legado étnico del país o de la región (Andina), todo ello con el propósito de servir a ese bien mayor.

Para finalizar, la región andina y el territorio nacional ha atravesado varios procesos sociales, culturales y económicos que han marcado la manera en que se entiende la achira y el sagú. Por más de ciento cincuenta años el etnocentrismo relegó las prácticas indígenas a un ámbito inferior, pero en la actualidad se está retomando la producción de la achira, aunque su uso está relegado como extensión de la cocina típica huilense, pasando por alto sus otros variados usos potenciales en la gastronomía colombiana. Si se llegase a apropiarse y fomentar la utilización del mismo, es posible lograr beneficios económicos y consolidar una identidad alrededor de un turismo gastronómico entorno a un producto, como es el caso del turismo gastronómico italiano. Este proceso lleva a un fin más allá del beneficio económico, lleva a una consolidación de identidad local y regional.

# YUCA BRAVA

*la raíz invisibilizada de nuestras raíces*

María Camila Hurtado

Colombia es un territorio de multiplicidad, no sólo en cuanto a la biodiversidad, sino que también en la parte cultural, que se expresa a través de las diferentes identidades y expresiones culturales de los pueblos y comunidades que la conforman (Ministerio de Cultura, 2010).

Gracias a esta diversidad cultural, muchos saberes y haceres se heredan, pero en la actualidad se han venido perdiendo. Como tema central del texto, está la yuca brava, un tubérculo venenoso cultivado por los indígenas del Amazonas (Atuesta, 2015). Pero, ¿qué factores son los que han contribuido a la invisibilización de la yuca brava?

Para responder esta cuestión se estudió el ensayo realizado por Nicolás Saavedra y Daniella Vásquez (2017): "La yuca enterrada: un relato sobre la depreciación de los conocimientos acerca de la yuca brava en Colombia", donde expresan la preocupación por la invisibilización de ciertos saberes y sabores colombianos. Uno de los principales factores influyentes en la problemática es el modelo económico actual (Raigosa, 2010), el capitalismo, que se ha ido introduciendo en la producción agraria, a través de la modificación genética de los alimentos tanto vegetales como animales (Hadad y Perelmuter, 2007). Ésto, estimula nuevos métodos de producción, lo que ha expandido exponencialmente la comercialización de lo rural (Hadad y Perelmuter, 2007). Así pues, este sistema económico conlleva consigo la globalización, que tiende a homogeneizar la cultura por medio de distintas tecnologías, es decir, hoy en día es muy fácil encontrar productos de otros lugares del mundo en el mercado, aportando a la desvalorización de lo nuestro y a la valorización de los otros (Brenes, 2016). Por otro lado, la violencia y las fuerzas armadas generan muchos desplazamientos, sobre todo de las comunidades que se encuentran en territorios con alto valor estratégico para la realización de actividades como los monocultivos, pozos de petróleo o minería (Raigosa, 2010). Por lo tanto, la mayoría de los desplazamientos se dan del campo a la ciudad lo que trae consecuencias, tanto para los ciudadanos como para los campesinos y/o indígenas. Una de estas consecuencias, es que los saberes que se relacionan con el trabajo de la tierra, la agricultura y el cuidados de los animales, terminan siendo inservibles e inútiles en la ciudad (Bello, 2009). Lo anterior, obliga a los desplazados a buscar nuevas fuentes de sustento muy distantes a las conocidas. Así pues, las habilidades y saberes heredados de generación en generación, que a su vez son fuente de identidades y roles, resultan invalidados afectando mayormente a los hombres adultos, ya que no les permite cumplir con su rol histórico como el proveedor económico del hogar (Bello, 2009).

En contraste a lo anterior, diferentes cocineros e investigadores se han sumado a la preocupación por la pérdida de la yuca brava en Colombia y por esto han optado por incluir dentro de sus preparaciones este ingrediente ancestral. Para Alex Salgado, chef propietario del restaurante Ocio, el tucupi es el elemento estrella dentro de sus preparaciones. Adicionalmente, investigadores como Carlos Sánchez y Enrique Sánchez dedicaron un espacio dentro de su libro Paseo de Olla (2012) a la yuca brava, para que sea una fuente de información y de apoyo para la recuperación de este tubérculo. A forma de reflexión, es importante hacer un alto en el camino y pensar sobre lo que somos, sobre nuestras raíces, sobre nuestro pasado; para así poder apreciar y valorar lo que realmente es nuestro, lo de aquí, lo de Colombia. Al comprender lo anterior, nos entenderemos a nosotros mismos, mientras tanto seguiremos siendo producto del capitalismo y la globalización.

En conclusión, muchos son los factores internos o externos que contribuyen a la invisibilización de diferentes saberes y sabores ancestrales. Factores que influyen nuestra forma de percibir las cosas, lo que nos hace ver lo nuestro como anticuado, impuro y hasta sucio, pero en contraste, alabando y apersonándonos cada vez más de lo ajeno. Es por esto, que la responsabilidad como futuros gastrónomos, pero sobre todo como colombianos, es preocuparnos y apreciar nuestros productos, para poder mantener, cultivar y heredar una gran cultura. Por último, es de resaltar el trabajo que se ha realizado hasta el momento en torno a la yuca brava, haciendo un reconocimiento especial a mis amigos, compañeros y colegas Nicolás Saavedra y Daniella Vásquez por el gran trabajo realizado, demostrando preocupación, pasión y orgullo por los ingredientes colombianos.

## Referencias

Atuesta, E. (2015). La Yuca Brava. Etnollano.org. Recuperado el 5 de marzo de 2018, en: <http://www.etnollano.org/?p=734>

Bello, M. (2009). Los daños y las pérdidas asociadas al desplazamiento forzado en las ciudades. Universidad de San Buenaventura Cartagena, Colombia.

Brenes, M. (2016). La globalización amenaza las expresiones culturales latinoamericanas. Agencia EFE. Recuperado el 26 de marzo de 2018, en: <https://www.efe.com/efe/america/cultura/la-globalizacion-amenaza-las-expresiones-culturales-latinoamericanas/20000009-2939822>

Hadad, M. y Perelmuter, T. (2007). Saberes indígenas vs. Propiedad intelectual: la mercantilización del conocimiento y la vida. IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Ministerio de Cultura. (2014). Entre Memorias, Haceres y Saberes: Intercambios y Conversaciones sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial Campesino en Colombia. Mincultura.gov.co. Recuperado el 5 de marzo de 2018, en: [www.tropenbos.org/file.php/1883/entre\\_memorias\\_haceres\\_y\\_saberes\\_web.pdf](http://www.tropenbos.org/file.php/1883/entre_memorias_haceres_y_saberes_web.pdf)

Ministerio de Cultura. (2010). Política de Diversidad Cultural. Mincultura.gov.co. Recuperado el 5 de marzo de 2018, en: [http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-diversidad-cultural/Documents/07\\_politica\\_diversidad\\_cultural.pdf](http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-diversidad-cultural/Documents/07_politica_diversidad_cultural.pdf)

Raigosa Montoya, J. (2010). Pérdida de la Diversidad Cultural. [www.elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com). Recuperado el 5 de marzo de 2018, en: [http://www.elcolombiano.com/historico/perdida\\_de\\_la\\_diversidad\\_cultural-IWEC\\_83946](http://www.elcolombiano.com/historico/perdida_de_la_diversidad_cultural-IWEC_83946)

Saavedra, N. y Vásquez, D. (2017). La yuca entzerrada: un relato sobre la depreciación de los conocimientos acerca de la yuca brava en Colombia. Concurso Colombia Cocina su Historia Versión 4. Universidad de La Sabana. Chía, Colombia.



# MCDONALD'S

## *y su representación de colombianidad*

VANESSA GAVIRIA ACEVEDO  
LUIS FERNANDO NASSAR PEREIRA

### **Resumen**

Este artículo tuvo como fin comprender si el almuerzo colombiano de McDonald's responde a una representación de colombianidad. Para esto, se realizaron entrevistas a empleados de la empresa y consumidores, al igual que investigaciones tales como revisiones bibliográficas con un enfoque cualitativo, las cuales arrojaron dos conclusiones. La primera se basa en que el almuerzo colombiano de McDonald's es un caso de hibridación cultural donde se fusiona una cultura basada en fast food con ingredientes adaptados en Colombia. El segundo hallazgo concluye que las personas entrevistadas no consideran que el almuerzo colombiano vendido en McDonald's sea un almuerzo representativo del país a pesar de que sus componentes son implementados en diferentes platos tradicionales colombianos.

### **Abstract**

This article was done with the intention to understand if the Colombian meal from McDonald's represents the Colombian identity. To accomplish this objective different interviews were done to customers and McDonald's employees, also various investigations such as bibliographic reviews with qualitative approach, which provide two conclusions. The first one is based on the theory that the Colombian meal is the consequence of cultural hybridization between a fast food culture and peculiar ingredients adapted in Colombia. The second finding concludes that the people interviewed do not consider the Colombian meal sold by McDonald's to be a representative meal of the country even though its components are implemented in different traditional Colombian dishes.

### **Introducción**

McDonald's es una franquicia de restaurantes extranjera, la cual ha implementado en Bogotá, Colombia un nuevo plato en su menú llamado "almuerzo colombiano". Este plato no es vendido en otros países, convirtiéndose en un plato exclusivo que la franquicia ha decidido vender en Colombia. Dicho lo anterior es una propuesta interesante entender por qué McDonald's ha implementado este plato solamente en un país como Colombia, con qué fin lo ha hecho y además por qué lo ha llamado de esta forma. Es posible que este simple plato compuesto por arroz, pollo frito, papa frita, frijoles y ensalada de lechuga y tomate, responda

a una producción de colombianidad, solo por el hecho de que estos ingredientes se han adaptado a la sociedad colombiana, y se han convertido en alimentos consumidos con frecuencia, así estos no se consideren originarios del país. El siguiente estudio se encargará de explicar la razón por la cual se puede considerar este plato como una producción de colombianidad y además responderá las inquietudes previamente expuestas.

En primera instancia es pertinente entender que McDonald's brinda el servicio de bebidas y comida en más de cien países en el mundo. Su menú varía dependiendo su locación geográfica, en algunos casos, pero su principal producto son las hamburguesas (McDonald's corporation, 2015). El fundador de esta gran franquicia es Ray Kroc, quien en 1954 quedó fascinado por un restaurante en San Bernardino, California, el cual era operado por los hermanos Dick y Mac McDonald. El restaurante en ese entonces contaba con un menú limitado, no obstante Kroc ayudó a estos dos hermanos a ampliarlo. Posteriormente, Kroc le comunicó a Dick y a Mac McDonald su sueño de abrir restaurantes McDonald's por todo el país, esto llevó a que Kroc en conjunto con los hermanos McDonald abrieran en 1955 McDonald's System, Inc, lo que tiempo después se convirtió en McDonald's Corporation. Seis años después Kroc compró todos los derechos de McDonald's Corporation y se convirtió en todo un éxito (Love, 1995).

Hoy en día McDonald's es identificada como una de las cadenas que más facturan en todo el mundo, especialmente en Colombia. McDonald's fue introducido en Colombia en el año de 1995 con su primera sede en el norte de Bogotá (Edmer Tovar Martinez, 1994). Cabe resaltar que McDonald's en latinoamérica es operada por Arcos dorados S.A la cual "es la mayor franquicia de McDonald's del mundo, en términos de ventas a nivel de todo el sistema y número de restaurantes. La compañía es la mayor cadena de restaurantes de servicio rápido de Latinoamérica y el Caribe" (McDonald's, 2016). Como fue mencionado previamente, McDonald's en algunos casos tiende a cambiar su menú según su locación geográfica y Colombia es uno de ellos. En el menú que se encuentra en la página web de McDonald's Colombia (<http://www.mcdonalds.com.co>), se puede encontrar un plato llamado "Almuerzo colombiano" el cual se compone de frijoles, arroz blanco, papas a la francesa, pernil de pollo apanado, ensalada de tomate y lechuga y por último una Coca Cola, con un precio de \$8.900 pesos colombianos el plato.

Por otro lado, el Estudio Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar realizado en el 2015 donde se entrevistaron a 30.000 personas a través de internet sobre el hábito de salir a comer a establecimientos, se encontró que en Colombia el 38% de las personas lo hacen una o más veces a la semana, y además, de estos, el 51% frecuenta almacenes de comida rápida. Es decir, aunque los colombianos prefieren la comida hecha en casa, pero hay personas que buscan lugares para alimentarse fuera de su hogar, optan por tiendas de comida rápida.

Para lograr con dichos objetivos se buscaron palabras claves que sirvieron como herramienta para desarrollar la respuesta a la pregunta problema. Estas palabras fueron: hibridación cultural, identidad y almuerzo colombiano, estas fueron escogidas debido a que pueden ser la clave o la respuesta a la pregunta problema, ya que pertenecen a un contexto social, el cual como se puede observar durante el desarrollo del estudio, está presente. La hibridación cultural se define como "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas que existían en forma separada se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas" (Canclini, 1990, p. 14), o como un fenómeno que "da cuenta de los procesos y resultados de la mezcla de diferentes culturas en América Latina" (Diccionario de estudios culturales latinoamericanos, 2009, p.138). Este término fue seleccionado ya que en McDonald's se evidencia que la franquicia está implementando una nueva estructura al incorporar el almuerzo colombiano. Pues si se observa el menú

de McDonald's, además de basarse en una estructura netamente fast food, ofrece en su página que es su producto más destacado, sin embargo si se observa su menú hoy en día en Bogotá, Colombia, ha implementado algo nuevo que se puede considerar "colombiano" según su nombre. Dicho lo anterior se puede plantear que McDonald's se está adaptando y fusionando a las "costumbres" colombianas y de este modo se beneficia tanto el comensal como el restaurante económicamente. Además puede existir el caso de que McDonald's vea una cultura muy arraigada a sus costumbres hoy en día y por ende ha comenzado a modificar su menú a un estilo "colombiano", y tal como lo dice Canclini (1990) hay un caso de alianzas fecundadas por parte de la franquicia con el consumidor colombiano.

El término Identidad, cumple con un papel importante ya que es pertinente entender si los habitantes del país se sienten identificados con los alimentos expuestos en el menú colombiano de McDonald's. La identidad según Hall (1996), es un punto de encuentro entre los discursos, las prácticas y los procesos que producen subjetividad. Es por esto que las identidades son conjuntos temporales sobre el sujeto en el proceso del discurso, ó una articulación entre las posiciones subjetivas que construyen prácticas. Adicionalmente, no es un proceso de pensar sobre quién es, sino de donde se viene. Es decir, al pensar en identidad se busca aclarar en qué podríamos convertirnos y que nos podrá representar.

Por último se buscó el significado de "almuerzo colombiano", con el fin de comparar la idea que tiene McDonald's de almuerzo colombiano el cual se compone de frijoles, arroz blanco, papas a la francesa, pernil de pollo apanado, ensalada de tomate y lechuga y por último una Coca Cola con el punto de vista de diferentes autores acerca de lo que define un almuerzo colombiano. Con ayuda del escrito "Léxico de la alimentación popular en algunas regiones de Colombia", se definió este término, pues Rodríguez (1964), autora de este texto, realizó una entrevistas en las regiones del Huila, Norte de Santander, Antioquia, Bolívar y Nariño, esto con el fin de entender cómo definen los colombianos un "almuerzo colombiano", según lo expuesto en el texto, el almuerzo colombiano se define como una comida principal, compuesto de ingredientes como el arroz, frijoles, carne, papa, entre otros. Dicho lo anterior se puede considerar que McDonald's está vendiendo un almuerzo colombiano que se define como una comida principal (almuerzo) para los colombianos. Teniendo en cuenta la definición que la autora da mediante entrevistas realizadas de lo que contiene un almuerzo colombiano en estas regiones del país, se podría decir que los componentes como el frijol, el arroz, la papa y las carnes son muy comunes. Comparando estos ingredientes con el almuerzo colombiano que vende McDonald's efectivamente tienen ingredientes en común como lo es el frijol, el arroz, la papa y el pollo.

Además no solo estas palabras claves fueron de ayuda para darle la respuesta a la pregunta problema pues se realizaron entrevistas, observaciones e investigaciones con un enfoque cualitativo, pues como se evidencia en la pregunta, se aborda el problema desde un punto de vista social, es decir, para encontrar la respuesta a la pregunta las principales fuentes de datos fueron las personas y sus puntos de vista los cuales posteriormente fueron interpretados y analizados. Además se extrajeron datos significados a través de las herramientas de recolección con el fin de darle un óptimo desarrollo a la investigación. Por último, la investigación no contara con datos ni recolección de tipo cuantitativo ya que como se dijo antes, la respuesta se buscará en el pensamiento de los colombianos y su opinión.

Las entrevistas fueron de gran ayuda para entender la percepción de la empresa en el menú. Es decir, se busca comprender por qué McDonald's ha creado este plato al que considera propio de la zona con los ingredientes que contiene. Además, se buscará saber si este ha generado algún impacto en los comensales y tiene grandes ventas a nivel regional. Además mediante la observación participante, se buscó reconocer la preferencia de los comensales en Bogotá,

estos tenían afinidad por el menú. Por último se recurrió a investigaciones, específicamente revisiones bibliográficas, previamente realizadas como libros, artículos, tesis de grado o de posgrado, puesto que a se han abordaron temas como hibridación o identidad cultural, mencionado anteriormente, fenómeno el cual se relaciona de manera directa con la implementación del almuerzo colombiano.

El siguiente proyecto tuvo como fin investigar el porqué de una franquicia de comida rápida como McDonald's, ha incorporado en su menú un almuerzo el cual clasifica como "colombiano". Además, se busca explicar los factores culturales que tuvo en cuenta para poder crear y vender este almuerzo en específico. Por otro lado, con esta investigación se puede entender como una propuesta de comida rápida afecta el comportamiento de las personas a la hora de elegir un plato colombiano proveniente de un restaurante de cadena internacional. Dicho lo anterior y entendiendo el por qué McDonald's ha optado por implementar este plato, se busca comprender y brindar conocimiento de cómo ese cambio responde a una producción de colombianidad, es decir como McDonald's se ha apropiado de estereotipos sobre la gastronomía colombiana para "colombianizar" su menú.



## **Almuerzo colombiano: Una producción de colombianidad**

Es pertinente recurrir a lo previamente expuesto en la teoría, con el fin de analizar y entender si el almuerzo colombiano vendido por McDonald's responde a una producción de colombianidad, es decir si McDonald's se ha apropiado a estereotipos sobre la gastronomía colombiana, con el fin de colombianizar su menú al implementar un "almuerzo colombiano", el cual no es vendido en otros países. Además, se tendrán en cuenta las palabras de Fernanda Hoyos (2017), gerente de McDonald's, dadas en la entrevista sobre el plato a investigar.

Teniendo en cuenta lo que se ha expuesto previamente en los antecedentes con el fin de analizar lo anteriormente dicho, primero es necesario comprender si el "almuerzo colombiano" por McDonald's cumple con la composición general de lo que se considera como un "almuerzo" en Colombia, el cual según lo investigado es considerado o definido como una comida principal (Rodríguez, 1964, p. 45). Teniendo en cuenta el título de este almuerzo, el comensal colombiano puede crear una inferencia de que este almuerzo es un "típico" almuerzo colombiano. Sus ingredientes se basan en arroz, frijoles, pollo apanado, ensalada compuesta por tomates y lechuga, bebida (Coca Cola) y papas a la francesa. Se puede realizar un relación del almuerzo colombiano vendido por McDonald's con lo que se conoce como el ACPM (arroz, carne, papa y maduro) en Colombia, pues es un plato rico en carbohidratos tal como "almuerzo colombiano". Es pertinente mencionar de donde surgió el ACPM, según Juana Camacho "la estandarización nutricional, centrada en la caloría como unidad de energía, y la proteína, como base del crecimiento humano" contribuyó con el cambio de alimentación en los colombianos, además Camacho (2014) explica



que “las políticas agroalimentarias, sin embargo, también promovieron una dieta rica en carbohidratos que ha redundado en una simplificación y una homogeneización de la dieta y del gusto” (Camacho, 2011) y que de ahí se dio inicio a una dieta estandarizada por ACPM. “La dieta del ACPM se convirtió en el combustible o la gasolina de las masas de campesinos” (Camacho, 2011). Hoy en día el ACPM se ha visto reemplazado por diferentes ingrediente como el pollo o el huevo y se ha convertido en el imaginario nacional como la dieta colombiana moderna y deseable (Camacho 2011). Dicho lo anterior y teniendo en cuenta que el ACPM se convirtió en una dieta deseable según Juana Camacho (2014), McDonald’s pudo realizar una conexión con dicha estandarización y de este modo implementar un tipo de ACPM que la población colombiana aceptara, con ingredientes que se podrían considerar como colombianos.

Es pertinente resaltar que estos ingredientes no son originarios de Colombia, pues en el caso del frijol es de origen Mexicano, el arroz de origen asiático, el pollo fue un animal traído por los Españoles en la época de la conquista y la papa es originaria de Perú (Gautas y Barbacil, 2014). Dicho lo anterior se puede decir que los ingredientes implementados en el “almuerzo colombiano” no son productos originarios de Colombia, sino que se fueron apropiando a través de los años en diferentes preparaciones en el país y de esta manera se empezaron a reconocer como colombianos, tal como se puede observar en el libro de “Técnicas profesionales de cocina Colombiana, (2016)”, en donde las técnicas y preparaciones presentadas requieren de alimentos no originarios de la zona.

En el libro “Léxico de la alimentación popular en algunas regiones de Colombia” (Rodríguez, 1964) se puede apreciar que en distintas regiones como Norte de Santander, Bolívar, Antioquia, Nariño y Bolívar implementan como materia prima principal en sus platos estos ingredientes y lo consideran como un almuerzo colombiano (Rodríguez, 1964, p. 45). Por ende realizando una comparación con lo previamente dicho acerca de que los alimentos implementados en el “almuerzo colombiano” no son originarios de Colombia se puede considerar que este plato no es colombiano, sin embargo teniendo en cuenta que estos se fueron apropiando en diferentes regiones y que hoy en día son considerados como ingredientes principales dentro de un almuerzo colombiano se puede decir que este plato realizado por McDonald’s efectivamente es un almuerzo que se puede considerar como Colombiano.

Por otro lado, de acuerdo con las palabras de Fernanda Hoyos, McDonald’s hizo un plato donde se encontraran productos que un colombiano promedio consume normalmente en la casa y generalmente al almuerzo. Es decir, la empresa buscó asemejar la preparación a un almuerzo casero, que las personas comían seguido, para atacar a un público objetivo determinado. Siendo estos las personas de oficinas, que buscan cada día comer mejor y más natural, por un precio adecuado.

Es por lo anterior que Hoyos considera que es un plato colombiano, debido a que se encuentra variedad a escoger, de productos fáciles de preparar del país. Además, como comenta, se buscó la adaptación de las cocinas tradicionales de Colombia al restaurante. En otras palabras, McDonald’s, a partir de sus equipos y posibilidades en las cocinas, escogieron una mezcla de preparaciones básicas frecuentadas por el consumidor del país, para crear un plato apto para los mismos. Adicionalmente, agrega el pollo frito, que aunque no es considerado de Colombia, el restaurante

crea que acompaña de manera adecuada el menú y genera satisfacción en el cliente. Dicho lo anterior de igual manera se puede inferir que probablemente McDonald's se ha guiado por la "cocina popular", según el autor Samuel Alejandro Santillana Limón (2017) en su texto "La cocina popular en los cuadros costumbristas mexicanos", define este concepto como "Cocina del ama de casa que guisa para su familia". La cocina del terruño, de los ingredientes locales comprados en los mercados, y complementados con los frutos del traspatio. Cocina que cambia de manera lenta y prefiere apoyarse en la seguridad que da la costumbre, es una cocina arraigada a una comunidad, consumida de manera cotidiana y que muchas veces rechaza los sabores que no le son propios" (Santillana, 2017). Teniendo en cuenta este término se puede decir que el plato almuerzo colombiano de McDonald's puede estar imitando una "cocina popular", o representarla en su plato "almuerzo colombiano", con el fin de tener una conexión estrecha con el comensal colombiano, además como se puede observar son productos como se mencionó anteriormente consumidos día a día por los colombianos.

## **McDonald's en Colombia: Un caso de hibridación**

Analizando que el "almuerzo colombiano" efectivamente puede cumplir con estándares o estereotipos que tienen los diferentes ciudadanos de Colombia acerca de lo que es un almuerzo colombiano o lo que debe tener este (tomando como referencia al libro "Léxico de la alimentación popular en algunas regiones de Colombia"). McDonald's ha colombianizado su menú al implementar ingredientes considerados como colombianos, pero es pertinente entender la razón por la que lo ha hecho, por ende se requiere recurrir a investigaciones previamente realizadas acerca del tema de hibridación cultural, ya que puede justificar la razón por la cual McDonald's ha colombianizado su menú al implementar este plato.

Teniendo en cuenta la definición de este término la cual es "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas que existían en forma separada se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas" (Canclini, 1990, p. 14) o como un proceso que "da cuenta de los procesos y resultados de la mezcla de diferentes culturas en América Latina" (Diccionario de estudios culturales latinoamericanos, 2009, p. 138). Por otro lado es pertinente mencionar, como se ha dicho previamente que la hibridación sirve para crear algo útilmente homogéneo que tenga algunas características por parte y parte. Además se cita que la hibridación, "contribuye a identificar y explicar múltiples alianzas fecundas".

Además, Hoyos comenta que se ha presentado una hibridación cultural gracias al restaurante. Ya que, por la estrategia de ventas del lugar, se ha fusionado la cultura de la comida rápida y la colombiana, donde se ha empezado a crear la comida rápida colombiana, que presenta preparaciones que se usan comúnmente en el país adaptadas al tipo de restaurante. Adicionalmente, ella considera que este fenómeno ha servido a los comensales colombianos, debido a que se benefician al encontrar un almuerzo de buena calidad que se asemeja a las preparaciones de su casa, a buen precio y de manera rápida para no interrumpir de gran manera el horario laboral. Dicho lo anterior se puede plantear que McDonald's se está adaptando y fusionando a las "costumbres" colombianas, creando así un menú colombianizado implementado nuevas propuestas como lo es el plato de "almuerzo colombiano".

De este modo se beneficia tanto el comensal como el restaurante económicamente, tal como lo dice el autor Nestor Canclini (1990) que al momento que se generan nuevas estructuras, se adquieren características de una cultura lo cual sirve para formar estrategias económicas, esto puede ser una de las razones por la cual McDonald's ha optado por implementar una nueva receta en su menú. Tal como lo menciona la gerente de McDonald's que tuvieron que analizar qué productos consumía generalmente el comensal colombiano con el fin de poder implementar de manera óptima este plato.

Además puede existir el caso de que McDonald's vea una cultura muy arraigada a sus costumbres hoy en día y por ende ha comenzado a modificar su menú a un estilo "colombiano", y tal como lo dice Canclini hay un caso de alianzas fecundadas por parte de la franquicia con el consumidor colombiano.

Por otro lado se puede entender porque McDonald's responde a una producción de colombianidad y además la razón por la cual ha cambiado su menú, justificándolo como un proceso de "adaptación cultural", este término se define como la adaptación de un comportamiento en particular teniendo en contexto la situación actual de un lugar (Zhou y Zhang, 2012, p.4), explicado previamente. Dicho lo anterior existe la posibilidad de que McDonald's ha optado por utilizar este proceso con el fin de construir una relación más efectiva con la cultura local de la población colombiana o en este caso bogotana ajustando su menú. Es pertinente resaltar que para lograr esta adaptación cultural McDonald's tuvo que realizar estudios de costumbres, comportamientos y entre otras características con el objetivo de ver si era viable implementar un plato como este, del mismo modo que lo ha hecho en otros mercados como lo es el de China y el de la India que ha implementado ingredientes los cuales no son implementados en otros lugares.

### **"No es un almuerzo colombiano..."**

Para poder desarrollar este capítulo se tuvieron en cuenta entrevistas previamente realizadas. Antes de exponer las respuestas obtenidas es pertinente entender el punto de vista de lo que "tradicionalmente" conocemos los colombianos como un plato o almuerzo colombiano "tradicional". El autor Jaime Alzate en su artículo "Panorámica de la cocina colombiana", da a conocer algunos platos según él "tradicionales" de cada región. Alzate explica que la cocina de un pueblo o región se basa en la herencia étnica, mitos ancestrales y sus "tradiciones" (Alzate, 2002, p.142). Está también involucra distintos factores como la necesidad de abastecer y el ingenio culinario ligado por las limitaciones económicas. Dicho lo anterior el autor expone algunos platos "tradicionales" de cada región de Colombia. Algunos de sus platos son expuestos son: El sancocho, el mondongo, ajiaco, pusandao de cangrejo, amasijos como arepas,

*la cocina de un pueblo o región se basa en la herencia étnica, mitos ancestrales y sus "tradiciones" (Alzate, 2002, p.142).*

Las respuestas recibidas por distintos comensales y por distintas personas, fue que ellos percibían el plato de almuerzo colombiano, como un almuerzo no cotidiano de Colombia, debido a que ellos consideran que platos como el sancocho, bandeja paisa, ajiaco bogotano, mondongo, arepa, carne oreada santandereana entre otros, son platos "tradicionales" de la región colombiana y no el plato expuesto por McDonald's. Realizando una comparación con lo previamente dicho son platos mencionados por el autor Jaime Alzate, que son considerados "tradicionalmente colombianos". Sin embargo algunas personas dijeron que alimentos como el arroz y los frijoles se pueden considerar como "típicos" de la región.

Dicho lo anterior es pertinente entender que si el consumidor colombiano no considera este plato como un almuerzo colombiano, sino como una simple comida, se rechazaría la idea o la hipótesis de que hay un caso de hibridación cultural al momento que McDonald's implementó este plato, pues como ya se mencionó la hibridación cultural, en resumidas palabras, es la fusión de dos culturas. Al no considerarse colombiano o arraigado a un plato tradicional colombiano, rechaza esta idea previamente expuesta.



## **Conclusiones**

Para empezar, McDonald's en los últimos años ha optado por ofrecer lo que el comensal colombiano prefiere, y de esta manera, hacerse más fuerte entre los restaurantes de comida rápida del país. Una de estas estrategias, fue impulsar un almuerzo colombiano, con el fin de que las personas en las oficinas tuvieran comida casera a un precio adecuado.

Según lo que se pudo observar, los ingredientes del plato colombiano fueron escogidos no por su tradición en el país, sino por su gran consumo en el mismo. Es decir, los residentes de la zona se han acostumbrado a comer arroz y algún tipo de grano, como lentejas o frijoles, a través de los años, y el restaurante lo tuvo en cuenta. Además, agregó pollo, debido al gran gusto de las personas hacia este, y ensalada, además teniendo en cuenta lo previamente dicho por Juana Camacho el almuerzo colombiano de McDonald's puede ser un plato de ACPM, el cual es fundamental en la dieta de los colombianos y por esta razón ha sido aceptado.

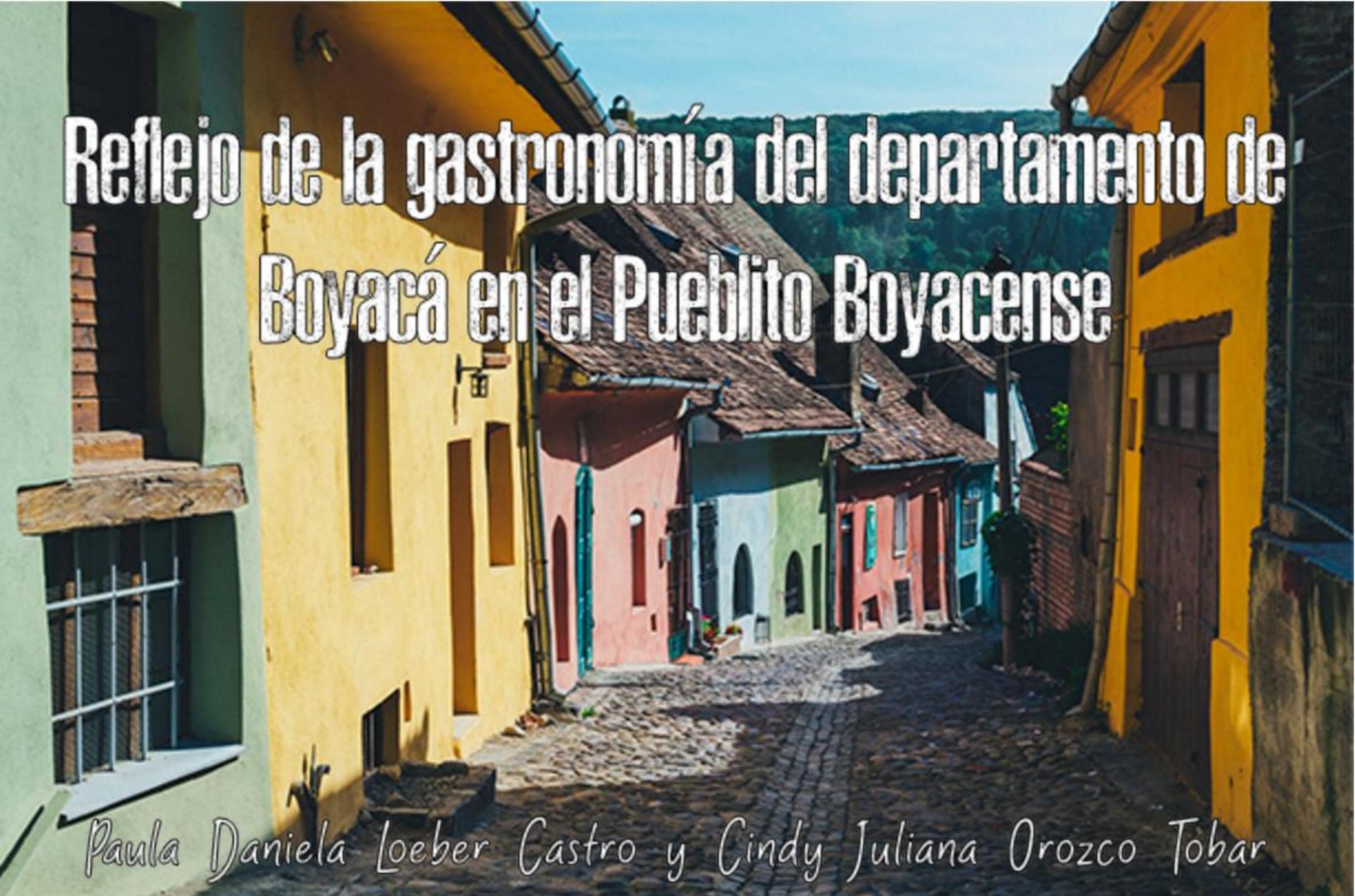
Como se dijo antes, este menú solamente es implementado en el país y tiene como fin atraer a un público específico. A pesar de esto, a raíz de entrevistas a personas consumidoras se pudo encontrar que la población no considera que el plato sea tradicional colombiano. A pesar de que son ingredientes de los que se alimentan en los hogares colombianos, los pobladores no los consideran representativos de la zona. Teniendo en cuenta lo que se dijo acerca de hibridación, analizando esto no habría un caso de hibridación ya que el plato no se considera como "tradicional" colombiano y por ende no habría una fusión de dos culturas como se ha explicado previamente y se rechazaría la idea de que el "almuerzo colombiano" de McDonald's es un caso de hibridación cultural.

Por último, se podría decir que McDonald's efectivamente ha implementado su almuerzo colombiano con el fin de responder a una producción de colombianidad. A pesar de que hay un rechazo por la idea de que la implementación de este plato es un caso de hibridación cultural. Se puede decir que debido a que McDonald's está implementando un plato con ingredientes que se consideran colombianos y que son consumidos constantemente por la población colombiana, según explicado en el Capítulo 1 y además es un plato que se puede considerar como ACPM, un plato que ha constituido la dieta de los colombianos desde hace tiempo. Además teniendo en cuenta el término "cocina popular", se puede observar que es una razón más para decir que efectivamente McDonald's responde a una producción de colombianidad, ya que como se mencionó previamente este término hace referencia a la cocina que se acostumbra a comer en la sociedad según el autor Alejandro Santillana, por ende se podría decir que McDonald's ha implementado ingredientes que se acostumbran a comer en Colombia, pero que no son netamente originarios del país.

## Referencias

- Arcos Dorados S.A (2016). Mcdonalds. Recuperado de: <http://www.mcdonalds.com.co/compania/-detalles>.
- Alzate, J. (2002). PANORÁMICA DE LA COCINA COLOMBIANA. Bogotá.
- Campoy, T., & Gomes, E. (2009). Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos. Retrieved September 27, 2017, from [http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/loads/2011/10/T\\_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf](http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/loads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf)
- Canclini, N. (1990). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: GRIJALBO, S.A. de C.V.
- Carden, L. L., Maldonado, T., & Boyd, R. O. (2017). Organizational resilience. Organizational Dynamics. Retrieved August 12, 2017, from <http://www.sciencedirect.com.ez.unisabana.edu.co/science/article/pii/S0090261617300360>
- Colprensa. (2016, October 22). Hábitos de los colombianos: solo 6 % desayuna en casa, 72 % almuerza fuera. Retrieved August 6, 2017, from <http://www.eluniversal.com.co/salud/habitos-de-los-colombianos-solo-6-desayuna-en-casa-72-almuerza-fuera-238351>
- Diccionario de estudios culturales latinoamericanos. (2009). Hibridez. México: Siglo xxi editores, s.a.
- Duque-Mahecha, P. (2017). A New Culinary Culture in Colombia: Equality and Identity in the Interpretation of Traditional Cuisines. Trabajo de grado para optar por el título de Doctor de Filosofía. Universidad de Cornell.
- Hall, S., & Gay, P. D. (1996). Cuestiones de identidad cultural(H. Pons, Trans.). Madrid, España: Amorrortu.
- Love, J. (1995). Behind the Golden Arches. US: Bantam Doubleday Dell Publishing Group Inc.
- Mann, T. (2010). What is culture? Training Journal, 47-51. Retrieved August 20, 2017, from [https://search-proquest-com.ez.unisbana.edu.co/docview/357205422?rfr\\_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo](https://search-proquest-com.ez.unisbana.edu.co/docview/357205422?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo).
- Martinovic, C., y Straumann, F. (2013). Un caso de hibridación cultural: la presencia de McDonald's en India (Tesis de pregrado). Universidad ORT Uruguay, Uruguay.
- Mcdonald's Corporation. (2015). Annual report. Washington DC.
- Molano, O. L. (n.d.). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera,7, 69-84.
- Richardson, A. S., Boone-Heinonen, J., Popkin, B. M., & Gordon-Larsen, P. (2011). Neighborhood fast food restaurants and fast food consumption: A national study. BMC Public Health, 11(1). Retrieved August 12, 2017, from <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-11-543>.
- Rodriguez, M. (1964). Léxico de la alimentación popular en algunas regiones de Colombia. Colombia: Centro virtual Cervantes.
- Santillana, A. (2017). La cocina popular en los cuadros costumbristas mexicanos. Universidad del Claustro.





# Reflejo de la gastronomía del departamento de Boyacá en el Pueblito Boyacense

*Paula Daniela Loeber Castro y Cindy Juliana Orozco Tobar*

## **RESUMEN:**

La gran variedad de productos en Colombia permite una amplia gastronomía, dependiendo de la región la alimentación tiene fuertes variaciones, por esta razón hay diferentes zonas que buscan resaltar y/o dar a conocer la gastronomía representativa de su cultura, esto es lo que busca entregar a sus visitantes el Pueblito Boyacense ubicado en Duitama, Boyacá. En el siguiente artículo se encontrará un análisis de la oferta gastronómica del Pueblito Boyacense como representación de la comida de las diferentes zonas de Boyacá, así como las opiniones de personas involucradas con la gastronomía del lugar. Sin embargo, se encuentra mucha comida rápida que no pertenece al departamento entre otras ofertas las cuales son bastante inesperadas y contradictorio teniendo en cuenta la visión de los creadores del proyecto.

**Palabras Clave:** Representación, Boyacá, prácticas gastronómicas, pueblito boyacense, alimentación.

## **ABSTRACT:**

The wide variety of products in Colombia allows a wide gastronomy, depending on the region the food has strong variations, for this reason there are different areas that seek to highlight and / or make known the representative gastronomy of their culture, this is what seeks to deliver to its visitors Pueblito Boyacense located in Duitama, Boyacá. In the following article you will find an analysis of the gastronomic offer of Pueblito Boyacense as a representation of the food of the different areas of Boyacá, as well as the opinions of people involved with the gastronomy of the place. However, there is a lot of fast food that does not belong to the department among other offers which are quite unexpected and contradictory considering the vision of the creators of the project.

**Key Words:** Representation, Boyacá, gastronomic practices, pueblito boyacense, alimentation.

## INTRODUCCIÓN

La forma en que se alimenta un grupo específico de seres humanos o una región, varía por sus condiciones propias y su entorno, sin dejar de tener en cuenta las nuevas tecnologías y el cambio constante de cada sector que hacen que los hábitos alimenticios sean transformados y modificados. Un ejemplo claro es la cocina indígena cuando se somete a ciertos cambios de los que se obtuvieron óptimos resultados, como la inclusión de la carne de res, cerdo y gallina, además de los productos lácteos con la llegada de los colonizadores. (Torres, 2012). Pensar en Colombia desde los hábitos culinarios es reconocer que la expresión gastronómica de sus habitantes es la interpretación de un modo de vida que tiene décadas, afectado por el espacio geográfico, así como por situaciones naturales, sociales e incluso políticas, que ha desembocado en el legado de la mesa de nuestros antepasados que hoy en día se tiene en el país y en sus diferentes regiones (Valcárcel y Vanegas, 2015). Sin embargo, la globalización ha llegado a afectar la gastronomía propia de los países, y Colombia no es la excepción. “En el país los ciudadanos tienden a pensar en conductas, ideales y modelos de vida diferentes de los propios porque consideran que los que se practican en el país no son suficientes y mucho menos aptos para generar bienestar y satisfacción social” (Valcárcel. y Vanegas, 2015). Lo cual se puede evidenciar en tendencias gastronómicas mundiales como lo es la pizza o hamburguesa, las cuales se han adaptado a cada cultura e incluso modificadas del modelo original para incluir una pequeña porción de su identidad culinaria.

Uno de los departamentos más representativo en Colombia es Boyacá, en especial a nivel culinario por la gran cantidad de productos agrícolas que se encuentra en este. El departamento se encuentra en el centro de Colombia, atravesado por la cordillera Oriental, lo cual la hace una región con diversidad de climas, presentando todos los pisos térmicos, con temperaturas que desde 35° C hasta temperaturas por debajo de 0° C, y esta además de sus suelos es lo que le permite la diversidad agrícola que posee. (Castro, Barón, 2012) El entorno geográfico en que se desarrollara la siguiente investigación será el Pueblito Boyacense, ubicado en Duitama, donde se encuentran representaciones de diferentes municipios de Boyacá, (Bautista. 1996). en donde el proyecto busca incorporar las diferentes prácticas gastronómicas de cada uno de estos.

De esta forma se busca saber si un lugar tan reconocido como un destino turístico, como lo es el Pueblito Boyacense por ser la representación en todos los sentidos culturales de la región, si es fiel a su procedencia gastronómica, o se ha dejado “contaminar” de prácticas culinarias que no corresponden a la región o incluso al país, y si son conscientes de la responsabilidad que tienen como la acogida de la cultura de la región por personas que no son nativos del departamento de Boyacá.

Teniendo en cuenta lo anterior planteado, el objetivo principal que se buscaba responder con la investigación era determinar si la oferta gastronómica del pueblito boyacense es un reflejo de la representación de la gastronomía del departamento de Boyacá, para poder responder a esto los pasos que se llevaron a cabo fueron, en primer lugar indagar acerca de los platos y comidas representativas de Boyacá. Después al tener el punto anterior claro se debía reconocer el pueblito boyacense y sus lugares de venta de comida como el lugar de estudio y ahí mismo conocer las historias de las personas encargadas de la muestra gastronómica del pueblito boyacense, y las razones por las cuales ofrecen el producto que venden a los visitantes para de este modo tener una visión integral de lo que sucede en el lugar de la investigación. A partir de lo anterior se elaboró una pregunta problema a la cual se le dará respuesta con la siguiente investigación, la pregunta problema es: **¿De qué manera la oferta gastronómica del Pueblito boyacense puede ser el reflejo de la representación de las prácticas gastronómicas del departamento de Boyacá?**

Boyacá, creada en el congreso de Cúcuta en 1821 tiene una gran importancia e influencia respecto a la historia de Colombia en términos generales, siendo este departamento donde se libraron diferentes batallas en las cuales la emancipación era el mayor sueño de los luchadores, en este territorio se pueden recordar enfrentamientos como la conocida batalla del Pantano de Vargas en el cual los protagonistas fueron los boyacenses realizando de esta manera un aporte a la historia nacional, por otro lado, está la reconocida última batalla que le dió la independencia a Colombia, la batalla del puente de Boyacá la cual confirmó la independencia de Colombia. De esta manera la gobernación del departamento de Boyacá muestra su territorio como un territorio heroico, lleno de historia en la cual destacan los boyacenses luchadores quienes fueron capaces de enfrentarse a ejércitos completos con el propósito de liberar su territorio; de esta manera, se considera importante esta información para entender la forma de ser de los habitantes de este departamento, gente de carácter fuerte, trabajadores y luchadores; “El nombre de Boyacá es de origen chibcha y quiere decir «cercado del Cacique o región de las mantas». Al respecto, el historiador Javier Ocampo López dice: con este nombre se conoce también una pequeña población indígena anterior a la conquista española y actualmente municipio” de esta manera, se puede entender que Boyacá tiene unas fuertes raíces las cuales dejaron ciertas costumbres que incorporadas con las consecuencias de la colonización desarrollaron su propia identidad gastronómica.z

Referirse a la representación de una región, como lo es el caso de la investigación, evoca demasiados aspectos que han pasado dentro de la misma. Desde esta perspectiva la autora Beatriz Pérez, por medio de una investigación basada en el pueblo inca y otras tribus indígenas tiene en cuenta la identidad de ellos, lo cual lleva a lo que va a representar estando ligados los dos términos. Teniendo lo anterior en cuenta, la autora habla acerca de las antiguas tribus y escribe “la identidad étnica y cultural de los pobladores andinos no emana de ninguna esencia heredada de los antepasados (...) sino de las distintas estrategias de relación de estos grupos frente a otros”. (Pérez, 2006), dando entender que a pesar del pensamiento común que pueden llegar a tener las personas, de que lo que se puede llegar a conocer de una tribu de hace siglos y se muestra como la representación de lo que eran, se hace siempre haciéndolo en el sentir que es la cultura desde siempre, la autora aclara cómo la identidad incluso viene a ser cada cambio que puede llegar a hacerse por medio de las relaciones con otros, o en este punto, unas culturas con otras y realizar intercambios que empiezan a cambiar desde los factores políticos hasta los de alimentación. La misma autora pone un ejemplo acerca de los festivales para cerrar la idea, y da a entender esta práctica como “flexible y relativo al contexto social e histórico”, ya que a pesar de la importancia que le pueden llegar a dar, sin importar la tribu, pueblo o país, son los actores sociales y escénicos los que le dan un valor real a lo que significa el festival como parte de la representación de la comunidad que participe en estos. Pérez explica la autenticidad de la siguiente forma.

*“Esta autenticidad no derivaría ni de su relación con el turismo (criterio economicista) ni de la precisión histórica de lo transmitido (criterio etnohistórico), como tampoco de la procedencia autóctona de los mismos (criterio esencialista), sino más bien de la reapropiación cultural y política que protagoniza la población indígena de un discurso global como el incanismo y de sus manifestaciones actuales”(Pérez, 2006)*

Retomando lo anterior, la autora explica el tipo de variación que puede haber y cuáles cosas que se podrían considerar como relacionadas como la procedencia autóctona de las regiones no necesariamente es de esa manera.

A continuación, se resaltaré otro autor que habla del mismo tema, aunque en un ambiente y contexto diferente al anterior Stuart Hall, habla de la identidad y representación desde “la cultura británica o inglesa”, habla de la identidad como “anclada en lo desconocido inmenso de nuestras

vidas psíquicas, [...] No podemos leer la psique directamente en lo social y lo cultural” (Hall, 2010). Hall comparte como algo inconsciente en cada una de las personas que construye o hacer parte de un grupo o sociedad, algo inalcanzable, que no puede ser visto ni alcanzado por el mismo. De igual forma aclara que para sí mismo no es posible reflexionar, controlar o conocer de una forma completa lo que hace parte de su identidad, ya que muestra esta como el complemento entre la práctica de las cosas que puede llegar a hacer o decir que “lo diferencia”, y una compleja relación con una parte inconsciente que realiza la persona, y por esas dos se forma la identidad. Respecto a lo planteado por Stuart Hall en Cuestiones de identidad cultural, se entiende de base que el ser humano es un ser que nace con la necesidad de relacionarse con su entorno y con otros, ya que muestra este como un ser social, de este hecho parte la idea de que el ser humano al empezar a relacionarse va a buscar un factor diferencial que lo ayude a distinguirse del otro, es entonces cuando surge el concepto de identidad, cuando a pesar de los factores diferenciadores hay unos que son comunes entre un grupo de personas; este concepto en el escenario de la identidad cultural se refiere a ese «yo colectivo o verdadero que se oculta dentro de los muchos otros "yos", más superficiales o artificialmente impuestos, que un pueblo con una historia y una ascendencia compartidas tiene en común» (Hall, 1990). Esto indica que, la identidad no es unipersonal, está, por el contrari puede ser de una comunidad que por medio de distintos tipos de discursos y prácticas busca crear acciones o comportamientos que se vuelvan propias de sí mismos. Es entonces, cuando se entiende que esta investigación ve la identidad bastante relacionada con la representación estas se relacionan tanto con la invención de la tradición como con la tradición misma, y nos obligan a leerla no como una reiteración incesante sino como «lo mismo que cambia» (Gilroy, 1994) lo que significa que ambas giran en torno a la invención de ciertas tradiciones características de los diferentes grupos humanos alrededor del mundo con el objetivo de mostrar que así sean parte del mismo mundo, y sean la misma raza, tienen diferentes prácticas y acciones que ayuden a su diferenciación lo cual lo hace sentir especial y con cierto tipo de poder sobre lo que entiende y tiene como suyo.



El mismo autor aparte menciona algo que se puede observar a grandes rasgos en la actualidad, y es el cómo las naciones y las identidades que puedan estar incorporadas en estas pueden ser absorbidas, incluso devastadas, a causa de comunidades más grandes como un mayor “poder” sobre la otra. Esto sucede en el momento en que se comienza el intercambio de identidades nacionales y una es más fuerte que la otra. (Hall, 2006). Situaciones como las que nombra Hall pueden ser vistas en el contexto gastronómico, el como culturas gastronómicamente hablando más fuertes e influyente pueden invadir una nación, logrando tener más fuerza que lo “propio” de una nación, como se puede observar en el país con marcas reconocidas y grandes, como lo puede llegar a ser McDonald's, o la gran influencia de comidas no autóctonas como la italiana, mexicana o americana (principalmente por la venta de hamburguesas). Tomando lo anterior, ¿Cómo el Pueblito Boyacense podría sobrevivir a una nación con productos no propios? o ¿Es ese nuevo estilo de comida ya parte de la identidad de cada uno como lo explica Beatriz?, siendo un lugar de representación del departamento y con gran movimiento turístico y dando alusión a los autores anteriores, la muestra gastronómica que se encuentra en la zona de estudio, ¿que mostrara como representativo de la región?

La investigación se realizará con el fin de indagar si el pueblito boyacense, siendo un punto de referencia para identificar las micro regiones más importantes y representativas de Boyacá, tiene los componentes gastronómicos necesarios para ser un espacio representativo en el momento de hablar de un departamento completo y complejo como lo es Boyacá donde existe una amplia variedad de alimentos que pueden llegar a ser representativos para la región. El realizar este análisis se considera importante porque en esta investigación se busca entender qué imagen está generando no solo el pueblito, sino el país en general, teniendo en cuenta la influencia extranjera que se ha mencionado anteriormente, además de la importancia para nosotros como estudiantes de gastronomía en Colombia para ser conscientes de los productos que el país posee y cómo estos se pueden tratar, exaltar y no ser opacados o reemplazados por los productos no propios .

Para realizar esta investigación a cabo se realizaron diferentes metodologías para responder al objetivo principal de determinar si la oferta gastronómica del Pueblito Boyacense es un reflejo de la representación gastronómica de la región. La investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que no se busca estudiar estadísticas, sino por lo contrario, el sentir de las personas, teniendo en cuenta diferentes puntos de vista y diferentes formas de recolección de información, además de nuestra opinión y análisis propio con respecto a lo que se recolecta. En primera instancia se realizó un análisis de documentos por el cual se logro una contextualización de los platos, comidas o productos representativos del departamento de Boyacá, se utilizó para la investigación este método ya que se necesitaba una base teórica para hablar acerca de lo que se considera “típico” de la región a estudiar.

Posteriormente, teniendo en cuenta lo recolectado del primer punto, se realizaron visitas, como trabajo de campo, donde se reconoció la zona y se realizó un trabajo de observación detallado de las muestras gastronómicas presentes en el Pueblito Boyacense y el flujo que tiene cada uno de estos establecimientos, de esta forma contribuirá a la investigación para que nuestro punto de vista también tenga relevancia y se contribuya o compare con la teoría, de esta forma tener unos resultados más certeros.

Por último, para completar la etapa de recolección de datos, se aplicaron algunas entrevistas a personas que se encontraron en el pueblito boyacense y a los dueños o trabajadores de los establecimientos de comida, donde se evidenciaron las historias y razones por las cuales tienen esos restaurantes. Estas entrevistas apoyaron la investigación, para entender cómo las personas relacionadas directamente con el contexto a estudiar, piensan, y actúan frente a los alimentos de su región y especialmente para tener nuevos puntos de vista, que son necesarios tener en cuenta.

## ¿DÓNDE QUEDÓ EL COCIDO BOYACENSE?

Para la investigación se hizo búsqueda de documentos los cuales nos aportarán conocimientos previos a las visitas al Pueblito Boyacense acerca de los alimentos típicos del departamento de Boyacá, con lo cual se podrá realizar una comparación acerca de lo que se debería o se espera que se ofrezca en el Pueblito Boyacense, y lo que se observa y encuentra en el mismo.

Como principales ingredientes de la alimentación está la papa, cereales, usados en preparaciones como sopas, como son los cuchucos (Castro & Varón, 2012). Como se ha dicho anteriormente, Boyacá es un departamento que cuenta con diferentes pisos térmicos, a causa de esto tiene la capacidad de producción de una amplia variedad de alimentos. Sin embargo, a pesar de esta gran variedad hay unos alimentos específicos que son más relevantes, estos según Oscar Alfonso Vega Castro y Francly Nataly López Barón autores de alimentos típicos de Boyacá, Colombia son las papas, las sopas a base de cereales, la res, el cordero, el conejo y la gallina; respecto a los productos panificados cuentan con la mogolla, la chicharrona y la almojábana, y respecto a los productos lácteos se refieren al queso paipa como uno de los más famosos y representativos; los autores de igual manera relacionan los hábitos alimenticios presentes en esta zona con los hábitos que llevaban los indígenas muiscas y los que fueron llevados a dicho territorio a causa de la colonización y que causaron que prácticas europeas pasan ser parte de las costumbres alimenticias de este, lo cual muestra cómo el autor relaciona momentos históricos con los hábitos alimenticios del lugar, lo cual desde un punto de vista más profundo se puede entender de manera en que Boyacá es un departamento arraigado a sus antepasados, el cual le da un gran valor a su historia y lo hace por medio de la exaltación continua a sus productos; Los autores de igual manera buscan realizar un elogio a productos como la chicha, el cocido boyacense, el cuchuco, entre otros lo cual es un constante recordatorio a los lectores para que el consumo de estos productos continúe y se conozca porque un alimento típico no solo representa un lugar, sino que por el contrario este puede mostrar a través de sí mismo toda la historia de una región, sus acontecimientos culturales y las causas que hechos históricos como la colonización pueden dejar e impactar a un territorio, **UN VIAJE DECEPCIONANTE.**

Teniendo en cuenta los productos anteriores, se compara la oferta gastronómica del restaurante “Tibasosa; Arte y café” (Imagen 1). En el que se pueden encontrar grandes diferencias, solo observando los subtítulos que describen cada diferente opción, como hamburguesas, crepes de sal o dulces, wraps, sándwiches, o pan árabe. En la descripción de cada producto se puede observar los nombres de diferentes países, platos con camarones, salsas teriyakis, stroganoff, pesto, roast beef o pavo entre otras, las cuales se pueden identificar fácil y rápidamente con productos que no son autóctonos, que constituyen una carta internacional y variada, muy diferente a lo que se consideraría como “recetas tradicionales de la región” lo cual sería ideal que se evidenciara en el Pueblito Boyacense.



IMAGEN 1. Menú restaurante “Tibasosa, arte y café” Ubicado en el Pueblito Boyacense.

mento. Otra muestra de pan que se puede localizar es la hamburguesería

“El Olleto” donde también se encuentra una muestra gastronómica no correspondiendo al departamento y a lo que supuestamente el Pueblito representa. En cuanto a productos lácteos se producen: calostros (secreción de glándulas mamarias durante el embarazo), cuajadas y quesos, el más representativo de ellos es el “queso Paipa”.

A pesar de que la pizza sea un alimento común en el día a día de los colombianos, nos ha sorprendido encontrar una muestra de este tipo en el Pueblito Boyacense (Imagen 3), ya que desde su nombre “Slice, Pizza de New York” están mostrando que ofrecen un producto que no es siquiera parte de la “gastronomía tradicional” sino que pertenece a otro país a pesar de ser un alimento que se ha adaptado como “común”. Así como explica Oliver Meinhardt Haid en su texto “Sobre la pizza. Identificación y apropiación alimenticias en el mundo contemporáneo” como la pizza a pesar de ser un alimento consumido desde edad media y con una gran historia hasta la actualidad, sus inicios se dieron en Italia y Grecia, pero aun así la versión que se conoce hoy en día comercialmente es de Estados Unidos, y una muestra de este tipo se observa en el camino principal del Pueblito Boyacense. Así mismo otra oferta de lácteos que se encuentran son varios establecimientos con venta de helados, incluso con marcas reconocidas en la mayoría del territorio nacional como lo es “Mimos” y realización de helados con nitrógeno líquido, la cual es una práctica moderna que se ha implementado los últimos años a nivel nacional, sin embargo en el Pueblito Boyacense se puede encontrar. En Semana Santa se incrementa el consumo de pollo, trucha y pescado seco, y en diciembre los tamales de maíz con tres carnes y el popular envuelto, en el mes de junio es tradicional la mazorca asada (Castro & Varón, 2012). Con respecto a los platos para “épocas especiales” anteriormente mencionados, se encuentran algunos establecimientos en los que ofrecen la trucha y los tamales que siempre se han consumido en el departamento y permiten al turista conocer un poco más de estas preparaciones. Los muisca consumían una especie de sopa espesa, conocida actualmente como mazamorra, a base de maíz con adición de papa, como alimentos tradicionales condimentados con guasca como lo expresan Castro y Varón, al igual que Sánchez, E y Sánchez, C. (2014). Hablan y explican recetas del departamento, con variedad de varias sopas o espesados, incluso preparaciones criollas de algunas carnes, en la que podemos encontrar que estos autores diferentes muestran una similaridad con respecto a



Imagen 3. Restaurante “Slice, pizza de New York”.



Imagen 4. Restaurante “El olletero, restaurante-café”.



Imagen 5. Diferentes platos que se encuentran en “El olletero, restaurante-café”

los alimentos que se consumen en el departamento de Boyacá, donde se encuentra el famoso cocido boyacense que se muestra su presentación en la imagen 5, del lado derecho, y en las otras imágenes se pueden ver un robalo a la marinera con sus diferentes acompañamientos, patacón, arroz, papa a la francesa, y verduras al vapor. Y por último una picada con carnes de res, cerdo y pollo, que se acompañan con los mismos acompañamientos anteriormente nombrados. En este restaurante también se puede observar en el aviso de su entrada que se puede ver en la imagen 4, algunas ofertas de bebidas, consideradas “tradicionales” de la región de las cuales se hablarán a continuación. Respecto a las bebidas típicas presentes en Boyacá como la chicha tradicional, el masato de arroz, el guarapo, el candil, la chucula, el canelazo, el sabajón y el sabajón de feijoa se evidencia un contraste o una mala apropiación de ellos en el pueblito boyacense, durante las visitas a el lugar de investigación se encontraron bebidas como la cerveza la cual si bien es cierto ha tenido una importante acogida en el departamento no es originaria, diferentes tipos de shots, mojitos y margaritas los cuales claramente no van con el objetivo representativo del pueblito; Sin embargo, se encuentran pocas bebidas que se consideran típicas tales como el canelazo, el carajillo y diferentes aromáticas con frutas nativas, estas bebidas van acompañadas de amasijos típicos de la zona; con esto se puede analizar que el pueblito está totalmente enfocado en dar una amplia gama de productos los cuales sean de gusto general así se tenga que dejar a un lado parte importante de sus productos típicos, olvidando de esta manera el objetivo principal con el cual se creó el pueblito boyacense. Esta información se evidencia en la imagen 6. Todo lo encontrado fue decepcionante porque no era ni cercanamente lo que se esperaba incluso los creadores del proyecto en su misión y visión nombran la importancia de ser un lugar turístico, que evidencie su “cultura y tradiciones” y de igual manera “ un fortalecimiento de su identidad permanentemente” como se puede leer en la imagen 7, y aunque si se rescata su arquitectura, o algunas actividades en el año que se vinculan con la región, lastimosamente en el área gastronómica no cumplen ninguno de sus objetivos teniendo en cuenta la muestra que encontramos en el pueblito boyacense.

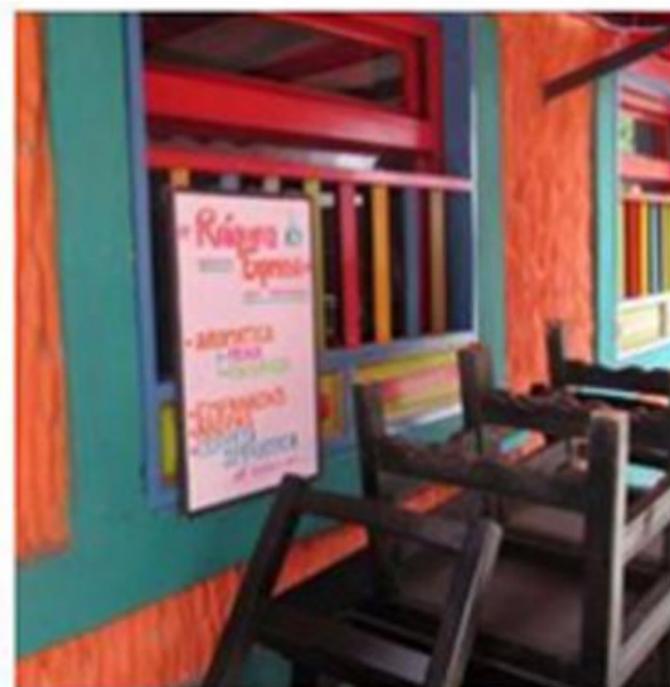


Imagen 6, Establecimiento “Ráquira express”  
Ubicado en el Pueblito Boyacense



Imagen 7 misión, visión e historia del pueblito boyacense

## **PONIÉNDONOS MÁS PERSONALES**

Durante la investigación se realizaron entrevistas a personas involucradas con las actividades presentes en el pueblito boyacense, con el objetivo de entender desde diferentes perspectivas el funcionamiento de este junto con las prácticas llevadas a cabo en este lugar; el tema principal de las entrevistas fue entender que opinan las personas de que en los restaurantes de un lugar representativo de Boyacá como lo es el pueblito boyacense se encuentren más alimentos de origen extranjero tales como pizzas, hamburguesas, shots y mojitos; de esta manera se decidió hacerle entrevistas a Sandra, una de las dueñas de un negocio de comidas, Sebastián un joven empleado y Alfredo dueño de una pequeña cervecería artesanal quien tiene un pequeño stand en la plazoleta del pueblito. En cuanto a los puntos de vista obtenidos durante las entrevistas se entiende cómo cambia la perspectiva de alguien que tiene su negocio como Sandra, quien dice “Si viene una familia que tiene dos hijos y son los dos esposos, pero a los hijos no les gusta la sopa, el cocido o no sé, el pescado yo no me puedo arriesgar a que se vayan porque a los niños ya no les gustan esas cosas, no ve que así el negocio se me empieza a acabar”, de igual manera se realizó una observación del local el cual tenía diferentes retratos de artistas internacionales como Marilyn Monroe los Beatles entre otros lo cual llevó a la pregunta de ¿por qué tenía esas cosas y por qué había decidido decorar su negocio de esta manera?, a lo que respondió que eso era lo típico en las casas boyacenses, el tener diferentes tipos de antigüedades era algo que según ella identificaba una casa antigua, también se indago por el tipo de productos que ella vendía a lo que respondió que en el pueblito se respeta mucho la exclusividad en productos por lo tanto, lo que ella vende (Cocido boyacense, mojarras al ajillo o a la plancha, lomo de cerdo, lomo de res, pechuga a la plancha), de igual manera justifica la existencia de la comercialización de comidas extranjeras por la gran visita de personas de otros países para quienes es importante según Sandra tenerles algo cercano a ellos algo más “internacional”; Por otro lado Sebastián un joven empleado de la casona de Sofía un gran local de postres en la mitad del pueblito más exactamente situada al lado de la capilla piensa que lo que ve a su entorno no dignifica y no muestra realmente lo que es Boyacá, él opina que se deja de lado el objetivo principal con el que se formó el pueblito boyacense el cual era crear un espacio lleno de representaciones artísticas, en cuanto a la parte gastronómica él expresa que no se siente totalmente conforme vendiendo cheesecake con salsa de frutos rojos en un sitio que es representativo de su región, durante la entrevista se le preguntó cuál consideraba que era el producto más típico presente en la tienda a lo que respondió que era una salsa de feijoa la cual es utilizada para aliñar carnes o en diferentes postres; Por último durante la entrevista realizada a Alfredo se evidenció el sentido de regionalismo que él tiene frente a Boyacá, en la elaboración de su cerveza usa productos locales e incluso agua del nevado del cocuy cuyas propiedades brindaban a su cerveza un toque especial, es de esta manera como el entrevistado muestra a su región y es de este modo como toma una posición que va en contra de los platos presentados en el pueblito expresa “Cómo es posible que supuestamente es pueblito boyacense y hay letreros de slice pizza, eso no es nuestro y ya fuera que hicieran pizzas boyacenses o algo así pero no”, también expresa que para él la cerveza es algo muy boyacense y que por eso él está ahí, pero que realmente no entiende por qué alrededor del pueblito no se ve más gallina, longaniza y sopas, durante la entrevista se tuvo la oportunidad de degustar la cerveza junto a unas habas tostadas o “chicle boyacense” con lo cual el vendedor busca vender una parte de Boyacá y mostrar realmente lo que tienen para ofrecer como región.

Al realizar las entrevistas y comprender los diferentes puntos de vista se tienen en cuenta factores como que el Pueblito Boyacense más allá de querer ser un punto representativo quiere ser un punto económico perdiendo de esta manera su objetivo principal el cual era mostrar el departamento tal y como es, la infraestructura es una obra de arte, sus calles son fieles réplicas de los centros de los lugares que quieren representar como se observa en la imagen 9, donde hay diferentes partes del pueblito donde se puede apreciar su arquitectura en referencia a los reales pueblitos boyacenses que buscan exaltar, pero hablando desde un punto de vista gastronómico se ven ciertas falencias al no apreciar lo propio y exaltar lo internacional cayendo en la idiosincrasia de pensar que solo lo de afuera es lo bueno y lo que se puede llegar a vender.

## CONCLUSIONES

En conclusión, el pueblito boyacense cuenta con un gran infraestructura capaz de comunicar y expresar la esencia del contexto de Boyacá, sin embargo, las prácticas gastronómicas llevadas a cabo allí no reflejan lo que es “tradicional” en las familias boyacenses y en la zona. Las personas encargadas de los restaurantes han percibido el pueblito como una nueva forma de negocio, la cual opinan que debe ser dirigida a un público extranjero, provocando de esta manera la aparición de restaurantes con nombres en otros idiomas los cuales presentan una oferta de comida rápida o extranjera, lo cual evidencia una incoherencia al querer hacer una infraestructura de un pueblo artificial que refleja las principales zonas de Boyacá pero que brinda una oferta gastronómica poco coherente con su objetivo el cual gira en torno a representar el departamento, esto ocasionará que ante la visita de un extranjero o una persona ajena a la realidad boyacense, este descubra una idea errónea e irrealista de lo que en realidad es el departamento de Boyacá respecto a sus costumbres gastronómicas.

También se concluye que, Boyacá es un departamento que cuenta con una gran variedad de productos principalmente agrícolas, sin embargo para conocer este aspecto del departamento de Boyacá y verlo aplicado, el lugar indicado para visitar no es el pueblito boyacense, principalmente porque la economía de las personas encargadas de los establecimientos está por encima de la conservación de su “identidad” gastronómica, así también como falencias de los dueños del proyecto ya que no tienen un control sobre esta área, lo que causa que los dueños de los establecimientos de alimentos busquen opciones que sean agradables y conocidas por los turistas antes de algo que refleje el departamento de Boyacá como ya se ha dicho que era su objetivo inicial, por lo cual también evidencia la falta de apoyo y dedicación que se le ha dado a este proyecto que inició con una misión y visión inspiradoras las cuales en un inicio motivaban a los habitantes a exaltar sus prácticas culturales . Sin embargo, la economía de las personas que tienen sus locales y especialmente restaurantes han olvidado este objetivo convirtiendo al pueblito boyacense en una fuente de ingresos sin esencia ya que en definitiva, en términos de arquitectura el lugar es totalmente representativa, aunque se observa cierto descuido en los senderos en cuanto a los jardines y limpieza, pero una representación gráfica no es considerada suficiente comparandolo con la capacidad comunicativa que esta podría llegar a tener a través de un mejor manejo y un aprovechamiento del lugar en cuanto a prácticas culturales y la utilización de diferentes tipos de productos los cuales van a brindar una idea más completa de lo que realmente es el departamento de Boyacá.



Imagen 8, publicidad de cerveza boyacense, que se encuentra en ubicaciones diferentes del Pueblito.



Imagen 9, Arquitectura de diferentes partes del Pueblito Boyacense.

## REFERENCIAS

- Castro, Ó. A. V., & Barón, F., Nataly L. (2012). Alimentos típicos de Boyacá, Colombia. *Perspectivas En Nutrición Humana*, 14(2), 211-221. Tomado de: <https://search-proquest-com.ez.unisabana.edu.co/docview/1462506783?accountid=45375>
- Duhart, F. Meinhardt, O. Telleson, R. (2006). Sobre la pizza. Identificación y apropiación alimenticias en el mundo contemporáneo. *Revista de estudios de ciencias sociales y humanidades*. Pag 63-68. Francia.
- Gilroy, P. (1994) *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*, Londres: Verso.
- Hall, S & du Gay, P. (1996). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires, Madrid.
- Hall, Stuart. (2010). Parte IV – Identidad y representación. En: Restrepo, Eduardo; Walsh, Catherine y Vich, Víctor (eds.), *Sin Garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Pp. 343-384. Popayán: Envión Editores.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Colado, Carlos autor, & Baptista Lucio, Pilar autor. (2014). *Metodología de la investigación* / Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y María del Pilar Baptista Lucio. (Sexta edición. ed.).
- López Estupiñán, L. (2015). "Papas y tierras en Boyacá: Investigación etnobotánica y etnohistórica de uno de los principales productos de la alimentación colombiana". En: *Boletín 19 Paula D. Loeber. & Cindy J. Orozco. de Antropología. Universidad de Antioquia, Medellín, vol. 30, N.º 50, pp. 170-190*. Tomado de: [https://search-proquest-com.ez.unisabana.edu.co/docview/1779449306/fulltextPDF/46971\\_919A2E4091PQ/1?accountid=45375](https://search-proquest-com.ez.unisabana.edu.co/docview/1779449306/fulltextPDF/46971_919A2E4091PQ/1?accountid=45375)
- Martínez Velandia, L. E. (2016). El lenguaje de la alimentación y su transición en Colombia. (Spanish). *Hospitalidad ESDAI*, 2969-83. Tomado de: <http://web.a.ebscohost.com.ez.unisabana.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=728f606e-6c68-4a0b-a380-2726222bc604%40sessionmgr4006>
- Ocampo J. (1997) *El pueblo boyacense y su folclor. El folclor cotidiano del Boyacense (Parte 2)*. Tunja: Corporación de Promoción Cultural de Boyacá. [citado agosto 2017]. Tomado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/folclor/pueboy/pueboy4b.htm>
- Pinilla, P. (2012). Factores socioculturales que intervienen en el desarrollo turístico de Boyacá (Colombia). Bogotá, Colombia. Tomado el: 12 de agosto, 2017, desde <http://www.redalyc.org/html/881/88123053019/>
- Pérez, B. (2006). Turismo y representación de la cultura: Identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco. Universidad de Granada, España. pp 29-49
- Pinilla, P. (2012). *EL CONOCIMIENTO Y EL COMPORTAMIENTO DEL BOYACENSE, AFECTAN AL TURISMO DE BOYACÁ (COLOMBIA)*. Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia. Tomado de: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/2sin/12.pdf>
- Sánchez, E y Sánchez, C. (2014). La cocina tradicional en Boyacá y Cundinamarca. En: *Paseo de olla. Recetas de las cocinas regionales de Colombia (págs. 179-216)*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Torres, L. (2012). Vida cotidiana en el siglo XIX en Colombia. Tomado el 9 de Agosto, 2017, de <http://vidacotidianasigloxix.blogspot.com.co/>
- Usme, Z. (2015). APUNTES SEMIÓTICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COCINA MIGRANTE. *Forma Y Función*, 28(1), 185-198. Tomado de: [https://search-proquest-com.unisabana.edu.co/docview/1732334203?rfr\\_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo](https://search-proquest-com.unisabana.edu.co/docview/1732334203?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo)
- Valcárcel, D. y Vanegas, A. (2015). La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá. *Turismo y Sociedad*, XVI, pp. 187-198. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.10>
- Vega, O. & López, F. (2012). Alimentos típicos de Boyacá, Colombia. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 14(2), 21-30. Tomado el: 12 de agosto, 2017, desde [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-41082012000200009&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-41082012000200009&lng=en&tlng=es).

# Entrevista a Wendy Enciso

Buenos días, soy Sergio Avendaño Núñez, estudiante de Gastronomía de la Universidad de La Sabana. La presente entrevista se realiza con el fin de enriquecer el trabajo que se está llevando a cabo por estudiantes de Gastronomía a través del área de Cultura del Programa, en donde se está realizando una revista académica referente a la cultura de la alimentación.

*El sagú es un producto que todavía se procesa de manera artesanal y presentar ese arduo trabajo de sus transformadores es un tema muy interesante... que podría perfectamente atraer al público, a conocerlo más de cerca y por ende generar su propia propuesta de turismo gastronómico.*

Wendy Enciso



## Preguntas:

1. ¿Por qué la achira?
2. ¿A dónde fueron? ¿A quién entrevistaron?
3. A grandes rasgos ¿Cómo está el escenario de la achira en Colombia en la actualidad?
4. ¿Qué otras formas de utilización proponen además del tradicional bizcocho de achira?
5. ¿Creen que se pueden lograr procesos identitarios a través de la achira?
6. ¿Consideran posible un turismo gastronómico en la región entorno al sagú?

**Entrevistador:** Buenas tardes, soy Sergio Avendaño..., estudiante del programa de Gastronomía de la Universidad de La Sabana y editor de la revista cultural Ucansuca del mismo (programa). [Silencio] En esta oportunidad me encuentro con Wendy Enciso Artunduaga, estudiante del programa, actualmente en octavo semestre y una de las ganadoras del concurso Colombia Cocina Su Historia del período 2017-2. [...] Ella y su compañera María Alejandra Rincón trabajaron alrededor de la achira o sagú.

**Entrevistada:** Buenas tardes Sergio, muchas gracias por tenerme aquí.

**Entrevistador:** Bueno [...], para empezar con la entrevista tenemos esta pregunta ¿Por qué la achira?

**Entrevistada:** Porque... es un producto con bastante potencial [...], un producto que no se está aprovechando lo suficiente.

**Entrevistador:** Respecto al trabajo de campo que hicieron... ¿A dónde fueron? ¿A quiénes entrevistaron?

**Entrevistada:** Hicimos una ruta por varios municipios de Cundinamarca [...], entre ellos Gachetá... y entrevistamos a los productores locales de estas zonas, quienes nos explicaron desde su diario vivir la manera en que se cultiva y se procesa el almidón de achira.

**Entrevistador:** Respecto a la situación actual de la achira... ¿Cómo está el escenario de la achira en Colombia?

**Entrevistada:** A grandes rasgos, la achira es un producto al que no se le ha prestado la atención suficiente..., y [...] que por su costo y tiempo de cultivo se ha dejado de lado, sin tener en cuenta que... por ejemplo es un cultivo muy resistente a cualquier clima y que además... tiene un gran aporte nutricional. Algunos de estos beneficios se encuentran en nuestro trabajo para el concurso.

**Entrevistador:** La comercialización de la achira es usualmente en los tradicionales bizcochos de achira [...], por su parte ¿Qué otras formas de utilización proponen?

**Entrevistada:** Teniendo en cuenta el principio espesante y gelificante del almidón..., proponemos no solo usarlo con la técnica del amasado para el bizcocho, sino también como espesante en la preparación que se desee [...], además de ser un estabilizador y aglutinante en diferentes tipos de masas

**Entrevistador:** A partir de su trabajo..., nos llamó la atención el hecho del legado cultural detrás de la achira, ¿Cree usted que se pueden lograr procesos identitarios a través de la achira?

**Entrevistada:** Claro que sí, de hecho, ya existen..., como es el caso del tradicional amasijo huilense, ya que en la actualidad muchas personas relacionan la identidad del departamento del Huila con este producto y su uso comercial estrella: el bizcocho de achira [Silencio]. Es posible ir más allá del antes mencionado, pero son procesos que toman tiempo en consolidarse. [...]

**Entrevistador:** Y para terminar... ¿Considera posible un turismo gastronómico en la región entorno al sagú?

**Entrevistada:** Claro que sí, el sagú es un producto que todavía se procesa de manera artesanal y presentar ese arduo trabajo de sus transformadores es un tema muy interesante... que podría perfectamente atraer al público, a conocerlo más de cerca y por ende generar su propia propuesta de turismo gastronómico.

**Entrevistador:** Eso es todo, muchas gracias Wendy por brindarnos parte de su tiempo y por hacer parte de este nuevo proyecto.

**Entrevistada:** Muchas gracias a ustedes por brindar este espacio para los estudiantes.



# PASEO DE OLLA RESEÑA

María Camila Hurtado

Paseo de Olla: Recetas de las Cocinas Regionales de Colombia.  
Enrique Sánchez y Carlos E. Sánchez.

Biblioteca Básica de las Cocinas Tradicionales de Colombia (BBCTC). Ministerio de Cultura (2012).

Paseo de Olla: Recetas de las Cocinas Regionales de Colombia, es el tomo número 10 de los 19 tomos que conforman la Biblioteca Básica de las Cocinas Tradicionales de Colombia (BBCTC). Este volumen escrito por padre e hijo, Enrique Sánchez y Carlos E. Sánchez, respectivamente. Este último, a quien se le conoce más comúnmente como "Toto" es administrador de turismo, literato, cocinero e ilustrador. El tomo presenta un viaje a través de las diferentes cocinas colombianas, influenciado por las ricas y complejas tradiciones que estas cocinas populares conllevan. Es un tomo dirigido a aquellas personas que encuentren interesante el conocimiento, valoración y recreación de las muchas culturas culinarias existentes en Colombia y que son expresiones de tres condiciones: el crisol, donde se ha fundido la Nación con herencia indígena, europea y africana; la gran diversidad ecológica y la rica y variada oferta ambiental, y por último la historia de cada pueblo y región.

Resulta de gran utilidad para comprender más a fondo las cinco grandes macrorregiones naturales de Colombia: Amazonia, Andes, Caribe, Orinoquia y Pacífico, donde el concepto guía de este tomo es la estrecha relación entre el medio ambiente y la oferta ambiental con las cocinas tradicionales. Además el lector podrá encontrar diferentes recetas alusivas a las regiones mencionadas anteriormente, que han sido escogidas por ser de interés particular.

El tomo está compuesto por cinco partes, que son las mismas cinco regiones mencionadas anteriormente. El autor maneja la misma estructura para todo el tomo, donde cada región es dividida en sus respectivos departamentos y que posteriormente son descritos gráficamente y se tiene en cuenta las condiciones naturales. Asimismo, se hace referencia a los principales ingredientes usados en cada departamento y sus orígenes, seguido de esto se encuentran las recetas representativas de lugar, donde se hace una breve descripción sobre el origen, los ingredientes o los significados. En la primera parte, Comida y Alimentación en la Región Caribe, se describe esta región compuesta por ocho departamentos que son La Guajira, Magdalena, Cesar, Atlántico, Sucre, Córdoba y el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. En el primera apartado de esta parte, se hace referencia a San Andrés, Providencia y Santa Catalina, donde se hace una breve descripción geográfica y de las condiciones naturales de la isla, así como de los principales ingredientes y sus orígenes, así como, la leche de coco y el aceite de coco. Igualmente, se encuentran las recetas de los platos más representativos de la isla y una breve descripción del plato donde se explican el por qué de los ingredientes usados.

Los autores finalizan el tomo con algunos datos relacionados a las carnes, donde incluyen los cortes de la res, pollo y cerdo, así como, las vísceras y la técnica de cocción empleados para cada corte en específico. Además, se encuentra un glosario que integran palabras propias de cada región, ya sea preparaciones, utensilios de cocina, ingredientes o palabras colombianas.

## **Referencias**

Sánchez, E. y Sánchez, C. (2012). Paseo de Olla: Recetas de las Cocinas Regionales de Colombia. Tomo 10. Biblioteca Básica de las Cocinas Tradicionales de Colombia (BBCTC). Ministerio de Cultura.

# PRIMERA EDICIÓN

# Revista UCANSUCA

Cada viaje empieza por el primer paso, esta edición de la revista UCANSUCA es nuestro comienzo. Esperamos que sigas con nosotros mientras intentamos dominar el mundo a través del avance y difusión del conocimiento en el área de cultura de la alimentación en Colombia.

Te agradecemos por ser parte de nuestro comienzo.

Con amor:

Juan Felipe Godoy

Andrés Galindo

Sergio Nuñez

María Camila Hurtado

UCANSUCA: en lengua muysca, significa  
***ir conociendo, ir sabiendo.***

Forma parte de la cultura gastronómica  
de Colombia

