

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE HISTORIA
AREA DE ANTROPOLOGIA

**MIXTAS, HOT DOGS Y SHUCOS:
APROXIMACIÓN A LAS TRANSFORMACIONES DE LA COMIDA POPULAR DE LA
CIUDAD DE GUATEMALA**

TESIS

LUIS PEDRO MEOÑO ARTIGA

Previo a conferírsele el Grado Académico de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGIA

Nueva Guatemala de la Asunción
Guatemala, C.A. Agosto 2008

Índice

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I: APROXIMACIÓN A LA ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	10
I.1- REVISIÓN CRONOLÓGICA POR ESCUELAS DE PENSAMIENTO.....	10
I.1.a) Los precursores del Estudio de la Alimentación.....	10
I.1.b) El enfoque funcionalista.....	11
I.1.c) La primera gran etnografía de la alimentación.....	12
I.1.d) El Enfoque Estructuralista.....	13
I.1.e) El enfoque estructuralista cultural: Mary Douglas.....	14
I.1.f) La sociología de la alimentación Francesa	15
I.1.g) La respuesta materialista (histórica y cultural) al estructuralismo.....	16
I.1.h) El Materialismo Cultural.....	17
I.1.i) El análisis comparativo del desarrollo de los sistemas culinarios.....	18
I.1.j) La perspectiva del sistema mundo, vinculando historia y antropología.....	19
I.1.k) Los aportes de la historiografía: la escuela de los Annales.....	20
I.2-LOS ENFOQUES ACTUALES.....	22
I.2.a) ¿Qué se entiende por modernidad alimentaria?.....	22
I.2.b) Debates recientes de la sociología de la alimentación en Europa.....	23
I.2.c) Comida e identidad nacional.....	24
I.2.d) Creación y transformación de la identidad mediante el consumo: la antropología de Mcdonald's.....	26
I.2.e) Una perspectiva Latinoamericana.....	27
A MANERA DE CONCLUSIÓN: ¿CÓMO PLANTEAR UN ESTUDIO DE ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA?.....	28
CAPÍTULO II: LA COMIDA GUATEMALTECA.....	30
INTRODUCCIÓN.....	30
II.1- ESTUDIOS SOBRE ALIMENTACIÓN EN GUATEMALA.....	31
II.1.a) El sistema alimentario mesoamericano.....	31
II.1.b) El sistema culinario mesoamericano.....	32
II.1.c) Las características esenciales de la cocina Guatemalteca.....	33
II.1.d) Las formas tradicionales de preparación de la comida guatemalteca.....	35
II.1.e) La comida guatemalteca vista por la Antropología.....	36
II.2- HISTORIA Y DESARROLLO DE LA COCINA GUATEMALTECA.....	42
II.2.a) El proceso de mestizaje de la comida guatemalteca: La cocina prehispánica mesoamericana.....	42
II.2.b) El mestizaje culinario a partir de la conquista y durante el período colonial.....	44
II.2.c) La comida guatemalteca después de la independencia.....	50
II.2.d) La comida de la ciudad de Guatemala en el siglo XIX vista a través de la obra de José Milla y sus “Cuadros de Costumbres”.....	52
CAPITULO III: LA COMIDA POPULAR EN LA CIUDAD DE GUATEMALA.....	57
INTRODUCCIÓN.....	57
III.1-LAS PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XX.....	59
III.1.a) Cultura Popular.....	62
III.1.b) Comidas ceremoniales y festivas.....	63
III.1.c) Restaurantes y almuercerías.....	64
III.1.d) La comida popular.....	64
III.2- LOS INICIOS DE LA MODERNIZACIÓN URBANA Y EL CRECIMIENTO DE LA CIUDAD: DE 1930 A 1954.....	65
III.2.a) Los testimonios.....	67
III.2.b) Influencia extranjera y cultura popular.....	67

III.2.c) Comida cotidiana y festiva.....	69
III.2.d) Los restaurantes.....	70
III.2.e) Las Cantinas y los bares.....	72
III.3- DE LA CONTRARREVOLUCIÓN AL TERREMOTO DE 1976.....	73
III.3.a) Años 60: la época de la industrialización	74
III.3.b) Ideología de la modernización y nuevos modelos de consumo.....	75
III.3.c) La aparición de la comida rápida norteamericana.....	76
III.3.d) Los restaurantes chinos.....	78
III.3.e) La versión popular de la comida rápida.....	79
III.3.f) Los Hot-Dogs ejecutivos.....	80
III.3.g) Los bares y las cantinas.....	81
III.4- EL PROCESO DE METROPOLIZACIÓN.....	82
III.4.a) La expansión de la comida rápida en la ciudad de Guatemala. Años 70' y 80'.....	84
III.4.b) El reinado de la comida rápida años 90' y 2000'	87
III.5- PANORAMA ACTUAL.....	89
III.5.a) La Comida Rápida.....	89
III.5.b) La comida popular.....	91
CAPITULO IV: SHUCOS EN LA TACITA DE PLATA.....	93
INTRODUCCIÓN.....	93
IV.1- RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO.....	97
IV.2- CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DE LOS SHUCOS.....	117
CONCLUSIONES.....	134

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se enmarca dentro de la antropología de la alimentación. Esta disciplina desde sus inicios ha reconocido el alto contenido simbólico de la comida, la cual expresa la historia social y las condiciones ecológicas específicas del pueblo que la consume. Al mismo tiempo, ha observado cómo las prácticas culturales de producción, preparación y consumo sintetizan los sistemas de creencias, valores y símbolos de la cultura.

Esta tesis trata de forma general de la historia de la cocina guatemalteca y de las formas que ésta toma en la actualidad. Específicamente, se interesa en entender las transformaciones que ha sufrido la comida popular de la ciudad de Guatemala a partir de la segunda mitad del siglo XX. El objeto de estudio es un solo producto del vasto espectro de la comida popular producida y consumida en este espacio; se trata de los hot dogs en su versión “chapina” que aparecieron en la década de los años 30 bajo el nombre de *Mixtas Frankfurt* y actualmente son conocidos como *hot dogs* o *shucos*, y constituyen la comida popular emblemática de esta capital.

En los últimos años su consumo ha ido en aumento y se ha producido una nueva expansión hacia nuevos sectores y espacios de consumo ligados a las capas medias y altas; destaca la aparición de empresas que lo comercializan en centros comerciales, universidades privadas y restaurantes formales. Al mismo tiempo, se ha producido una nueva utilización por parte de algunos sectores urbanos, principalmente de jóvenes y de clase media, como símbolo de la identidad “chapina”. A partir de los años 90', a este producto se le reconoce por el nombre de *shucos* o *shukos*, término que como es sabido por los guatemaltecos, tradicionalmente ha sido utilizado para referirse a “sucio” o “suciedad”. Gracias a su nuevo uso en la actualidad, este término también significa el estilo propio guatemalteco de preparar los hot-dogs, utilizando tortillas o pan tostado al carbón, embutidos o carnes asadas, guacamol, repollo, chirmol, chile, mostaza, mayonesa y ketchup.

Al estudiar la historia y las transformaciones de este producto se intenta demostrar las múltiples apropiaciones y transformaciones de la comida popular por parte de diferentes sectores sociales en la ciudad de Guatemala en el proceso de la hegemonía cultural; descubrir cómo los sectores medios urbanos de Guatemala construyen nuevas representaciones de sus identidades en el contexto de los procesos de globalización y la transformación de los espacios urbanos en la actualidad. El objetivo general del estudio plantea utilizar la comida, mediante la descripción, explicación y análisis del consumo de hot dogs en el ámbito público y cotidiano de la ciudad de Guatemala, como una ventana para comprender el cambio social y cultural a nivel urbano. Los objetivos específicos del estudio son:

1. Hacer una breve descripción del proceso de mestizaje culinario en Guatemala desde la época colonial hasta la actualidad.
2. Realizar una descripción histórica del desarrollo del consumo de hot dogs y pollo frito, así como de sus procesos de transformación desde 1930 hasta la actualidad en la ciudad de Guatemala.
3. Explicar la expansión y transformación del consumo de hot dogs y pollo frito desde la perspectiva de lo que representa para quienes los consumen, mediante el análisis de las transformaciones socioeconómicas e ideológicas que han vivido los diversos sectores urbanos durante el siglo XX.

Las hipótesis iniciales a partir de las cuales se inicia el proceso de investigación son:

- a) La combinación de la ideología étnica dominante en Guatemala y las características específicas del proceso de modernización del país (caracterizada por González Ponciano como regresiva) han favorecido que alimentos cuyo origen está ligado a los sectores de élite, identificados con los valores de modernidad y occidentalismo, sean ampliamente consumidos y se hayan incorporado al imaginario de “lo guatemalteco”.
- b) Los hot dogs son un producto de origen híbrido, combinación de ingredientes alemanes y guatemaltecos, que fue apropiado y transformado por los sectores populares y se han convertido en la comida por excelencia que se consume en las calles de la ciudad. El nombre que han adoptado de *shucos*, surgido a partir de la década de los 80', época en que se aceleró el proceso de indigenización de la ciudad, está relacionado con la ideología de discriminación hacia los sectores indígenas y mestizos populares.

Partiendo de una revisión teórica de las diferentes corrientes antropológicas que han estudiado los universos simbólicos expresados en la comida y la cocina, se escogió un enfoque que trata de explicar el sentido político de la transformación de los sistemas culinarios según las ideas de Sydney Mintz. También incorpora los aportes de Jack Goody sobre la función de diferenciación social que cumple la comida cuando ésta traduce los sistemas de estratificación social. Toma en cuenta las ideas desarrolladas por los antropólogos que han investigado el consumo de *McDonald's* utilizando los postulados de Pierre Bourdieu, para quien el consumo define la posición social mediante la diferenciación entre gustos “refinados” y “vulgares” que hacen los diferentes grupos sociales para “distinguirse” de los demás. Finalmente se inspira en los análisis de las formas de participación y contribución de la comida como producto cultural en las simbologías de identidad y en el proceso de construcción de una “comunidad imaginada”. Para esto el trabajo toma como base los estudios de Jeffrey Pilcher sobre la comida y la formación de la identidad mexicana, y los trabajos de Arjun Appadurai sobre la construcción de la “cocina nacional” en la India

A partir de estos autores se realiza una discusión con las ideas propuestas por otros investigadores que si bien no han trabajado específicamente la comida han analizado la cultura y la ideología de la sociedad guatemalteca y latinoamericana desde diversas disciplinas. Así al estudiar a los la evolución histórica de la comida popular en la ciudad de Guatemala y dentro de esta a los *hot dogs*, se prestó atención a varios autores agrupados en cuatro ejes de análisis que se reseñan a continuación:

Comida etnicidad e ideas de nación

Las tesis de Arturo Escobar (2002) explican que la ausencia histórica de un “proyecto nacional de mestizaje que tuviera el objetivo de enaltecer al mestizo, al contrario demuestran que la política de mestizaje o latinización históricamente ha sido proyecto de segregación continuada entre ladinos y mayas” (Smith, 2004). A estas ideas Ramón González Ponciano (2005) agrega que las élites gobernantes del país han fracasado en la construcción de una identidad nacional basada en el reconocimiento del mestizaje indígena, que en cambio ha sido sustituida por una jerarquía socio racial que exalta la blancura y modernidad occidental y vilifica al mismo tiempo lo indígena y lo mestizo popular. Por ellos se puede decir que la cultura hegemónica o “nacional” está sobredeterminada por la internacional o “global” y por lo tanto considero que la comida no

ha sido incluida dentro del “nacionalismo guatemalteco” principalmente por que se sigue negando la posibilidad de la herencia indígena dentro de la cultura popular.

Los hot dogs como comida popular

Al estudiar la comida o las comidas guatemaltecas de consumo cotidiano, debe hacerse en primer lugar una diferenciación en el sentido de espacios de reproducción y consumo, entre comida tradicional (casera) y popular (callejera): en este sentido la comida tradicional se define como aquella que se prepara y consume en espacios privados, principalmente en la casa, no es preparada para su venta sino para el consumo familiar y es preservada a través de las generaciones principalmente por las mujeres; además sus ingredientes y preparaciones están determinados por la posición social de la familia. Por su parte la comida popular, (que en este sentido se podría llamar también de venta callejera), es la que se prepara y consume en espacios públicos, principalmente en la calle, principalmente para la venta y a diferencia de la comida tradicional cocinada y transmitida tanto por hombres como por mujeres. Al igual que la comida tradicional sus ingredientes y preparaciones se determinan por la posición social del consumidor.

En un sentido más analítico se define a los *hot dogs* como comida popular por ser al mismo tiempo producidos y consumidos masivamente por sectores medios y populares urbanos. Para hacer un contraste, el *Pollo Campero*, a pesar de ser una comida ampliamente consumida por sectores medios y populares urbanos no es una comida popular sino más bien industrial o de masas. La diferencia entre la primera y la segunda radica en que la ultima es producida por una gran empresa para el consumo masivo mediante la aplicación de técnicas de producción y comercialización altamente tecnificadas e intensivas en capital.

En este sentido lo popular es entendido como un espacio a la vez opuesto e integrado a la cultura dominante u oficial “híbrido”, que como se dijo antes, en el caso de Guatemala esta sobredeterminada por la cultura occidental o global. Los *shucos* serían un claro ejemplo de “hibridez” cultural en el sentido que es usado este concepto por Néstor García Canclini (1989), ya que en su preparación se integran elementos de origen extranjero (alemán y estadounidense) y local (uso de la tortilla, aguacate, chile); así como modernos (el concepto de hot dogs y de comida rápida), y tradicionales (la preparación a base de ingredientes tradicionales).

Por otro lado debe quedar claro que el fenómeno de venta y consumo de hot dogs es esencialmente moderno, urbano y popular en el sentido de ser masivo, pero no exclusivo de los sectores populares. Su origen puede rastrearse hasta la década de 1930, posteriormente se han identificado varias fases de transformación y expansión: en la década de 60’, cuando se hicieron populares los “hot dogs ejecutivos” en las afueras del colegio Liceo Guatemala. Hacia finales de la década de los 80’ se expande el consumo y se instalan cientos de carretas en toda la ciudad, siendo en esta época que se comienzan a denominar *shucos*.

Ideología de la blancura y proceso de urbanización y modernización

González Ponciano ha caracterizado el proceso de modernización en Guatemala como regresivo debido en este país nunca hubo modernidad, o la modernización fue regresiva ya que:

expulsó a los campesinos de sus tierras pero no creó un régimen de relaciones salariales que sustentaran el desarrollo del mercado y de la ciudadanía; la concurrencia al mercado de trabajo

se realizó bajo coerción, y aunque en el lenguaje jurídico se reguló la contratación libre, en la práctica ésta se realizó sobre la base de las relaciones de servidumbre provenientes del orden colonial; la individualización de las relaciones políticas en el marco de la ley excluyó a los indígenas y a los analfabetos, lo cual atrofió el desarrollo del Estado y de la sociedad civil; y, en lugar de promover la socialización del discurso civilizatorio, el cosmopolitismo y la modernización tecnológica (producto de la agroexportación), sirvió para reforzar la racialización de las desigualdades. (citado en Gall, 2004:237)

Por su parte la investigadora Deborah Levenson explica que como resultado de este proceso la “condición moderna” en la ciudad de Guatemala ha sido particular, produciendo en ella la convivencia de aspectos “precapitalistas” y “modernos”. La experiencia de la modernidad se ha dado más mediante el consumo: (de televisores comida rápida, ropa de moda, etc.) que mediante el acceso a servicios, y al ejercicio de la ciudadanía. La combinación de la ideología étnica antes mencionada junto a las características específicas de la “modernidad” urbana en la ciudad de Guatemala han favorecido la “cocalización” (o adopción de modelos de consumo importados) del consumo de comida en la capital. Lo cual se hace visible en la alta concentración de restaurantes de comida rápida.

Al mismo tiempo que el auge de los restaurantes de comida rápida está asociado a centros comerciales y puede explicarse por la búsqueda de espacios de socialización “seguros” la creciente segregación espacial provoca que la venta de hot dogs se restrinja a las zonas (1, 9, 12) y a los horarios comerciales o “hábiles”. Al mismo tiempo la violencia social que se vive en la ciudad impide o por lo menos dificulta la venta de comida en las calles. Debido al alto riesgo que implica su venta en ciertas zonas y por las noches. Aunada a estas dificultades este tipo de ventas no son permitidas por las autoridades municipales y los vendedores informales tienen que lidiar con el acoso constante de la policía municipal.

Transformaciones actuales: globalización y nuevos contextos urbanos

A partir de la década de los 90’ se han producido cambios económicos debidos en parte a la creciente migración internacional que ha modificado patrones de consumo y que han favorecido la movilidad social de algunos sectores indígenas y rurales. Estos cambios han modificado los espacios y significados de consumo de productos culturales incluidos los de la comida rápida y popular. Al mismo tiempo se han producido cambios ideológicos relacionados con la firma de los acuerdos de Paz y la aparición pública del movimiento maya. La generación que ha crecido y socializado a partir de estos años han recibido una nueva educación “intercultural” que incluye elementos de la historia reciente del país, son portadores de un nuevo “nacionalismo intercultural” que combina la admiración por los mayas arqueológicos, la apreciación por la marimba y el paisaje de la “linda Guatemala” así como por los tamales, el fiambre y tal vez los *shucos* (Camus, 2005. Ponciano, 2005).

Actualmente los jóvenes de los sectores medios ladinos de la ciudad, pueden ver en el consumo de “Pollo Campero” como una característica de los indígenas que llegan a la capital (Cecilia Garcés, 2004). O subirse a un avión con destino a Los Angeles con una caja del mismo producto puede indicar que se es “shumo” (Ponciano, 2002). Sin embargo, comer *shukos* (con K) en el centro comercial Los Próceres, en las afueras de Plaza Futeca en la zona 14 o frente al Liceo Guatemala dentro de *Shucos Station* o en *Shucos VIP*, incluso en la calle sentado en el interior de un vehículo puede ser visto como algo moderno y deseable.

Aportes

Desde un punto de vista histórico esta tesis aporta ideas sobre el papel actual de la comida como reflejo del sistema de diferenciación social y segregación racial heredado del sistema colonial en el que se erigieron dos cocinas diferenciadas como marcadores de superioridad e inferioridad cultural, simbolizadas la primera por el uso del trigo y la otra del maíz.

Desde un punto de vista antropológico permite reafirmar las ideas sobre la utilidad de la comida como reflejo simbólico de los conflictos sociales y las transformaciones culturales al interior de la sociedad guatemalteca. Esto se logra en parte mediante la problematización de la definición de las culturas populares en la actualidad al mostrar la disputa por los símbolos populares entre diferentes estratos y sectores sociales, así como las múltiples apropiaciones de estos símbolos por diferentes que crean en su proceso de desarrollo histórico nuevos productos y significados culturales híbridos siempre en transformación.

Por último, este trabajo permite constatar algunas de las transformaciones ideológicas y socioeconómicas que ha sufrido la sociedad guatemalteca urbana a partir de la segunda mitad de la década de los 80', entre las que destacan el aumento de la desigualdad económica, la migración a los Estados Unidos y la indigenización de la ciudad. Se concluye que la incorporación de una nueva ideología "multicultural" ha modificado los significados sociales del consumo de algunos productos culturales, así como de los sectores sociales que los consumen, tanto de clase como étnicos.

Metodología

Metodológicamente esta tesis tiene una marcada orientación histórica y documental, una gran parte de la misma se concentra en reunir y resumir las escasas y dispersas fuentes históricas referidas a la comida guatemalteca. Entre éstas, se incluyen desde las crónicas coloniales hasta novelas y relatos autobiográficos. El estudio etnográfico en sí sobre la producción y consumo de *hot dogs* en la actualidad se dividió en dos partes: en la primera, se realizó un estudio de caso, para lo cual se realizó un pequeño ejercicio etnográfico entre productores de *hot dogs* en un área que comprende el norte de la zona 9 y algunas partes de las zonas 4 y 10 de la ciudad capital. Las técnicas utilizadas en esta parte de la investigación fueron la observación participante, los recorridos de área, las conversaciones informales y una docena de entrevistas. En la segunda parte, se realizó una etnografía en Internet de varios espacios virtuales de socialización en los que los usuarios construyen nuevos discursos y significados sobre *los shucos*. En este caso, las técnicas fueron la revisión, el análisis visual y el análisis de discurso.

Capitulado

Cada uno de los capítulos ha sido redactado de forma que pueda leerse como un ensayo, por lo que al principio de cada capítulo se presenta una introducción donde se detallan con mayor profundidad los objetivos y consideraciones metodológicas de cada caso. En los capítulos 1 y 2 tiene mayor peso la revisión teórica e histórica, mientras que en los capítulos 3 y 4 el énfasis se pone en el estudio etnográfico y el análisis antropológico.

El primer capítulo de la tesis, *Aproximación a la Antropología de la alimentación*, hace una revisión del recorrido histórico de la antropología, desde sus diversas escuelas de pensamiento, respecto al tema de la alimentación humana.

En el segundo capítulo, *La Comida Guatemalteca*, partiendo de lo más general analiza el sistema culinario de Guatemala. Este sistema se ha conformado a partir de la relación entre los pobladores y su entorno a lo largo de por lo menos 10 000 años. Se describe el sistema alimentario Mesoamericano en el que destaca la importancia del maíz. Posteriormente, se revisa desde una perspectiva histórica las características del proceso de mestizaje desarrollado durante los últimos 500 años entre los sistemas alimentarios y culinarios indígenas y españoles.

El tercer capítulo, *La comida popular en la Ciudad de Guatemala*, se ocupa del estudio histórico y antropológico de las transformaciones de la comida en la ciudad de Guatemala durante el siglo XX. Se parte del concepto de *cocalización*, acuñado por Luis Luján en 1972, para referirse a las transformaciones sufridas por la comida tradicional de Guatemala durante el siglo XX en el que sintetizaba la pérdida de las costumbres alimentarias tradicionales y la progresiva adopción de rasgos y hábitos de otras culturas, principalmente de la comida rápida estadounidense. Al respecto se intenta demostrar que el incremento en la oferta de productos alimenticios “occidentales” y el crecimiento de las cadenas de comida rápida, ha sido favorecido por la ausencia histórica de un proyecto nacional de mestizaje. Ramón González Ponciano (2000) agrega a estas ideas que las élites gobernantes del país han fracasado en la construcción de una identidad nacional basada en el reconocimiento del mestizaje indígena; que en cambio ha sido sustituida por una jerarquía socio racial que exalta la blancura y modernidad occidental y *vilifica* al mismo tiempo lo indígena y lo mestizo popular. Las cadenas de comida rápida ha sido identificadas con lo moderno, limpio, lo “decente” y han permitido a quienes la consumen de algún modo vivir la “modernidad”.

En el cuarto y último capítulo, *Shukos en la tacita de plata*, se intenta demostrar que el proceso de *cocalización* no se ha dado, puesto que las costumbres alimenticias tradicionales no han desaparecido, sino que como cualquier tradición se han transformado y que paralelamente a los restaurantes de comida rápida se han desarrollado comidas “rápidas-populares” que les disputan a las primeras no solo el mercado sino la representación simbólica de “lo guatemalteco”.

CAPÍTULO I: APROXIMACIÓN A LA ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

El objetivo central de esta sección es hacer un recorrido por las principales aportaciones al estudio de la alimentación como fenómeno social desde las diversas escuelas teóricas, antropológicas, sociológicas e históricas que lo han abordado. De modo muy general estas se pueden dividir entre las tendencias materialistas, que buscan comprender el rol de la comida en la organización social, y las aproximaciones cognitivas que entienden la comida como un sistema cultural de símbolos, categorías y significados. Así lo señala el antropólogo Julian López García, cuando afirma que “es significativo que las proposiciones enfrentadas de ‘bueno para pensar’ frente a ‘bueno para comer’ defendidas respectivamente por Lévi-Strauss (1986) y Marvin Harris (1990), se destaquen como emblemas expresivos de esas dos tendencias” (2003: 225).

Dentro de las ciencias sociales el tema alimentario ha sido tradicionalmente dominado por la antropología, cuyos estudios se remontan a las últimas décadas del siglo XIX. Sin embargo, en épocas más recientes la sociología ha mostrado mayor interés por el tema. Por su parte, la historia a partir de los trabajos de Fernand Braudel y el desarrollo de la llamada “historia de las mentalidades” ha tenido gran influencia en algunos enfoques actuales de la “antropología histórica”, que se centran en la permanencia de las costumbres culinarias y alimenticias pese a las transformaciones económicas y políticas de las sociedades.

A lo largo del período de más de un siglo se han realizado tal cantidad de estudios partiendo de diferentes puntos de vista y disciplinas que resulta imposible para este trabajo pretender abarcarlos todos. Por lo tanto, mencionaré aquellos que considero han hecho aportes decisivos y me enfocaré en los que aportan elementos para sustentar teóricamente mi discusión sobre el consumo de comida popular y comida rápida en la ciudad de Guatemala¹. Al hacer este recorrido no se pretende atacar ciertos enfoques para presentar otros como “los verdaderos”, mas bien se busca reconocer los aportes de cada escuela teórica de forma autónoma así como en su interrelación con otros enfoques.

Con el afán de facilitar el entendimiento del capítulo se presentan los aportes en un orden cronológico, brindando en algunos casos una breve información introductoria de tipo contextual sobre las condiciones históricas y políticas que influenciaron el apareamiento de cada escuela de pensamiento. Al llegar a los estudios surgidos a partir de la década de los 70’s se abandona el orden cronológico y se organizan los apartados según la importancia que les he otorgado y su proximidad con el tema que pretendo investigar.

I.1- REVISIÓN CRONOLÓGICA POR ESCUELAS DE PENSAMIENTO

I.1.a) Los precursores del Estudio de la Alimentación

Durante último cuarto del siglo XIX hasta las primeras décadas del siglo XX se impulsó

¹ Esta sección se apoya principalmente en cuatro trabajos que revisan críticamente la historia y tendencias de la antropología de la alimentación: Goody, Jack. (1982). *Cooking, Cuisine and Class a study in comparative sociology* Mennell, Stephen. Murcott, Anne. Van Otterloo, Anneke. (1992). *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. Díaz Méndez, Cecilia. Gómez Benito, Cristóbal. (2001). *Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación*. Carrasco Henríquez, Noelia. (2004) *Antropología de los problemas alimentarios contemporáneos. Etnografía de la intervención alimentaria en la región de la Araucanía, Chile*.

por parte de los imperios coloniales modernos la transformación de las estructuras agrarias de sus colonias, con el fin de utilizarlas para la producción de cultivos rentables que estimularan su propio desarrollo económico. En este contexto se iniciaron los estudios antropológicos sobre alimentación. Éstos se interesaron por investigar la comida como rasgo cultural por su alto contenido simbólico, abordando la comida desde el punto de vista del “tabú”, el consumo ritual, los sacrificios y las relaciones tradicionales entre clanes por medio del “tótem”. Los temas preferidos de los primeros investigadores fueron las prohibiciones culturales hacia el consumo de ciertos alimentos y las funciones rituales de los alimentos a través de la ofrenda para alimentar tanto a los vivos como a los muertos y a los dioses.

Como señala Sidney W. Mintz (2003:4), los antropólogos que iniciaron estos estudios eran en su mayoría hombres blancos que se trasladaban de sus sociedades urbanas y occidentales a otras que se consideraban salvajes, donde la gente consumía mayormente lo que producía (por medio de la agricultura, la recolección, la caza o la pesca) y en general tenían niveles bajos de dependencia en el intercambio comercial para lograr una alimentación apropiada. El hecho de que la mayoría fueran hombres pudo haber influenciado en el “poco interés dedicado en estas etnografías a la comida en sí misma, [debido a que] su proceso de producción, recolección y preparación [era] llevado a cabo principalmente por mujeres” (2003: 23). En general la comida se utilizó como medio para investigar otros aspectos de la organización social considerados de mayor relevancia, como la religión, el comercio o el parentesco:

el hecho de que consolidaba lealtades, les recordaba a las personas quienes eran en relación con otros, les fortalecía para que realizaran sus labores y las vinculaba con sus dioses eran aspectos conocidos del comportamiento alimentario y era lo que se estudiaba. Lo interesante no era [...] la comida ni su preparación [sino] lo que [esta] permitía hacer sociológicamente hablando (Mintz, 2003, 24).

La atención de estos antropólogos precursores se dirigió hacia los aspectos “exóticos” o repugnantes del consumo de alimentos en sociedades “salvajes”. Tabúes, totemismo y sacrificios eran aspectos rechazados por la cristiandad, que sin embargo estaban difundidos en una amplia gama de sociedades humanas e incluso era posible encontrar sus resabios en las propias sociedades occidentales. El objetivo de estos autores fue, por tanto, encontrar una explicación racional a estos rasgos sobrevivientes mediante el estudio de la evolución de las instituciones sociales, tal como se refleja en los trabajos de Sir James Frazer, Ernest Crawley y los primeros trabajos de Bronislaw Malinowski (Goody, 1982: 12).

I.1.b) El enfoque funcionalista

A partir de los años veinte las investigaciones sobre la alimentación tomaron un rumbo diferente con el desarrollo de una nueva escuela de trabajo de campo, que implicaba un estudio etnográfico profundo al interior de una sociedad determinada y que estaba encaminada a la búsqueda de relaciones entre los diferentes aspectos de una sociedad autónoma. Esta nueva escuela sería conocida como *funcionalismo*. En este período se recontextualizó a los rituales situándolos dentro de procesos sociales más amplios. Para esta corriente el estudio de la alimentación fue clave para la comprensión de las relaciones políticas y el cambio cultural. El análisis funcional no se realizó mediante el estudio de las causas que producen un sistema alimentario dado, sino por referencia a los fines que determinan su curso. Se consideró que la alimentación cumple una función determinada que junto a otras permite el mantenimiento y la reproducción del sistema. En estos estudios los hábitos alimentarios extraños ya no fueron analizados en términos de la

evolución de las creencias humanas sobre el mundo natural y sobrenatural, sino en términos del papel que jugaban en una sociedad particular (Goody, 1982:14).

Los autores más representativos de esta corriente son Bronislaw Malinowski y Alfred Radcliffe-Brown. El primero, en su obra “Los argonautas del Pacífico Occidental” (1922), realizó una discusión sobre la relación entre el cultivo y distribución del “ñame” con el orden social en las islas Trobriand. Malinowski estudió el papel de la comida en la consolidación del poder de los jefes, los lazos matrilineales de parentesco a lo largo de los cuales circula el alimento, las funciones nutricionales de éste, la relación entre afinidad y consanguinidad y la competición por prestigio entre los productores de ñames trobriadeses.

Por su parte, Radcliffe Brown en su libro “The Almadan Islanders” (1922) estudió la función social de la comida en la manifestación de sentimientos que permiten al individuo socializar como miembro de su comunidad. Afirmó que la actividad social más importante de los habitantes de las islas en la bahía de Bengala era la recolección de comida, ya que a través de ésta se articulaban los sentimientos de pertenencia al grupo. Este modo de abordar la problemática del consumo de alimentos se basa en el concepto de *ritual*. Concepto que entiende como instancia creadora de estados mentales y no simplemente como un medio para expresar estos estados. El ritual expresa y a la vez crea los sentimientos propicios de dependencia sobre la moral y los poderes espirituales que trascienden lo humano. Toma al ritual como un medio para regular y estabilizar la vida del sistema, mantener las prácticas grupales y restaurar el estado de armonía. Para este autor, los sentimientos sociales en torno a la comida eran implantados por medio de una serie de ritos de iniciación en los que se les permitía por primera vez a los jóvenes el consumo de ciertos alimentos considerados “delicias” antes vedadas para ellos. De esta forma era transmitido de forma muy poderosa el “valor social” de la comida.

1.1.c) La primera gran etnografía de la alimentación

El estudio más influyente dentro de la tradición funcionalista inglesa es “Land, labour and diet in Northern Rhodesia” (1939) de Audrey Richards. Se considera que es la primera etnografía detallada de un sistema alimentario, además de ser la primera en poner tanta atención a la propia comida como a sus funciones sociales (Mintz, 2003)².

Al igual que su maestro y colega Malinowski, esta autora se propuso analizar la función cohesiva de la comida poniendo énfasis en el intercambio de alimentos como una dimensión clave para el estudio de la cultura Bbemba en la actual Zambia. Estudió cómo la comida se vinculaba con el ciclo de vida, las relaciones interpersonales, la estructura de los grupos sociales y el problema de la “comida como símbolo”. Una característica general de este estudio y del enfoque funcionalista en general, fue la preocupación sobre cómo descubrir el patrón específico de relaciones sociales a través del estudio de los hábitos alimenticios. De ahí que se estudiara cómo la preparación y distribución de la comida funcionaba para mantener la estructura social.

En este sentido, Richards colocó a la alimentación en competencia directa con el sexo como impulsor biológico primordial de la naturaleza humana. En su planteamiento la sexualidad puede tener efectos perturbadores del orden social y éstos deben ser

² Mennell, Murcott y Otterloo subrayan el hecho de que fueran dos mujeres: Audrey Richards y Margaret Mead, pioneras en hacer investigación etnográfica enfocada hacia las mujeres, se vieran atraídas al estudio de los hábitos alimentarios dada la asociación tradicional de la cocina con los roles femeninos en la mayoría de sociedades (1992, 7).

controlados y regulados para mantener la cohesión en grupo. La alimentación, por el contrario, promueve la cooperación ya que requiere la organización del grupo para la satisfacción de sus necesidades de alimentos. Propuso el concepto de *sistema alimentario* como paralelo al sistema de producción, al plantear el estudio de las relaciones humanas en tanto están determinadas por las necesidades nutricionales de modo que la necesidad de alimentarse propicia el establecimiento de relaciones de cooperación entre los miembros de un grupo social. Este sistema de cooperación se extiende inicialmente en la familia, luego pasa al sistema de parentesco mediante el reparto y la distribución, y posteriormente a un sistema más amplio de producción de alimentos hasta llegar a los estados complejos (Goody, 1982: 15).

Las críticas más importantes que se realizaron al estudio de Richards fueron las mismas que se realizan al enfoque funcionalista en general: la ausencia de una dimensión histórica, al no reconocer que los factores procedentes del proceso colonial condicionaran la aparición de nuevos aspectos de la vida social de los grupos estudiados; y además, la no atención a los componentes disfuncionales dentro de los sistemas sociales, que los analizaron como estáticos y cerrados.

I.1.d) El Enfoque Estructuralista

Hacia el final de los años cincuenta y durante la década de los sesenta surge el *estructuralismo* que, a diferencia de los estudios anteriores centrados en aspectos funcionales de la comida, puso atención principalmente en sus aspectos estéticos. Su exponente más conocido, Claude Levi-Strauss, influenció la antropología mediante la introducción de la lógica del análisis lingüístico aplicado a las estructuras del “pensamiento salvaje”, el parentesco, los mitos y el totemismo.

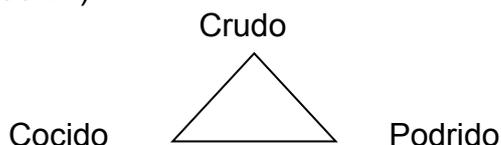
El enfoque estructural de Levi Strauss buscó homologar las estructuras profundas de la mente humana con las estructuras sociales, es decir, cómo las actitudes inconscientes de un individuo son determinadas por su estructura social. Sostuvo que la relación entre cultura y lenguaje no era solo una analogía o un modelo, sino que se podía interpretar a la sociedad como un todo en términos de comunicación.

Después de analizar desde una lógica estructural las instituciones que rodean al sexo (incesto, matrimonio, parentesco), Levi-Strauss se interesó en otro aspecto básico del comportamiento humano, la comida y sus formas de prepararla: la cocina. Consideró que la cocina de una sociedad refleja la estructura de ésta, la cual se podía hacer evidente mediante el análisis tanto de su representación a través de los mitos, como de sus formas concretas de preparación.

Su esfuerzo estuvo dedicado a descifrar las estructuras profundas universales que subyacen al comportamiento alimentario, a su transformación en el tiempo y las diferencias entre distintos tipos de culturas en cuanto a sus hábitos en la preparación y consumo de alimentos. En su propuesta afirmó que todas las sociedades poseen un lenguaje, una estructura de parentesco y una forma de alimentación cuya expresión es la cocina. El mayor aporte del enfoque estructuralista es la noción de que los alimentos que se consideran “buenos” es culturalmente determinada y socialmente controlada superando las posturas etnocéntricas del “gusto” de trabajos anteriores (Mennell, Murcott y Otterloo 1992: 8).

Utilizando la lingüística estructural Levi-Strauss analizó la cocina mediante oposiciones binarias. Su análisis se basa en las operaciones básicas necesarias para

transformar un alimento de crudo a cocido. Tal como en la lingüística se habla de un triángulo de vocales y otro de consonantes, él propuso un *triángulo culinario* (Goody, 1982: 18; Girón, 1998:24)



Lévi-Strauss elaboró este esquema donde la comida, partiendo de lo crudo, sufre dos transformaciones: una cultural (lo cocido) y otra natural (lo podrido). Subyacente a este modelo se encuentra una doble oposición binaria entre características distintivas, primero, entre elaborado y no elaborado y segundo entre cultura y naturaleza. Lo cocido es una transformación cultural de lo crudo, mientras que lo podrido es la transformación natural de los dos anteriores. A ese triángulo culinario le sumó el *triángulo de recetas*, constituido por lo asado (transformación a partir del fuego), lo ahumado (mediado por el aire) y lo hervido (con la intervención del agua). Este triángulo se complica cuando se establece la distinción entre “a la parrilla” y asado, entre lo hervido y lo cocido a vapor, y más todavía cuando interviene el aceite: lo frito.

Las críticas al enfoque estructuralista de Levi-Strauss han sido que el análisis de los sistemas alimentarios mediante el uso de unidades del gusto o mediante los métodos de transformación de la naturaleza permiten el análisis de la comida como símbolo, permite analizar la lógica del sistema alimentario, pero no su transformación a la luz de otros fenómenos de tipo histórico, ecológico o político (Carrasco, 2004:57)

Las cocinas culturales están determinadas por factores de tipo estructural tales como los sistemas de producción y las relaciones de poder. Son estos últimos factores los que delimitan los radios de acción de la cocina de un grupo determinado, independientemente de este grupo posea su propia lógica culinaria. Lo importante de destacar es que precisamente la lógica culinaria de cada grupo se verá afectado también por la historicidad del contexto, pudiendo mantenerse y reproducirse, o bien transformarse o desaparecer” (Carrasco, 2004:54)

I.1.e) El enfoque estructuralista cultural: Mary Douglas

En los Estados Unidos se desarrolló una vertiente paralela de la antropología estructural. Mary Douglas presentó en 1972 su estudio “Deciphering a Meal” en el que demostró que las categorías alimentarias codifican los eventos sociales y expresan jerarquías, inclusiones y exclusiones, fronteras e interacciones entre éstas. Criticó el modelo limitado a oposiciones binarias de Levi-Strauss considerando que la comida debe ser analizada según el contexto en que se consume. Esta autora consideró que si se estudian los hábitos culturales de la comida es posible reconocer las jerarquías en los gustos, sabores y olores, y percibir las diferencias en sociedades distintas. Para este enfoque la comida es parte de un *sistema cultural* independiente de los sistemas de producción asociados a determinado sistema alimentario.

Su estudio se enfoca en el gusto entendiéndolo como algo controlado y determinado por la cultura. Para ella las reglas de consumo de alimentos deben ser analizadas estructuralmente en vez de intentar reconstruir las relaciones causales que las producen. Buscó encontrar la *jerarquía* y la *segmentación* del gusto en una sociedad particular. Su estudio describe concretamente el sistema culinario de su casa familiar. Analiza cómo se ordenaban los tiempos y el tipo de platos de cada comida en ciclos diarios, semanales y anuales y cómo éstos se organizaban en una jerarquía por la adición

u omisión de elementos. Por ejemplo, en su casa las bebidas eran algo apropiado para ofrecer a “extraños”, no así la comida, que se ofrecía únicamente a la familia, amigos cercanos o invitados de honor. Por lo tanto, la estructura de las comidas servía para mantener las fronteras externas. Invitar a un amigo a comer significaba que se le estaba permitiendo cruzar esas fronteras sociales.

Las críticas que se le hacen comúnmente a este enfoque son básicamente las mismas que se le hacen al enfoque estructuralista en general: establecer la autonomía de los factores sociales o de los sistemas sociales en general. Como señala Goody:

Podemos ver los trabajos de escritores como Levi-Strauss, Douglas y Sahlins como intentos de esquematizar la estructura de la cultura [y como ésta] ejercita su supervisión selectiva [...] frecuentemente especificada por conjuntos aislados de “lexemas” relacionados, “sistemas clasificatorios”, “características distintivas” o “elementos constitutivos”. [Sin embargo] hay poca evidencia en la que fundamentar la elección de estas posibilidades alternativas, ya sean creadas mediante contrastes externos o por cambios internos. [Su elección] esta basada únicamente [...] en la voz de esta estructura abstracta” (Traducción propia, 1983: 35).

I.1.f) La sociología de la alimentación Francesa

Durante la década de los ochenta se desarrolla la llamada *sociología de la alimentación francesa* cuya figura más importante es Pierre Bourdieu, a quien se sitúa como una figura intermedia entre los estructuralistas y los enfoques centrados en el contexto y el desarrollo de los cambios alimentarios de Goody, Mintz y Menel que revisaremos más adelante.

Este autor analiza la relación que existe entre el individuo y la sociedad, a través de su teoría de la práctica y de la estructuración, muestra cómo las estructuras sociales estructuran las prácticas de los individuos y cómo las acciones de éstos influyen sobre aquellas. El *habitus* es un término clave en la construcción teórica de Bourdieu, que le permite superar la oposición entre el objetivismo y subjetivismo cuando se analiza la relación entre el individuo y la sociedad (si para el objetivismo las estructuras son determinantes, en el subjetivismo lo son las acciones individuales). Para el autor las prácticas sociales han de explicarse en dos sentidos: desde las estructuras sociales externas, entendidas como sistemas -o *campos*- de relaciones históricamente construidas, y al mismo tiempo, desde las estructuras sociales internalizadas, que están incorporadas al agente en forma de esquemas de percepción, de pensamiento y de acción: los *habitus*.

Según lo anterior, el *habitus* se define como un conjunto de principios generadores y organizadores a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él. Son socialmente estructurados, construidos a lo largo de la historia de cada sujeto y suponen la interiorización de la estructura social, del campo social donde cada individuo ha sido educado. Pero al mismo tiempo, también son disposiciones estructurantes, a partir de las cuales se producen los pensamientos, percepciones y acciones del agente. Están “objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente ‘reguladas’ y ‘regulares’ sin ser el producto de la obediencia a reglas [...] [Además, están] colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta” (Bourdieu, 1991:92). Ni los sujetos son libres en sus elecciones -el *habitus* es el principio no elegido de todas las elecciones- ni están determinados -el *habitus* es una disposición que se puede reactivar en conjuntos de relaciones diferentes y dar lugar a un

abanico de prácticas distintas-

Las primeras experiencias tienen un peso fundamental en la formación del habitus, ya que éste tiende a asegurar su propia constancia y su propia defensa contra el cambio. En tanto esquema de principios de percepción, el habitus realiza una selección de las nuevas informaciones rechazando aquellas que puedan cuestionar la información acumulada y sobre todo, evitando exponerse a ellas. De este modo, asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que tienden a garantizar, más eficazmente que las reglas formales, la conformidad y constancia a través del tiempo. Por tanto, para estudiar las prácticas de los agentes sociales no basta con remitirlas a su situación actual, es necesario estudiar las condiciones sociales donde se constituyeron.

En su obra “La Distinción” (1979), aborda específicamente la comida, centra su análisis en el estudio de los consumos alimentarios y los gustos. Bourdieu explica que su estudio busca combinar “las nociones de Max Weber de clase (grupo que comparte cierta relación con la propiedad de medios de producción) y estatus (grupo que comparte un estilo de vida común en relación al consumo)” (Mennell, Murcott y Otterloo 1992: 8).

Al estudiar las pautas de consumo, el autor establece que si bien son atribuidas al gusto individual, no se salen de los patrones socialmente establecidos por la posición de clase asignada a cada individuo, definida por la cantidad de capital económico y simbólico (nivel educativo) de que disponga. Aborda los gustos o preferencias desde la óptica de la transmisión y reproducción de la cultura a través de las generaciones, afirmando que tanto los gustos como sus transformaciones y adopciones tienen un origen social: se producen en la lucha de diversos grupos por el ascenso social donde compiten por diferenciarse y afirmar su distinción de los demás. La transformación de los gustos o preferencias se explica por la movilidad social individual y la variación de la composición social. El vínculo del gusto con la estratificación social se da cuando un sector afirma tener gustos “refinados” en contraste con los gustos “vulgares” o “falta de gusto” de los más empobrecidos.

El cambio alimentario afecta no sólo al consumo de ciertos alimentos sino a los actores sociales mismos, a sus modales y a sus ideologías. El cambio puede tener un sentido ascendente y suele producirse por la apropiación de los consumos, prácticas y valores de las clases sociales a través de la imitación. Para Bourdieu la imitación de los gustos alimentarios es un proceso cuya finalidad es alcanzar la diferencia y afirmar la distinción de las clases en vías de ascensión (Arana Garrido, 2001:87).

1.1.g) La respuesta materialista (histórica y cultural) al estructuralismo

A principios de la década de los 80 se produce la crisis mundial de la deuda provocando a nivel mundial un crecimiento del desempleo, creciente inflación y aumento de la deuda externa para los países en desarrollo. En América Latina, decaen los niveles de inversión al mismo tiempo que las tasas de crecimiento económico. Se abandonan las estrategias de desarrollo industrial endógeno y se inicia el proceso de introducción de medidas de ajuste estructural, caracterizadas por la desregulación de las economías, la apertura comercial y la privatización de las empresas y servicios públicos. En el continente africano se producen las peores hambrunas de la historia moderna.

Coincidiendo con esta coyuntura aparecen trabajos que pueden agruparse en el término *desarrollista* o *centrados en el contexto histórico*. Se caracterizan por incorporar el análisis marxista junto a la reintroducción de las dimensiones históricas y comparativas al análisis de la alimentación. En estos trabajos se comienza a utilizar el concepto de *cultura*

alimentaria, que refiere al “ensamble de actitudes y gustos que la gente posee en relación con la comida”. Esta categoría de análisis busca comprender la transformación de los sistemas alimentarios a través del tiempo tratando de explicar porqué diferentes grupos sociales, sociedades o naciones desarrollan diferentes gustos y actitudes respecto a la comida (Mennell, Murcott, Otterloo 1992: 20). Se presta atención al contexto y la delimitación histórica para analizar la transformación o desaparición de los sistemas alimentarios. Dichos procesos de transformación comienzan a ser entendidos como resultado “de la interacción entre intereses económicos, poderes políticos, necesidades nutricionales y significados culturales” (Carrasco, 2005:59).

I.1.h) El Materialismo Cultural

En Europa desde los años sesenta, bajo la influencia de las obras de Durkheim y Levi-Strauss, dominaban el idealismo y el relativismo cultural. Estas corrientes analizaban el cambio cultural como parte de los sistemas humanos de pensamiento antes que sobre las condiciones materiales de una sociedad. Afirmaban que el método comparativo entre diferentes culturas resultaba irrelevante pues cada sociedad es producto de sus propias dinámicas internas. Como reacción a estas posturas se publica en 1968 “The Rise of Anthropological Theory” escrita por Marvin Harris, argumentando que dichos enfoques separan a la cultura de sus bases materiales y que, además, fallan en su objetivo de ser universales pues sólo observan la esfera *emic* (endógena) de la sociedad. En cambio, el materialismo cultural se centra en los fenómenos observables y medibles, es decir, un enfoque *etic* de la sociedad. La perspectiva *etic* sería para Harris un enfoque verdaderamente holístico de investigación.

En sus trabajo, Harris trata de explicar la forma en que la política y la economía se organizan al interior de las sociedades (es decir, la *estructura* social) y los aspectos simbólicos e ideológicos de la misma (la *superestructura*), como resultado de la combinación de variables relacionadas con las necesidades biológicas de la sociedad. Según Harris, la producción y reproducción determinan los demás aspectos de la cultura (esto es la *infraestructura*). Las instituciones sociales como el gobierno, la religión, las leyes y el parentesco son construidas de modo que benefician las capacidades productivas y reproductivas de la sociedad.

En 1984 Harris publica “Bueno para comer”, un nombre que hace referencia directa a la frase de Levi-Strauss “Bueno para pensar”, definiendo así su postura anti estructuralista y analizando la alimentación según los preceptos que acabamos de mencionar. Plantea que la comida debe alimentar antes a los estómagos colectivos que a la mente colectiva. Para Harris, los alimentos preferidos que él denomina “buenos para comer” son aquellos que presentan una relación de costes/beneficios más favorables (estos no son sólo de carácter nutritivo sino de carácter práctico y ecológico) que los alimentos que se evitan. En el momento en que un alimento se hace caro de consumir, si existe otro más barato y nutritivo o si incide negativamente sobre el medio ambiente, se convierte automáticamente en un alimento “malo para comer”, y la sociedad lo convierte en “pecaminoso” o “repulsivo” y puede llegar incluso a ser considerado ilegal.

Como ejemplos de tabúes alimenticios Harris nos muestra el de las vacas sagradas en la India, que lo explica como necesario para garantizar la reproducción de los bueyes indispensables para la agricultura así como para garantizar la producción de leche. Para él, los tabúes responden a una motivación de tipo material, lo que invalida la explicación religiosa *emic* de los propios habitantes de la India. Harris reconoce la dificultad de analizar los costes y beneficios para explicar la adopción y/o rechazo de ciertos alimentos

y toma en cuenta el hecho de que los alimentos son también fuente de acumulación de riqueza y poder.

Las críticas más fuertes que ha recibido esta concepción son que no logra explicar los aspectos más complejos de los sistemas alimentarios (la interacción entre factores *emic* y *etic*), así como que sus hipótesis resultan tan difíciles de probar como las del estructuralismo.

1.1.i) El análisis comparativo del desarrollo de los sistemas culinarios

En 1982 Jack Goody publica su obra “Cocina, Cuisine y Clase”. Plantea las siguientes preguntas centrales: ¿Por qué las sociedades tradicionales africanas carecen en su mayoría de “cuisines” diferenciadas, incluso en estados grandes con estructuras políticas [altamente] diferenciadas? ¿Cuáles son las condiciones para el surgimiento de una “cocina alta” y una “cocina baja”? ¿Cuándo y cómo surgió el alimento industrial y cuál fue su impacto en la cultura culinaria mundial? El enfoque que utiliza para responder a estos cuestionamientos se ha considerado *desarrollista* precisamente por centrar su interés en el desarrollo histórico de los sistemas culinarios. Goody define a estos sistemas como las condiciones necesarias para la elaboración de la comida y sus formas de consumo (Goody, 1982:3; Appadurai, 1988:496).

Realiza un estudio comparado de dos sociedades tribales del norte de Ghana, que a pesar de sus diferencias históricas, ecológicas y en su estructura social, presentan formas de cocina similares. Concluye que la aparición de una cocina de élite opuesta a una cocina “baja” o campesina no puede explicarse únicamente refiriéndose al grado de complejidad social y política de una sociedad. Para demostrarlo compara las cocinas y los sistemas de estratificación de las sociedades euroasiáticas y la cocina de las sociedades africanas, cuyo sistema de estratificación denomina *hierático*. Abarca un amplio período temporal que va desde el Antiguo Egipto hasta la Europa moderna. Según su argumentación, en las sociedades africanas analizadas aunque existe diferenciación social, ésta no es extrema, existen vínculos cercanos entre los diferentes estratos y esto incide en las diferencias entre clases sociales no sean tan grandes como en los rígidos sistemas de estratificación jerárquicos: castas en la India, estamentos en la Europa medieval y la estructura de clases de las sociedades industrializadas (Mennell, Murcott, Otterloo 1992: 21).

Posteriormente estudia la industrialización del alimento en sus múltiples aspectos (conservación de productos perecederos, envasado, distribución, publicidad, venta) y para cerrar el análisis describe el impacto en el tercer mundo en su papel de proveedor de materias primas de la tendencia hacia la creación de una “cultura alimentaria mundial”. Para ello analiza la demanda de productos alimenticios industrializados en la misma región de África donde inició su estudio de los sistemas alimentarios tradicionales.

Para explicar la diferenciación en ciertas sociedades entre cocina “alta” y “baja” Goody analiza también el papel de la literatura en la estratificación social. Relaciona la literatura escrita con las sociedades jerárquicas y la oralidad con las *hieráticas*. Remarca que la literatura puede tener diversas consecuencias sociales, como vía de democratización del conocimiento o como un instrumento de opresión en la medida que los diferentes estratos sociales tengan o no acceso a ella. Argumenta que la literatura, hasta antes de su desarrollo masivo, sirvió en las sociedades jerárquicas para agudizar las diferencias de “gustos” y costumbres entre clases incluyendo aquellos relacionados con la comida.

Otro factor analizado por Goody es la división sexual del trabajo. Contrasta el hecho de que en sociedades africanas las comidas de los gobernantes son preparadas por sus esposas que cocinan los mismos platos que se consumen a nivel general en toda la sociedad. En cambio en sociedades jerárquicas la preparación de alimentos para las élites, a partir del antiguo Egipto hasta la actualidad, es llevada a cabo por sirvientes o profesionales hombres de la cocina, que actualmente denominamos “chefs”.

En este trabajo se hace hincapié en la necesidad de contextualizar y analizar la cocina africana desde una perspectiva comparativa para de ese modo dar cuenta de variaciones, regionales, jerárquicas y temporales. Este autor plantea que la alimentación contemporánea no se da en espacios aislados, por el contrario en sociedades postcoloniales los espacios producción de alimentos no coinciden con los de preparación, transformación y consumo. Los cambios alimentarios deben, por lo tanto, analizarse en relación con la economía y con el sistema de estratificación social y la división sexual del trabajo a nivel global. Enfatiza también la necesidad de utilizar métodos y fuentes históricas.

Sus principales aportes fueron, en primer lugar, sentar las bases para nuevas aproximaciones estructuralistas, que identifiquen la variabilidad de los comportamientos alimentarios antes que su universalidad, y en segundo lugar, proponer que la alimentación y sus variaciones sólo pueden comprenderse en su interdependencia con el sistema sociocultural.

I.1.j) La perspectiva del sistema mundo, vinculando historia y antropología

En 1979, Sidney W. Mintz publica “Time, Sugar and Sweetness” y en 1985, su obra más conocida “Sweetness and Power”, que representan estudios históricos y antropológicos del consumo del azúcar. En estos se examinan las fuerzas económicas y políticas detrás de la creciente disponibilidad del endulzante en Europa en el contexto de una acelerada industrialización y urbanización de la sociedad. Examina el aumento en el consumo y la relación de éste con el trabajo esclavo y la producción de materias primas en las colonias británicas. En estos estudios se demuestra cómo “el uso y aplicación del poder intervienen en los cambios de hábitos alimentarios de una sociedad” (2003:39).

Para hacer visible este papel, Mintz se refiere a dos esferas diferentes e interrelacionadas del poder: la primera y más obvia, a la que llama *significado externo* -relacionada con las condiciones estructurales de la sociedad: el entorno económico, social, político y militar- se refiere a quién poseía los medios de producción y distribución del azúcar durante el periodo colonial (apropiación de la tierra, de la fuerza de trabajo esclava y de los medios de comercialización del producto). La segunda esfera es el *significado interno*, concepto relacionado con las “condiciones del consumo en la vida diaria” se refiere a “qué llegó a significar [para los europeos de las clases dominantes y populares] el consumo del azúcar” a medida que se extendía su consumo (2003:34). Aquí explica como en un principio el azúcar era una sustancia escasa y cara cuyo acceso estaba restringido a la corte inglesa de modo que su consumo expresaba poder. Con el paso del tiempo y el aumento de la producción bajó el precio del azúcar y se multiplicaron sus consumidores, su consumo dejó de estar ligado directamente al poder del rey. Sin embargo, para la clase trabajadora inglesa, que por mucho tiempo no había tenido acceso a este producto, su consumo mantuvo este antiguo significado de exclusividad de relación con el poder.

Este juego de relaciones permite analizar como los hábitos alimentarios son impuestos por los factores estructurales de la sociedad y al mismo tiempo son transformados y dotados de nuevos significados por los grupos sociales que los adoptan. En sociedades complejas este enfoque resulta crucial si queremos comprender las causas de las transformaciones alimentarias. Mintz plantea esta relación con el siguiente ejemplo:

en el día a día las oportunidades de empleo le dicen a la gente cuando puede comer y cuanto tiempo puede tomarse para hacerlo; en buena medida, por lo tanto se le dice qué comer, dónde y con quién [...] a los individuos se les presenta una serie de situaciones dentro de las cuales pueden empezar a crear construcciones significativas para ellos mismos siempre y cuando no violen los límites externos de la situación que se ha establecido (2003, 44).

I.1.k) Los aportes de la historiografía: la escuela de los Annales

En las primeras décadas del siglo XX surgió una corriente historiográfica en Francia que criticó el enfoque tradicional de la disciplina, a la que consideraba ineficaz para el análisis de lo social por centrarse exclusivamente en los acontecimientos políticos. En el año de 1929 los historiadores franceses Lucien Febvre y Marc Bloch fundaron la revista “Annales”, cuyo objetivo era precisamente integrar la historia con las ciencias sociales y buscar nuevos campos para la investigación histórica privilegiando el estudio de fenómenos económicos y sociales.

A mediados del siglo XX, con la incorporación de Fernand Braudel a la revista, se produce una revolución dentro de la historiografía francesa que ha tenido también gran impacto en la antropología y la sociología de la alimentación. La propuesta de Braudel fue la llamada *historia total*, que buscaba, por una parte, aplicar los métodos modernos estadísticos al estudio del pasado, y por otra, cuestionaba el enfoque de la historia tradicional centrada en los grandes acontecimientos políticos. Propuso descomponer el estudio de la historia en tres niveles: *larga duración*, que hace referencia a las relaciones del hombre con el medio geográfico; *mediana duración*, que se corresponde con “la coyuntura” política y social; y en el lugar menos relevante, la *corta duración*, es decir, los grandes acontecimientos políticos. Subrayó también la importancia de estudiar la historia desde una perspectiva que no desvincule a las personas de su realidad cotidiana. Este enfoque pretende acercarse a la comprensión de las formas de pensamiento y acción (mentalidad) de los hombres comunes en el pasado en contraposición a la historia tradicional que se centra en las vidas y obras “extraordinarias” de las personalidades. Como lo explica Paris Aguilar Piña (2007:2) el concepto de *vida material* es el pilar de esta nueva historiografía que pretende hacer un análisis exhaustivo de las rutinas diarias de las personas donde “los actos de la vida cotidiana se construyen [...] a partir de las necesidades concretas de los individuos concretos, quienes se constituyen en sí mismos como agentes productivos y reproductivos de su historia individual y colectiva” (2007: 2).

Para el estudio de la alimentación su obra más importante es “Capitalismo y Vida Material 1400-1800” publicada en 1979, en la que dedica un capítulo a la comida en Europa. Vincula los procesos de producción de comida con los de su consumo, evidenciando la existencia de tendencias de larga duración, de tipo económico y también cultural en el desarrollo de este sistema alimentario, tendencias que actúan por inercia y que condicionan la vida de las personas.

Este último es uno de los grandes aportes de Braudel al estudio de los sistemas alimentarios y sus transformaciones, al mostrar la relación entre los productos de consumo cotidiano con el desarrollo económico, los circuitos de intercambio comercial y la

forma en que estos transformaban la vida a nivel nutricional y social. Así explica de qué modo se transformaba el gusto con la incorporación de nuevos productos, ya fueran estos importados o los que antes fueran consumidos únicamente por las clases dominantes, y cómo en este proceso se transformaron las innovaciones en hábitos.

A partir de los aportes de Braudel se desarrolló en la escuela de los Annales la *historia de las mentalidades*, a través de la cuál se hace un diálogo más profundo entre historia y antropología. Esta corriente abordó la historia de la alimentación en todas sus relaciones tanto sociales como económicas, profundizando en el estudio del consumo, las cantidades y naturaleza de los alimentos en su función nutricional junto a la historia del gusto.

Otra rama de la historia que algunos vinculan a la historia de las mentalidades y otros a la *microhistoria* o historia cultural se desarrolló en Italia. Uno de sus grandes exponentes fue Carlo Ginzburg, quien publica en 1976 “El Queso y los Gusanos”, en torno a la cosmovisión de un molinero del siglo XVI. Esta perspectiva se caracteriza por realizar un análisis a nivel micro, en este caso de la mentalidad de una sola persona mediante el estudio de registros provenientes de un proceso legal en contra de dicho molinero, para de ahí hacer de lo particular un análisis general. Este es considerado un estudio renovador que demuestra los aportes que la antropología podía brindar a la historia, sobre todo cuando ésta última intenta adentrarse en los problemas de la cultura popular.

Otro autor que se puede considerar como heredero de la línea inaugurada por Braudel es Michel de Certeau. Su trabajo más conocido titulado “La invención de la vida cotidiana” se publicó por primera vez en Francia en 1974. Sus análisis, aunque no se refirieron únicamente a la alimentación, tienen mucha influencia en los estudios actuales referidos a la vida cotidiana en las sociedades de consumo y en contextos urbanos, así como en el papel cultural de los medios de comunicación como expresiones de las “estrategias” de dominación.

Certeau centra su análisis en la relación de los sujetos con una red de relaciones de poder y estrategias de dominación que condicionan su vida. Crítica los enfoques que identifican a los sujetos como pasivos y disciplinados “consumidores” de pautas socioculturales. Él prefiere pensar al sujeto como *consumidor-productor* que realiza una apropiación de lo que consume, esta conducta opera como un rechazo a las influencias sociales dominantes y en su lugar se produce una construcción por parte de los actores de su propia realidad (Piña Aguilar, 2007:3). El poder de la vida cotidiana como uno de los motores de la historia radica entonces en esta capacidad de apropiación de las normas o los sistemas culturales dominantes para ser empleadas de acuerdo a los requerimientos de reproducción social de los grupos subalternos, tanto a nivel económico como cultural. Esta apropiación muchas veces no se realiza de forma consciente y la forma particular en que se realice varía según las condiciones socioeconómicas y culturales de los grupos sociales.

El estudio de la vida cotidiana, desde esta perspectiva, permite analizar las formas de adaptación de los sistemas alimentarios en relación con las transformaciones y los cambios producidos por los procesos modernizadores en la historia. Una de las particularidades de esta aproximación al fenómeno es que, a diferencia de otros, se fija más en las permanencias que en el cambio como forma de determinar el poder oculto de las prácticas rutinarias. Esto representa una forma crítica de entender la tradición, no solamente como una reminiscencia del pasado, sino como un proceso social dinámico que se renueva constantemente y cuya función es propiciar la cohesión y reproducción

social, material y espiritual de los grupos (Gracia Castillo, 2002:8).

I.2-LOS ENFOQUES ACTUALES

En este apartado considero a los estudios que a partir de los años ochenta han analizado los cambios en las pautas alimentarias de las sociedades postindustriales utilizando como base los trabajos que ya hemos reseñado. Los estudios de la *modernidad alimentaria* (postmodernidad, tardomodernidad o sobremodernidad son términos alternativos aunque no exactamente equivalentes) han seguido las líneas clásicas y en algunos casos han intentado integrar las diferentes orientaciones.

Si algo caracteriza a la antropología de nuestros días es el interés por analizar los fenómenos locales en su relación con el proceso de integración política y social que conocemos como globalización y los cambios de tipo económico, social y demográfico que lleva asociados: el desplazamiento de las fronteras frente a dinámicas de desterritorialización y reterritorialización ocasionadas por los flujos económicos y sociales de personas, capitales y símbolos. Este proceso es visto como sujeto a dos dinámicas enfrentadas pero dependientes una de otra. Por un lado, la globalización económica que provoca una tendencia homogeneizadora de las expresiones culturales; por otro, una revitalización de las identidades colectivas mediante un reforzamiento de marcadores culturales y de identidad étnica (Delgado Salazar, 2000:84).

La globalización parece debilitar hábitos alimenticios propios de pueblos, etnias y clases sociales desarrollados a lo largo de su historia, que en el caso de los países del tercer mundo les han permitido sobrevivir en condiciones de pobreza y explotación, y que forman parte de su identidad colectiva. Esto a pesar de que dichos sistemas a lo largo de la historia han mostrado una fuerte capacidad de permanencia pese a cambios económicos, políticos, modas y novedades.

I.2.a) ¿Qué se entiende por modernidad alimentaria?

Los primeros estudios antropológicos de la alimentación investigaron en sociedades agrarias donde los productos de la tierra son consumidos por las mismas personas que los producen. Lo que se consume está asociado directamente a las condiciones ecológicas del entorno. La disponibilidad de alimentos varía según los ciclos anuales de siembra y cosecha. La distribución de los alimentos se da a nivel local a través de redes de parentesco y rituales. Se producen desigualdades determinadas por el estatus dentro del grupo (Díaz Méndez y Cristóbal Gómez, 2001: 9).

Después de la segunda mitad del siglo XX aparecen estudios que analizaron los cambios alimentarios relacionados con el proceso de industrialización, donde la relación directa entre consumidor y productor se rompe. La producción sufre cambios drásticos con la aparición de las empresas agrícolas que orientan su producción al mercado. La mayoría de alimentos se transforma mediante procesos industriales como limpieza, estandarización, envasado, etc. La disponibilidad de alimentos ya no depende tanto de los ciclos naturales. Se amplía la oferta de productos. Las desigualdades en el consumo se deben a las diferencias económicas entre los consumidores. Se produce una marcada desigualdad nutricional entre las sociedades productoras de materias primas y las industrializadas (Díaz Méndez y Cristóbal Gómez, 2001:9)

Cuando se habla de un sistema alimentario postmoderno o postindustrial se refiere al cada vez más complejo modelo alimentario industrial. La industria adquiere mayor importancia ante la agricultura. La procedencia de los alimentos deja de ser relevante,

ante esta falta de certeza la apariencia del producto pasa a ser el principio orientador del consumo. Los productos altamente industrializados buscan tener una apariencia “natural” lo que se asocia con lo “saludable”. La distribución se sofisticada y se hace realidad la posibilidad de comer productos de cualquier origen en todo momento. La elección del producto se vuelve complicada para el consumidor que se debate entre principios orientadores contradictorios (escoger lo más barato, lo más saludable, exclusivo, exótico, o lo más “justo”, por ejemplo). El deseo desplaza a la racionalidad y los estímulos para el consumo se hacen cada vez más sofisticados. Esta gran complejidad obliga a muchos estudios a dividir el sistema y enfocarse en una de sus partes (Díaz Méndez y Cristóbal Gómez, 2001:10).

En otro estudio sobre el mercado alimentario español se delinear las tendencias de consumo que dominan el mercado actual español y que lo acercan a los modelos del resto de Europa y que podemos tomar como generales para el mundo desarrollado.

Empleo de menor tiempo en la compra de alimentos y bebidas. Preferencia por la adquisición de comidas que necesitan poca elaboración mayor importancia del plato único. Adquisición creciente de platos precocinados y comidas con envases aptos para el consumo directo. Mayor demanda de comidas a domicilio. Gasto creciente en las actividades de restauración [restaurantes]. Importancia de los alimentos con ingredientes y productos naturales (preocupación por la calidad en la elección de alimentos y bebidas). Proliferación de productos dietéticos, enriquecidos o concentrados en la cesta de alimentación de los hogares. Diversificación del mercado alimentario ante la progresiva influencia de la población inmigrante (Martín Cerdeño, 2005:11).

I.2.b) Debates recientes de la sociología de la alimentación en Europa

Cecilia Díaz Méndez (sin fecha) hace una revisión de los debates actuales dentro de la sociología de la alimentación. Para ella los debates en Europa se enfocan en el consumidor *tardomoderno* y en su dificultad de elección ante la sobreabundancia de opciones alimentarias a las que se enfrenta. Cambios que se caracterizan por una tendencia a la individualización de las decisiones sobre qué comer junto al aumento de las opciones de elección.

La autora define tres principales temas de debate. El primero de ellos, se refiere precisamente a la desestructuración de los comportamientos alimentarios tradicionales, dividiéndose entre quienes observan una tendencia hacia el individualismo contra quienes resaltan la estabilidad de los sistemas. Se ha caracterizado este proceso de cambios en tres tendencias: la simplificación de la estructura de la comida, el aumento del consumo de alimentos fuera del hogar y el aumento de cantidad de comidas a lo largo del día. Uno de los autores que más han apoyado la teoría de la desestructuración y la individualización del consumo es Fischler en su obra “El (h)omnívoro” (1995), donde busca demostrar la falta de normas en la alimentación contemporánea europea, a partir de la modificación de la función reguladora del sistema culinario del comensal, provocando un debilitamiento de las normas, una anomia gastronómica, que dificulta la elección de alimentos. Lo que lleva a que comida se convierta en una fuente de ansiedad, ante el caos de criterios, a veces contradictorios, para la elección de alimentos.

El segundo debate importante en el campo de la sociología del consumo se refiere al “peso de las clases sociales en la conformación de las pautas alimentarias básicas” (Díaz Méndez, s.f., párrafo 11). Se considera que el consumo está vinculado a la producción de modo que los cambios en el sistema productivo inducen a cambios en las formas de consumo. En este caso las posiciones se dividen entre las pluralistas, que en muchos casos coinciden con quienes defienden la individualización del consumo, quienes

afirman que la sobreabundancia de alimentos determina la disminución de diferencias sociales en la dieta. Otros autores opuestos a esta postura se centran en la permanencia de la diferenciación social a través del consumo y consideran que el acceso de los individuos a los medios de producción sirve para explicar sus comportamientos de consumo, dando lugar a patrones diferenciados en función del origen social de los consumidores.

Algunos trabajos destacados en esta línea son los de Murcott "On the social significance of the 'cooked dinner' in South Wales" (1982), quien desde una perspectiva feminista ha realizado un análisis sobre las relaciones de poder entre hombres y mujeres con la comida en el hogar y ha explicado que en las decisiones de las mujeres sobre la alimentación priman los gustos y preferencias de otros sobre los propios en respuesta a lo que se espera de ellas como buenas madres y esposas (Murcott, 1983, citado en Díaz Méndez, *sf*, párrafo 12). En España, los estudios de González Turmo, evidencian la persistencia de diferencias de clase en los hábitos alimentarios y la permanencia de la división entre comidas de ricos y de pobres afirmando que la abundancia de alimentos en España no garantiza un reparto equitativo de los alimentos. Estas desigualdades se agudizan con el fenómeno creciente de la migración internacional.

Por último, el tercer tema de debate se desarrolla sobre todo en España, a través de un esfuerzo por construir un modelo teórico que vincule la producción y el consumo, que tiene el objetivo último de comprender los procesos sociales a través de todo el sistema agroalimentario e integrar los análisis a nivel macro y micro-social.

I.2.c) Comida e identidad nacional

La cocina de un grupo étnico está asociada con la historia social del mismo y con las características ecológicas de su entorno que se expresa cuando "los pueblos convierten parte de su medio ambiente en comida" (Appadurai, 1981:496). Desde sus inicios la antropología ha apreciado el potencial semiótico de la comida, es decir, su utilidad para el desciframiento de signos en la vida social. Esta característica de la comida proviene de dos fuentes: es una necesidad constante y a veces apremiante, que posee, además, una gran capacidad para movilizar fuertes emociones en los seres humanos; por lo tanto, hace patente más que otras acciones humanas la condición de ser al mismo tiempo seres animales y culturales (Delgado Salazar, 2000:83). Dadas estas características no debe extrañarnos que la comida haya servido para cohesionar y dar sentido de pertenencia a los grupos, así como para separarlos, distinguirlos de otros; sobre todo si consideramos que la etnicidad se construye en base al reconocimiento de diferencias y a la afirmación de una identidad de contraste con el "otro".

Basándose en el trabajo de Benedict Anderson "Comunidades Imaginadas" (1983), varios antropólogos han estudiado el papel de la comida en el proceso de formación cultural que dio origen a las naciones. Anderson define a la nación como "una comunidad política imaginada, delimitada y soberana [...] imaginada porque los miembros una nación, incluso la más pequeña, nunca conocerán a la mayoría de sus compatriotas [...] sin embargo en sus mentes vive la imagen de su comunión" (Anderson, 1986: 3 citada en Taracena, 2002: 25). Esta perspectiva es especialmente importante en sociedades con un pasado colonial, con relaciones asimétricas entre los grupos étnicos que comparten el territorio y que sólo recientemente han logrado o están en proceso de construir una identidad nacional compartida. Así como la comunidad puede ser imaginada también se puede imaginar una "cocina nacional" que provea un referente concreto a la idea de identidad nacional o étnica. El hablar o escribir sobre esta cocina nacional, además de desarrollarla,

enriquecerla y darle coherencia, permite unificar las diferentes visiones de lo que significa comida nacional en el objetivo de traducir los valores nacionalistas al lenguaje cotidiano y familiar de la cocina (Mintz y Du Bois, 2002:199; Pilcher, 2001:15).

En el artículo “How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India” que publicó Arjun Appadurai en 1988, se define el proceso de desarrollo de la cocina nacional india como un proceso postcolonial y postindustrial. En la India, al igual que en otras sociedades agrarias, muchas de las ideas concernientes al intercambio, redistribución y el poder se expresan a través de la comida. El acto de cocinar ha estado siempre imbuido de creencias tradicionales sobre la salud y prescripciones morales. En la India tradicional las diferencias en la alimentación eran centrales para la edificación del sistema de castas (Appadurai, 1988: 7). Por lo tanto, sus tradiciones culinarias antiguas son mayormente étnicas y regionales. A partir de su reciente desarrollo económico, la industrialización, diversificación de empleos y su creciente urbanización, India ha visto aparecer y crecer a la clase media compuesta en su mayoría por personas profesionales, urbanas con gustos multiétnicos y occidentalizados. Al mismo tiempo, se han desarrollado las industrias culturales y dentro de éstas, la publicación de libros de cocina.

La publicación y consumo de estos libros ha permitido a las mujeres de clase media conocer y utilizar los procedimientos de comidas regionales y étnicas del subcontinente y crear una cocina nacional estandarizada que no reniega de sus orígenes. En palabras del autor “en una sociedad donde comer cruzando barreras étnicas y de casta es todavía un asunto relativamente delicado, la comida puede moverse a lugares a donde la gente no” (Appadurai, 1988:7, traducción propia). La mezcla de platos de diferentes regiones en libros de cocina y restaurantes permitió a la gente explorar al “otro” y de esta manera contribuyó a diluir “fronteras étnicas, de casta y regionales y a propiciar el nacionalismo indio” (Pilcher 2001:17).

Jeffrey M. Pilcher ha dado un interesante ejemplo de cómo se crea la identidad nacional a través de la cocina mestiza en su libro publicado en 1988 “¡Que Vivan los Tamales!”. En esta obra se resalta el alto grado de conflictividad y violencia que ha sido necesaria para conformar la identidad cultural mexicana. La comida ha jugado un papel en este proceso, como lo expone el autor “la mesa del comedor también se convirtió en campo de batalla a medida que el pan de trigo de los panaderos españoles se enfrentaba a los tamales de maíz de las mujeres nativas para ser incluido en la cocina nacional mexicana” (1988:14).

Desde la conquista los europeos trataron de trasplantar el sistema alimentario del viejo mundo y erradicar la cultura nativa basada en el maíz. Esto produjo un marcado regionalismo donde predominó el modelo español en la ciudad de México y el norte del país. Mientras que las zonas periféricas, especialmente el sur mantuvo el sistema tradicional indígena. A partir de la independencia las élites nacionales intentaron cerrar estas brechas étnicas y de clase creando una cultura nacional, definida en términos europeos que rechazaban la importancia de las culturas indígenas y populares del país. En este período surge el *mole* como plato nacional, sin embargo, los mitos que se crean alrededor de él buscan purificarlo de su origen indígena, negando incluso que su nombre era de origen Náhuatl argumentando que provenía del español: moler. Este proceso continuó y se agudizó a inicios del siglo veinte cuando utilizando argumentos “seudo científicos” se culpó al maíz y a las culturas indígenas que lo producían y consumían por el atraso del país.

No fue hasta después de la revolución mexicana de 1910 que los intelectuales

mexicanos redefinieron la cultura nacional en términos de un mestizaje que unificaba las herencias hispánicas e indígenas en lo que José Vasconcelos llamó *la raza cósmica* (p 16). A mediados del siglo XX se estabiliza el sistema político mexicano postrevolucionario. Al mismo tiempo se consolida y acelera el proceso de industrialización y urbanización de la sociedad mexicana. Se desarrolla la red carretera y se dan grandes movimientos de migración interna y de integración comercial que permiten un mayor intercambio entre las culturas y sus cocinas regionales. Es hasta entonces que la clase media urbana emergente, imbuida de su identidad mestiza, se apropia de los ingredientes y costumbres alimentarias indígenas y populares y las proclama representantes de la cocina nacional mexicana “de manera que la cuisine nacional le debe tanto al desarrollo del capitalismo como a la búsqueda de lo mexicano” (p 17, 203).

I.2.d) Creación y transformación de la identidad mediante el consumo: la antropología de Mcdonald's

El desarrollo de la producción de comida a nivel industrial es parte de la historia de los Estados Unidos y se relaciona con su progreso económico tanto como con su estilo de vida. La cadena de hamburguesas Mcdonald's se ha convertido en un icono de la cultura norteamericana y representa al mismo tiempo su proyecto económico globalizante. Pero la expansión de Mcdonald's en el mundo no ha sido un proceso exento de conflictos: en muchos países ha habido protestas y preocupaciones sobre sus efectos nocivos en la dieta de los jóvenes, la destrucción del medio ambiente o la falta de respeto a derechos laborales. Por su parte, los antropólogos se han interesado en investigar cómo los efectos de la estandarización de la comida, promovido por esta empresa, afecta a las culturas y los estilos de vida locales centrándose en el significado que tiene para los consumidores no occidentales consumir comida rápida estadounidense.

El trabajo de George Ritzer “La McDonalización de la sociedad” (1996) acuñó este término para referirse al proceso mediante el cual los principios que definen el funcionamiento eficiente de los restaurantes de comida rápida han ido incorporándose a un espectro cada vez más amplio de aspectos de la sociedad norteamericana y mundial.

El proceso de McDonalización se explica mediante cinco aspectos: i) la eficacia, conseguir los objetivos con el menor esfuerzo y costo posible; ii) el cálculo económico más que la búsqueda de la excelencia culinaria; iii) la estandarización, que el público tenga la certeza de que siempre encontrará el mismo producto servido en las mismas condiciones; iv) el control de los factores de producción mediante la sustitución de mano de obra por tecnología; y v) “racionalidad”, aspecto que resume todos los anteriores. Para Ritzer, la McDonalización significa básicamente incorporar las formas de trabajar de los Mcdonald's al mundo del trabajo y en general, a casi todos los ámbitos de la vida individual y social.

Catherine Schnaubelt (2002) investiga precisamente la influencia cultural de la expansión de Mcdonald's en Europa Central. Su conclusión es que Mcdonald's no sobreviviría en estos países de no ser por los turistas, que lo prefieren por que desconfían de la comida local a la que identifican como riesgosa para su salud. El otro sector importante sobre el que se mantiene la empresa y a quién la cadena dirige muchos de sus

servicios y publicidad es el de los niños, esto produce que muchos padres busquen este lugar porque les gusta a los niños y les permite divertirse.

Desde el punto de vista teórico resultan más interesantes los estudios sobre la expansión de McDonald's en el sudeste de Asia. El volumen editado en 1997 James L. Watson "Golden Arches East" se basa en las ideas de Bourdieu sobre las prácticas de consumo como definidoras de la posición social. Muestra que muchos de los clientes de McDonald's confiesan que la comida les resulta desagradable y que sus niños se interesan más por los juguetes y el empaque de la comida que por el sabor (Mintz, 2001:34; Hsu, 2005:545).

Lo que explica el éxito de la cadena es que les permite identificarse con los valores y el poder norteamericano. Yan Yunxiang en uno de los ensayos del libro cita a un entrevistado: "la Big Mac no tiene muy buen sabor, pero la experiencia de comer en este lugar me hace sentir bien. A veces llego a imaginar que estoy sentado en un restaurante de Nueva York o Paris" (Yan, 1997: 49 citado en Mintz, 2001: 34).

En otro estudio la antropóloga Carolyn L. Hsu (2005), afirma que la comida rápida se asocia con ciencia, modernidad e higiene. Los restaurantes occidentales se ven conectados al "capitalismo global y el mundo del consumo cosmopolita" (p. 547) en contraste con la comida tradicional china relacionada con lo local, provinciano y atrasado. Consumidores chinos acuden con sus niños con el deseo de ascender socialmente confiando que la experiencia equie a los niños para convertirse en clase media, cosmopolita y moderna (p. 546). Desde una perspectiva influenciada por Mintz, la autora explica que las prácticas culturales se propagan del centro a la periferia. De las ciudades globales, a los centros regionales y de allí a los pueblos. Las prácticas culturales relacionadas con el consumo de alimentos que alguna vez fueron "modernos" pasan a ser "domesticados" y vistos como ordinarios, sin embargo, pueden seguir siendo marcadores significativos de cosmopolitismo y modernidad en áreas periféricas. Un claro ejemplo es que a finales de los años noventa las cadenas de comida rápida en Hong Kong no tuvieron mayor desarrollo, llevaban tanto tiempo que habían perdido sus connotación de "modernas" o extranjeras, mientras en Beijing se producía una verdadera invasión de cadenas norteamericanas (p. 550).

1.2.e) Una perspectiva Latinoamericana

El trabajo de Maria Candida Ferreira de Almeida (2004), sobre la relación entre comida rápida y tradicional en Venezuela, es una aproximación que vincula los estudios de consumo con el análisis de la comida como identificador de la nacionalidad. En éste realiza una revisión de las trayectorias históricas, los procesos de producción y consumo de la "arepa" y la hamburguesa³. La primera como representante de la comida tradicional que se vende en la calle y la segunda como símbolo paradigmático de la modernidad. De este modo busca determinar qué discursos establecen el valor de los alimentos y su posición en los procesos de socialización contemporáneos. Destaca el papel de la industria alimenticia como industria cultural, que refleja las transformaciones simbólicas y sociales que atraviesa la sociedad venezolana, caracterizada por la individualización de las opciones de consumo de alimentos (por lo menos para las clases medias) y el proceso

³ La Arepa es una especie de [tortilla] [de origen indígena] preparada comúnmente de harina de maíz blanca o amarilla, forma parte importante de la gastronomía de algunos países de América, especialmente Venezuela y Colombia. [La harina] al mezclarse con agua y un toque de sal (al gusto) se va amasando con las manos hasta conseguir una masa compacta, de la que se desprenden pequeñas bolas que luego serán aplastadas hasta darles la forma deseada. Finalmente se pueden asar, freír o hervir (sancochar). Tomado de Wikipedia.

de industrialización de la comida, tanto por los restaurantes de comida rápida como por las ventas de comida callejera. Muestra que el principal contraste entre comida rápida y callejera es la percepción de “higiene” que se tiene de cada una.

Su tesis es que cada país se hace representar “por su comida”. La arepa que ha estado presente en la dieta venezolana desde su población y a pesar de que se había industrializado y “ganado la calle” desde los años cuarentas, solamente empieza a ser reconocida y exaltada como “plato signo de la cocina tradicional venezolana” a partir de los años ochenta. En esta época surge un movimiento de reivindicación de la comida “nacional” con el surgimiento de publicaciones de recetas y la realización de eventos sociales que contribuyeron a crear un discurso favorable a la comida “criolla” que antes se caracterizaba como “grosera” y “maltratada”. A partir de entonces se hace una exaltación de la arepa “remitiéndose a su origen indígena” y por lo tanto “legítimamente venezolano” (Ferreira de Almeida, 2004: 25).

Según la autora, se observa un fenómeno más reciente en la aparición de “areperías” con un perfil de restaurantes de “fast-food”, combinando los gustos culinarios considerados tradicionales y legítimos con los postulados estéticos e industriales de la globalización. Estos nuevos establecimientos han diversificado la oferta de ingredientes vendiendo incluso una “arepa gourmet”. Esta tendencia ha afectado a las areperías tradicionales que han modificado su mobiliario y decoración hacia estándares más “modernos”. Al mismo tiempo, las areperías más sofisticadas mantienen la producción manual, hechas por mujeres, de las arepas para recrear “la mística del producto tradicional y artesanal que existe en torno al pan cotidiano de los venezolanos” (Ferreira de Almeida, 2004: 27).

En conclusión la arepa actualmente tiene una doble significación, representa la comida tradicional y la expresión de lo global “conciliando ese entre-lugar franqueando a las culturas nacionales en un mundo mass-mediático” (Ferreira de Almeida, 2004: 28).

A MANERA DE CONCLUSIÓN: ¿CÓMO PLANTEAR UN ESTUDIO DE ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA?

El estudio sobre antropología de la alimentación que considero realizar pretende dar cuenta del amplio legado de los distintos enfoques y escuelas teóricas que han tratado la temática. Para intentar hacer un análisis que atienda todos los aspectos que influyen en las transformaciones y permanencias de las pautas alimenticias aprovechando los aportes de las escuelas que han estudiado los aspectos específicos y autónomos de la cultura: los universos simbólicos expresados en la comida y la cocina. Para en base a estos explicar el sentido político de la transformación de los sistemas culinarios. Esto implica reconocer que la alimentación se organiza según estructuras sociales específicas, confiriendo roles y estatus además de la serie de prescripciones simbólicas y morales específicas que cada cultura atribuye al acto de comer.

Mi investigación se adhiere a los estudios de la alimentación que vinculan el conocimiento etnográfico y la dinámica sociopolítica. Este enfoque intenta dar cuenta de las dinámicas alimentarias según el contexto social nacional en su relación con la dinámica global, a través de las relaciones centro periferia. Los más importantes dentro de esta perspectiva son, a mi parecer, los trabajos de Sidney Mintz, que relacionan el consumo del azúcar y la organización del poder político en Europa.

En este sentido, mi estudio toma en cuenta la función de diferenciación social que cumple la comida cuando ésta traduce los sistemas de estratificación social, ya sean de clases, castas o rangos, mediante la diferenciación entre el consumo de las élites de la del resto de la población, siguiendo el planteamiento de Jack Goody en relación a su análisis comparado de los sistemas culinarios africanos y euroasiáticos.

Me baso en los estudios sobre la expansión del consumo de comida rápida de tipo estadounidense en Asia, que utilizan las ideas sobre el consumo de Pierre Bourdieu, según las cuales, el consumo define la posición social mediante la diferenciación entre gustos “refinados” y “vulgares” que hacen los diferentes grupos sociales para “distinguirse” de los demás. Por otro lado, destaco la capacidad de permanencia de los sistemas alimentarios y culinarios originarios a través del tiempo, reconociendo el poder transformador de la cultura popular y la “vida cotidiana” como motores de la historia, tal como sostienen Fernand Braudel y Michel Certeau.

Finalmente, considero importante analizar cómo la comida participa y contribuye a las simbologías de identidad en el proceso de construcción de una “comunidad imaginada”, tomando como base los estudios de Jeffrey Pilcher sobre la comida y la formación de la identidad mexicana, y los trabajos de Arjun Appadurai sobre la construcción de la “cocina nacional” en la India.

CAPÍTULO II: LA COMIDA GUATEMALTECA

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la *cocina guatemalteca* es un tema poco investigado por las ciencias sociales en el país. Las etnografías realizadas hasta el momento abordan la alimentación como parte de la vida material de la comunidad, sin embargo, son muy pocas las centradas específicamente en la comida. En consecuencia, la alimentación es uno de los aspectos menos desarrollados en relación al estudio de las culturas populares guatemaltecas.

Este capítulo consta de dos secciones. En la primera, se reseñan los estudios sobre alimentación realizados en Guatemala, que permiten definir sus características principales a través de varios puntos clave: la inclusión de la comida guatemalteca como parte del sistema alimentario mesoamericano dependiente del maíz; la cocina mesoamericana considerada como un sistema culinario unificado por un “principio de sabor” dominante común a toda la región, el cual se basa en la combinación de tomates y chiles; y la descripción de los rasgos originales de la cocina guatemalteca basándonos en la inclusión en sus recetas de ingredientes nativos y formas de preparación tradicionales asociadas a estos ingredientes.

Para realizar esta descripción se reseñan los principales estudios antropológicos sobre los hábitos alimenticios en nuestro país. Se sigue un orden cronológico iniciando con las primeras investigaciones de los años 40', los cuales utilizaron principalmente metodologías cuantitativas para hacer descripciones de las costumbres alimenticias de las comunidades indígenas, con el objetivo de ofrecer recomendaciones sobre el mejoramiento de la nutrición de estas comunidades. A continuación, se mencionan los estudios norteamericanos de los años 70', que analizaron la alimentación indígena desde un punto de vista cognitivo, basándose en metodologías lingüísticas principalmente. Por último, se citan los estudios más modernos, que analizan la alimentación como parte de la cultura popular y desde el punto de vista de su importancia simbólica.

En la segunda sección del capítulo se presenta una panorámica general de la historia y desarrollo de la cocina guatemalteca con el objetivo de aportar ideas para la comprensión de los factores históricos y socioculturales que han moldeado nuestras costumbres alimentarias. Para comenzar se hace una descripción de la comida prehispánica. Luego se describe el proceso de mestizaje de la misma a partir de la conquista y a lo largo de la colonia, con el objetivo de demostrar que durante este período, en Guatemala, la comida reflejó el sistema de diferenciación social y segregación racial propio del sistema colonial, por lo que se erigieron dos cocinas diferenciadas como marcadores de superioridad e inferioridad cultural, simbolizadas la primera por el uso del trigo y la otra del maíz. A partir de la independencia, las élites gobernantes fueron incapaces de hacer del mestizaje una ideología nacional, como sí lo hicieron nuestros países vecinos. Se intenta demostrar que el peso de la ideología étnica heredada de la colonia impidió la aparición de una “cocina nacional” y de un “patriotismo culinario” al estilo mexicano. Desde entonces, la comida nacional ha sido identificada casi exclusivamente con la comida tradicional de la población ladina de la región central de Guatemala.

Los cambios experimentados por la cocina durante el siglo XIX se caracterizan por la adopción por parte de las élites de modas y platillos franceses e ingleses. En este proceso se perdieron algunas de las viejas costumbres y platillos españoles. Estos

cambios se debieron a la mayor integración del país al mercado internacional por medio del desarrollo de la economía de agroexportación basada en el café y la incorporación gradual de emigrantes europeos y norteamericanos a las élites gobernantes. Los cambios alimentarios de los sectores populares durante este periodo iniciaron su proceso de transformación tiempo después, asociados a los inicios de la industrialización del país con la instalación de las primeras industrias alimenticias, así como por la llegada de emigrantes pobres, que establecieron negocios de comida populares. Entre ellos destacan los chinos, que establecieron restaurantes populares en casi todo el país durante las últimas décadas del siglo XIX.

Este capítulo está basado principalmente, desde el campo historiográfico, en el trabajo pionero de Luis Luján (1972) sobre la historia de la cocina guatemalteca. Esta información se complementa con el estudio de Robert M. Hill (2001) sobre la alimentación de la población indígena Kakchikel durante la época colonial. Nos apoyamos además en una entrevista realizada al historiador guatemalteco Arturo Taracena. Para el período posterior al siglo XIX se utilizan como fuentes primarias de información, las novelas y crónicas sociales escritas por José Milla y Vidaurre. Todos estos trabajos y fuentes se complementan con la abundante bibliografía académica enfocada en la historia de la comida mexicana.

La exposición cronológica de la historia de la cocina guatemalteca se detiene en el año 1900, pues con base en las ideas de Luis Luján (1972), se considera que en este momento ya está definida la comida guatemalteca tradicional tal como la conocemos hoy en día. En el desarrollo del capítulo III nos enfocaremos en las transformaciones de la comida popular a partir de los inicios del siglo XX, en el que se profundizan los cambios en los hábitos alimenticios a partir de la aparición de las industrias alimenticias, y por la creciente influencia de la cultura popular de los Estados Unidos en el país.

II.1- ESTUDIOS SOBRE ALIMENTACIÓN EN GUATEMALA

II.1.a) El sistema alimentario mesoamericano

Guatemala es un país de mayoría indígena de origen maya y forma parte del área cultural mesoamericana. Esta región sociocultural conforma uno de los tres centros del continente americano donde se inició la domesticación de plantas a partir de las cuales se produjo el descubrimiento y expansión de la agricultura. El sistema alimentario es uno de los rasgos distintivos de Mesoamérica y sus civilizaciones agrarias, basado fundamentalmente en la producción y consumo del maíz.

El sistema alimentario de nuestro país está determinado por la relación entre los pobladores de este territorio con su entorno natural, que data de al menos 10.000 años, en el que han desarrollado una tecnología agrícola nativa. Según el investigador Luis Villar Anleu “el patrón gastronómico Guatemalteco está basado en el consumo de especies y variedades de plantas de sus ecosistemas, linajes evolucionados junto a sutiles procesos de domesticación que los han transformado en cultivos autóctonos. Con técnicas culinarias arraigadas en el transcurrir de los milenios y gustos definidos por estos alimentos” (2005: 177).

Decir que los guatemaltecos son un “pueblo de maíz” no tiene únicamente un sentido metafórico. Ya en 1945 Goubaud Carrera comprobó que “el maíz es el producto principal de la alimentación de los guatemaltecos comprendiendo el 98% de todos los cereales consumidos en la dieta indígena y 95% en el caso de los ladinos” (1945: 95).

Estudios más recientes, realizados entre los indígenas K'ichés del área de Chichicastenango demuestran la supremacía del maíz como el alimento principal “que lo sostiene a uno” (Henne: 1980). En el mismo sentido, Julián López García (2002) indica que entre los Chortís “el sentido de lo que se define como comida es equivalente al significado de la tortilla”, y De León (1989:11) afirma que “entre el 75% y el 80% de lo que come cada individuo indígena de origen maya, esta constituido por alimentos preparados con maíz, en cualquiera de sus formas”

II.1.b) El sistema culinario mesoamericano

Uno de los aspectos importantes de una cocina es la combinación de diversas especias que le dan a la comida su sabor distintivo. Este uso distintivo de especias en combinaciones, denominado el *principio del sabor* representa una adaptación cuya importancia radica en la identificación de ciertos alimentos de sabor distintivo con la cultura de quien los utiliza. Según George Armelagos (2003), el desarrollo de un principio de sabor es un medio para desensibilizar el temor del grupo a introducir alimentos nuevos en su dieta. El sabor de unos pocos productos se puede manipular para brindar una amplia gama de variaciones sin salirse de un contexto de sabores familiares, que crean un principio de sabor. Esta manipulación de sabores puede ser muy sutil, de modo que quienes no formen parte de la cultura no lo noten el *tema y variación* del mismo. (Ibid).

El principio del sabor puede también tener utilidad para estimular el apetito. Muchas de las especias más fuertes incrementan la secreción de jugos gástricos y, lo que es más importante, estimulan el apetito en dietas que pueden ser insípidas. Esta puede ser la razón de que el uso más intenso de especias se produzca en zonas tropicales basadas primordialmente en el consumo de un solo producto, como el maíz, arroz o la papa.

La cocina mesoamericana tiene uno de los principios de sabor, “con su ubicua mezcla de tomates y chiles que se combinan en múltiples salsas, guarniciones, sopas o guisados. Estos ingredientes tienen una sorprendente variedad. En Mesoamérica existen muchas variedades de tomates, que pueden ser consumidos crudos, cocidos o tostados. Existen también cientos de variedades de chiles de diferentes colores tamaños cuyo sabores pueden ir del dulce hasta el picante extremo. Los tipos de picor que estos producen son también variables. Los chiles pueden ser usados frescos, secos o adobados y se pueden consumir crudos, cocidos o tostados. Así alterar las combinaciones de tomates y chiles la cocina mesoamericana puede producir los “temas y variaciones” descritos por Armelagos. (Ibid).

En el caso de Guatemala es muy importante el consumo de especias autóctonas entre las que destaca la llamada pimienta gorda o de Chiapas; los chiles, de los que se cuentan 23 variedades en el país; y la vainilla. Otras especias locales que se incluyen dentro de la clasificación de malezas también son utilizadas como especias, tal es el caso del Xamat o Culantrón que crece de forma silvestre y es utilizado para dar sabor al Kaq'ik de Cobán, así como a diversos chirmoles y variedades de tamales. También se utilizan en diversas regiones el Apazote, el Canak, Pericón, el Saúco, el Anís de monte, etc. (Villar Anleu, 2005:171).

Otro aspecto a destacar de los sistemas culinarios es la existencia de sistemas simbólicos que emplean categorías dicotómicas para clasificar los alimentos en grupos. En América Latina, en general el sistema se basa en las distinciones entre *caliente* – *frío*. Algunos investigadores consideran que este sistema de cocina busca balancear y crear

un equilibrio entre las dos categorías de alimentos y que éste puede funcionar para obligar a tener una dieta más balanceada.

En este sentido, el estudio de Neunenwander L. Helen y Shirley D. Souder (1980:154) destaca que los Quichés de Joyabaj buscan siempre un equilibrio entre lo frío y lo caliente en la elaboración de sus comidas. Por ejemplo, la bebida que se toma en una comida siempre es café o atol, ambos considerados calientes. Otras bebidas consideradas frías como refrescos, limonada o atol, no se consumen a la hora de la comida. De la misma manera alimentos considerados fríos, como el arroz o el repollo, no se consumen sin agregarles una salsa “caliente”. *“De esta manera se pone de manifiesto que las categorías menores de “ricil rikil” y “ukunel”⁴ no funcionan solamente para dar sabor a la comida, sino que su función principal es la de modificar la cualidad caliente-frío del “rikil” para que llegue a un estado más aceptable para la comida”*

Por su parte, Julián López García (2002) recoge la clasificación entre comidas *calientes* y *frías* que hacen los pueblos Chortís. Entre las primeras destaca, sobre todo, la tortilla, seguida del frijol. En la segunda categoría se encuentran las carnes y los caldos, los tamales en todas sus variaciones y los pescados.

II.1.c) Las características esenciales de la cocina Guatemalteca.

Para definir la comida guatemalteca muchas veces se ha recurrido a los estudios y definiciones hechos para la comida mexicana. Esta última también se ha considerado relacionada con la comida guatemalteca. Al respecto el historiador Arturo Taracena opina que la relación entre la comida mexicana y la guatemalteca es “comparable a la que hay entre la china y la vietnamita. La primera más condimentada y la segunda, su prima, menos” (Entrevista personal, septiembre 2007).

En el caso de la comida mexicana se ha utilizado la complejidad del platillo símbolo de la nación mestiza mexicana, el *mole*, que en su receta combina las especias de Europa con los chiles América, para dar una interpretación sobre el origen y características de la cocina nacional. La interpretación clásica intenta ubicar la cocina dentro de las expresiones artísticas de la Nueva España durante el siglo XVII, que se caracterizó por el auge del barroco. Según estas interpretaciones, el Mole con sus muchos ingredientes y elaborada preparación representa “la contraparte gastronómica de la pintura y la música barrocas, profusamente ornamentadas” (Pilcher, 2005:51).

En el caso de Guatemala, Luis Luján (1972) recoge esta interpretación y la aplica a la comida guatemalteca. Veamos el siguiente extracto donde citando a Alfonso Reyes (1953) señala:

A propósito de las artes plásticas, ya ha sido señalada la correlación entre el barroco y la cocina colonial. Don Alfonso Reyes se refería especialmente a algunas artes, pero en sentido más general, dijo: ‘... seguramente que la cocina es una de las cosas más características de nuestra tierra, junto con la arquitectura colonial, la pintura, la alfarería [etc.]. El guiso mexicano y la jícara pintada con tintes disueltos en aceite de chía obedecen a un mismo sentimiento de arte. Y se me ocurre que la manera de picar la almendra o triturar el maíz tiene mucho que ver con la tendencia de despedazar o “miniaturizar” los significados de las palabras mediante el uso frecuente del diminutivo’ (Luján, 1972:12).

Esta explicación ha sido criticada por investigadores actuales que consideran que “si bien esta imagen tiene cierto encanto poético carece de valor heurístico” (Pilcher, 2005:52). Aceptando como válida dicha crítica, en esta tesis se prefieren utilizar los estudios de Luis Villar Anleu, elaborados desde la perspectiva de la Etnobiología, para

⁴ Clasificación de los K’ichés de Joyabaj para los “acompañantes” de la comida principal.

describir las características esenciales de la comida guatemalteca.

La Etnobiología es definida por Villar Anleu (2005) como el estudio de la relación del hombre con su entorno natural, analizando las formas en que éste es “*apropiado y asumido dentro de determinada cultura siendo la cocina tradicional un área que incorpora claramente una dimensión biológica a la cultura*” (p. 240). En su ensayo, Villar Anleu analiza la comida guatemalteca a través de dos elementos: a) los patrones culturales en la alimentación de los guatemaltecos y b) el ámbito ecológico en que tal sociedad y patrón se inscribe. Declara el autor que el “*objetivo [...] es el enaltecimiento de la cocina prehispánica, el reconocimiento de los aportes peninsulares y el ensalzamiento de la identidad culinaria de los guatemaltecos* (p. 231).

Anleu utiliza el término biológico de *germoplasma*, concepto que se refiere a la totalidad de los genes de una especie, variedad o raza. Cada variedad de una misma especie, por ejemplo las distintas variedades de frijol que consumimos, representa un linaje o *germoplasma* particular. La hipótesis principal del autor es que “los linajes nativos marcan una comida propia, criolla, que se convierte en símbolo de identidad cultural” (Ibid, p.179).

Una de las formas de caracterizar la comida guatemalteca es a través del origen de los productos con que se cocina. Los productos distintivos de la comida guatemalteca se dividen según Villar Anleu en: a) *tipos primitivos*, término que se refiere a las plantas descendientes directas de especies ancestrales que se dan de forma natural en selvas y bosques y que actualmente son cultivadas; y b) *malezas* o *montes*, que son plantas que no fueron sometidas a selección y cultivo por parte de los agricultores y que crecen espontáneamente en junto a las especies cultivadas. De estos dos tipos de plantas se obtienen muchos de los productos ligados a la cocina guatemalteca, tales como el miltomate, el tomatillo, las hojas de chipilín, hierba-mora, bledo, pericón, loroco, etc. La cocina tradicional se distingue, por lo tanto, por la incorporación de estos ingredientes y por la invención de procedimientos de preparación en la cocina nativa para incorporarlos.

Entre los linajes nativos del área mesoamericana el autor señala los siguientes: aguacate, anona, ayote, badú, bledo, caimito, cereza, chaya, chicozapote, chilacayote, chiles, chipilín, guayaba, güisquil, güicoy, hierba mora, macuy o quilete, izote, jocote, loroco, madre cacao, matasano, maíz, manzanilla, miltomate, nance, ñame, pacaya, papaya, pepitoria, piloy, pimienta gorda, pitahaya, tomatillo o tomatillo de culebra, vainilla, yuca, zapote, zunzapote, ramón, pitos, entre otros.

Un indicador de la antigüedad del consumo de los alimentos nativos, vegetales silvestres, frutas y hierbas malezas se evidencia al comprobar la inmensa diversidad de platos preparados a partir de estas especies, lo que demuestra también el amplio conocimiento de sus propiedades y variaciones. En palabras del autor, “la multiplicidad de platillos es directamente proporcional a la antigüedad de la relación etnobiológica, y sobre tal creemos que la interacción de los guatemaltecos con los germoplasmas es milenaria” (Ibid, p. 201).

En este modelo la comida nacional tiene tres dimensiones, o dicho de otra forma, se puede dividir en “tres cocinas”: i) la *comida tradicional criolla*, que se basa en el aprovechamiento de linajes nativos y generalmente mantiene una identidad cultural fácilmente identificable; esta cocina es la característica de las comunidades rurales tanto indígenas como mestizas; ii) la llamada *cocina guatemalteca* o *típica*, a la que pertenecen los platillos que partiendo de la cocina tradicional incorporan ingredientes y formas de

preparación foráneas; esta sería la comida que históricamente se ha denominado “típica” y se ha identificado como “comida nacional”; y iii) la *alta cocina* o *cocina gourmet*, que también puede adoptar ingredientes y recetas de la cocina popular tradicional.

Estas tres cocinas representan modelos ideales, que en la práctica se entrecruzan, todas pueden adoptar ingredientes y formas de preparación de las otras. Desde la perspectiva etnobotánica de Villar Anleu lo que diferenciaría a la cocina tradicional y a la típica de la gourmet es su relativa mayor simplicidad y utilización de especies nativas, cultivadas y silvestres. “Se trata de una comida basada en el aprovechamiento de recursos propios, en forma de linajes nativos, que acrecienta el valor simbólico y refuerza la identidad cultural que construye” (Ibid, p. 234).

Para Villar Anleu la comida popular se puede analizar subdividiéndola en comida cotidiana y festiva, también describiéndola según ciertos rasgos que tienen que ver con la *especialidad* y la *temporalidad*. Por *especialidad* se refiere a la vinculación de la gastronomía con la biogeografía que la hace posible, es decir, la distribución geográfica de ciertos platillos. Como ejemplo cita el mayor consumo de “pinoles” en el área de mayor arraigo de cultivo de maíz. Otros ejemplos serían los platillos característicos de las diversas zonas del país como el Kaq’ik’ de Alta Verapaz. Otra serie de características listadas por el autor incluyen los rasgos de *temporalidad*, es decir, cómo se distribuye el consumo de ciertos platillos a lo largo del año. Ejemplo claro de la combinación de zona geográfica y época específica del año en que se puede consumir cierta comida se da con el consumo de hongos nativos. Otro ejemplo son los ciclos rituales anuales en los que se consumen ciertos platillos: Semana Santa, Navidad, Día de Muertos, etc.

II.1.d) Las formas tradicionales de preparación de la comida guatemalteca

Como se ha mencionado antes el maíz es el alimento principal de Guatemala y por lo tanto, las formas de prepararlo, principalmente en tamales, tortillas y atoles, es tan variada como las regiones y culturas del país. En el caso de los *tamales*, los más celebres son los originarios de la zona central del país: de cambray, de chipilín, de elote, de choreque, de queso fresco y loroco, el tamal de viaje, etc.; le siguen en popularidad los de la región de Quetzaltenango: los paches de papa y arroz. Sin embargo, hay otra gran variedad que no se conoce mucho, por ejemplo, los de la región de Cobán: lanquineros, torteados, etc. Los *atoles* también son muy variados y se pueden hacer de otros cereales además del maíz; los más conocidos son el de masa, el atol shuco, de elote, de haba y de manía. Se debe mencionar que el maíz también es utilizado como especia y como espesante de muchos guisos de la cocina tradicional.

Los guisos tradicionales de Guatemala pueden dividirse según el tipo de preparación en “chirmoles, recados, puliques, pepianes, jocones e iguashtes” (Villar Anleu, 2005: 250). Estos nombres se refieren a diversos tipos de salsas que se utilizan en una gran diversidad de platillos. Todos conllevan mezclas de lo prehispánico y lo colonial. Los aportes indígenas se hacen presentes tanto en los ingredientes que se utilizan como en aquellos otros que no se incluyen, por ejemplo las grasas. Otros elementos tradicionales son los utensilios y los métodos de preparación. La influencia española aporta todo un conjunto de especias mediterráneas y asiáticas así como ciertas frituras.

Los *chirmoles* son salsas de tomate o miltomate, sazonadas con cebolla, ajo y sal en su forma más simple. A esta preparación se pueden agregar desde diversos tipos de chile, especias como culantro o xamat, limón o vinagre, e incluso aceite. Los chirmoles se pueden preparar cocinando los ingredientes, asándolos o friéndolos. Luego los ingredientes deben ser mezclados ya sea moliéndolos en piedra o en licuadora (Ibid).

Para Villar Anleu los *recados* “son el cuerpo y alma de la cocina guatemalteca [...] son lo más ‘criollo’ o tradicional que puede encontrarse en ella” (Ibid). Comparten con los *chirmoles* tanto ingredientes como forma de preparación. Se diferencian de estos últimos en que utilizan algún ingrediente como espesante, generalmente masa de maíz, de arroz, maíz tostado, tortillas tostadas o frescas, pepita de ayote, pepitoria, miga de pan, etc. Llevan mayor cantidad de especias, y deben ser cocidos hasta hervir. Tradicionalmente los ingredientes de los *recados* son molidos en piedra. Los *recados* en épocas prehispánicas se utilizaban principalmente para acompañar los tamales, pero en la actualidad, su uso principal es como acompañante de carnes, si bien se siguen empleando también como relleno de tamales.

Por último, en Guatemala se produce una gran variedad de *postres*, la mayoría con orígenes en la tradición española e incluso árabe. Esto se hace evidente al comprobar que las regiones de mayor riqueza en la producción de postres son las regiones que fueron núcleos de mayor población española: la ciudad de Guatemala y sus municipios circundantes, así como la región de Antigua. Un platillo ejemplar del mestizaje, por su combinación de ingredientes y modos de preparación nativos con ingredientes de origen español, es el *mole de plátano*. Autores como Celso Lara (1999) y Luis Luján Muñoz (1972) han enumerado más de cuarenta variedades de postres tradicionales.

II.1.e) La comida guatemalteca vista por la Antropología

El primer estudio antropológico sobre la comida realizado en Guatemala tuvo como objetivo conocer los hábitos dietéticos de los guatemaltecos. Éste fue dirigido por Antonio Goubaud Carrera en 1945, y aunque el estudio quedó incompleto, sí se publicaron resultados preliminares en la revista *Indigenismo en Guatemala* en 1964 bajo el nombre “Estudio de la Alimentación en Guatemala”. Para realizar este estudio se realizaron encuestas a familias de diferentes zonas climáticas, económicas y culturales de la república, priorizando áreas predominantemente indígenas y rurales. Se recabaron datos de la dieta de 148 familias (91 indígenas y 47 ladinas). Esta metodología permitió conocer cantidades y clases de alimentos de la dieta cotidiana de la población guatemalteca.

El estudio dio cuenta de la relación de la comida con la vida social y económica de las comunidades. Para lograrlo se registraron los productos consumidos durante siete días consecutivos “midiendo la cantidad de alimentos preparados cada día para el consumo de toda la familia y las porciones servidas a cada uno de los miembros”. (Carrera, 1964:71). Al mismo tiempo se realizó un registro de las recetas con sus nombres, descripción, forma de preparación y utensilios de cocina empleados. Por último, se hicieron índices generales de los alimentos de las comunidades.

En esta investigación se comprobó que el maíz es el principal producto consumido en Guatemala, primordialmente en forma de tortillas y como bebida en forma de atol. El segundo alimento en importancia resultó ser el frijol y las diferentes clases de calabazas. De las calabazas, se comprobó que se aprovechan en diferentes formas: enteras, en fruta tierna y madura, sus retoños y hojas verdes, su flor amarilla y sus semillas aceitosas con alto contenido proteínico. En relación a las legumbres de origen europeo, las de mayor consumo resultaron ser las habas. Los condimentos de uso más difundido eran los chiles, tomates, la cebolla, y los ajos, preparados principalmente en forma de *chirmol*. Otra verdura nativa que sobresalió por su importancia fue el *güisquil*, de la que se consumían las hojas, la raíz y las semillas, además del fruto. Las verduras de origen europeo, como lechuga, repollo, zanahoria o arvejas resultaron ser más importantes en la dieta de los

ladinos que de los indígenas. Estos últimos consumían en mayor medida “hojas, flores y otras plantas no cultivadas” (Ibid: 91). Se comprobó que la carne de res, cerdo y de gallina junto con sus huevos eran producidos para vender antes que para el consumo. Sin embargo, los pavos y las gallinas eran utilizados como comidas festivas, para lo que se preparaban en forma de caldo, también llamado *cocido*. Los mariscos se consumían poco, su consumo quedaba prácticamente restringido a la época de la cuaresma. La leche de vaca se consumía predominantemente en forma de queso.

La dieta de las zonas rurales de Guatemala se caracterizaba, según el estudio de Carrera, por su bajo contenido de grasas y su alto consumo de hojas verdes, además presentaba un bajo nivel de algunos nutrientes, como la riboflavina. El autor señala como aspecto positivo de este patrón dietético que los alimentos fueran consumidos en estado generalmente fresco y no refinados y que por ello “retienen nutrientes que de ordinario se pierden al ser almacenados o industrializados” (Ibid: 105). El estudio finaliza haciendo recomendaciones para remediar las deficiencias nutricionales de la alimentación rural, por ejemplo, la inclusión en la dieta indígena rural de “huevos, pescado, frijoles, leche, semilla de calabaza, legumbres y fruta” (Ibid: 101).

En 1977 Marilyn Henne publicó su etnografía titulada “La comida Quiche: su estructura cognitiva en Chichicastenango”, elaborada para el *Instituto Lingüístico de Verano*. Este estudio analiza la dimensión cognitiva del sistema alimentario de Chichicastenango, es decir, “la clasificación que tiene el indígena mismo sobre lo que constituye su comida”. Metodológicamente el estudio se centra en el estudio de la dieta cotidiana de los indígenas campesinos K'ichés que habitan en las aldeas alrededor de Chichicastenango; deliberadamente no se incluyó la dieta de los habitantes del pueblo al considerar que estaba más influenciada por las costumbres occidentales y urbanas.

El estudio lingüístico de Henne centra su atención en las denominaciones de las diferentes categorías de alimento consumidos por los K'ichés. La principal división entre los diferentes tipos de comida se da entre la *comida verdadera (wa)*, que es la principal y sirve para “llenar el estomago” y “proveer fuerzas”, como opuesta a los alimentos que *solamente se comen, nada más*. La comida verdadera esta compuesta esencialmente por maíz en forma de tortillas o tamales. El significado literal del término *wa* es el de tortilla.

En un nivel más bajo se encuentra otra división entre la comida verdadera como opuesta a los alimentos que se consideran sus *acompañantes (rikil)* (literalmente su chile de la tortilla). El acompañante (*rikil*) más importante es el chile. Hierbas, frijoles, queso y caldo son otros constituyentes de esta clase de alimentos. La *bebida (ha)* que se toma en la comida debe ser café o atol de maíz cocido. La segunda categoría de este segundo nivel se denomina *lo que se toma en la refacción (kape uk'iyá)*, cuya principal función es refrescar y satisfacer la sed. Se trata principalmente de una bebida, atol o café. La tercera categoría esta referida a *lo que se come nada más (saq kehitowik)*, y no tiene otro propósito sino el de dar gusto. Las frutas son los principales componentes de esta categoría. Por último, una cuarta categoría se refiere a los *acompañantes del rikil (racil ri rikil)* (sus compañeros del chile), cuya función es acompañar y dar sabor al rikil, estos se dividen en dos tipos, el propio *racil* (salsa) y el *ukunel* (condimento).

Según Henne, en cada tiempo de comida una cocinera K'iché debe escoger un comestible de cada una de las tres principales categorías básicas: *wa* (tortilla), *ha'* (bebida) y *rikil* (su chile). El tipo de *rikil*, a su vez, determina el tipo de *racil ri rikil*. Por ejemplo, el uso del *rikil* repollo determina el uso de una salsa caliente como *racil*. En caso de necesidad, por viajes o por pobreza bastará con los dos elementos mínimos requeridos

para una comida, que serían *wa* en forma de una bola de masa o un tostado disuelto en agua (*ha'*).

Una conclusión importante de este estudio, a diferencia de otros anteriores como el de Carrera, es que no apoya la idea común de que el sistema alimentario maya está constituido por un dúo de maíz y frijoles, ni en un sistema basado en la complementariedad del maíz, los frijoles, la calabaza y el chile. Más bien, demuestra la supremacía del maíz como el alimento principal “que lo sostiene a uno”. La función de la bebida es bajar la comida, *wa* (el tamal o la tortilla) y su acompañante o *rikil*. Dentro de los compañeros de la comida los más importantes son las hierbas silvestres como el macuy, bledo, chipilín u otras. Los frijoles ocupan el tercer lugar en importancia como acompañante, “a pesar de que los frijoles son muy populares, los kichés no los consideran tan necesarios en la dieta como los chiles (*ik*) y las hierbas o montecitos (*icah*)” (Henne, 1980: 122).

Al mismo tiempo que el estudio realizado por Henne en Chichicastenango, otras dos autoras, Helen L. Neunenwander y Shirley D. Souder, publicaron “El síndrome caliente-frío, húmedo-seco entre los Quichés de Joyabaj. Dos modelos cognitivos”, estudio elaborado también para el *Instituto Lingüístico de Verano*.

En este estudio las autoras comprobaron que los K'ichés de Joyabaj actúan dentro de un sistema muy complejo y antiguo basado en la creencia de *cuatro humores* definidos por los binomios: *caliente-frío* y *húmedo-seco*. Mediante este sistema de creencias se pueden clasificar tanto el organismo humano, el medio ambiente, los implementos de trabajo, como los alimentos y los medicamentos. Según dicho sistema, el cuerpo humano debe mantener un estado de equilibrio entre lo frío y lo caliente, balanceando cuidadosamente los alimentos calientes y los fríos en la dieta y evitando los encuentros súbitos de los extremos de caliente y frío en el ambiente, para evitar enfermedades causadas por la pérdida de este balance.

Este sistema de creencias fue observado por primera vez en 1579 por Martín de Palomar y Gaspar Antonio Xiu quienes señalaron. Según las autoras el sistema actual es resultado del sincretismo entre el sistema maya y el hipocrático introducido por los españoles en el siglo XVI. El mismo que ha sido registrado en múltiples investigaciones sobre Mesoamérica.

Uno de los dominios más importantes al que se atribuyen las calidades de frío y caliente es el de los alimentos, incluyéndose las hierbas. Se comprobó que el conocimiento de las hierbas y sus usos está bastante extendido en Joyabaj, donde cada familia tiene a la mano una extraordinaria variedad de plantas: “a un vecino quiché pedimos una tarde que nos trajera muestras de las plantas que tenía a su alrededor y en poco tiempo regresó con 26 muestras, las cuales identificó y explicó como las empleaba su familia [...] para preparar la comida, jabón, trastes, etc.” (Neunenwander y Souder, 1980:107).

Los parámetros para clasificar los alimentos como fríos o calientes siguen una serie de convenciones que incluyen a) *edad*: los alimentos fermentados o muy maduros son calientes; b) *sexo*: la carne de gallina es considerada más caliente que la de gallo; c) *localidad*: alimentos del agua o que crecen bajo tierra son considerados fríos; d) *color*: los alimentos verdes se clasifican fríos y los amarillos calientes junto a los alimentos rojos y negros; e) *domesticación*: la carne de los animales domésticos es caliente mientras que la de los animales silvestres es fría; f) *sensación producida*: los alimentos de olor penetrante

o picantes se clasifican como calientes; g) *suculencia*: la mayoría de verduras y frutas consideradas suculentas son también consideradas frías.

Es importante notar que siguiendo el modelo de Henne (1980), los alimentos considerados no verdaderos, es decir lo que se come a la hora de la refacción y lo que “*solo se comen nada más*”, son siempre alimentos considerados fríos. La función de estos es básicamente proporcionar placer; se consumen como refacción en el intermedio de las comidas, también en días de fiesta cuando el cuerpo está “de descanso y no requiere fuerzas para trabajar”. Dentro de su sistema clasificatorio, el chile es más caliente que cualquier otro condimento; por el contrario, la carne de marrano y la manteca son consideradas más frías que cualquier otra cosa.

Una de las conclusiones importantes de este estudio es la comprobación de la relación directa entre la *comida verdadera* –la que da fuerzas– y los alimentos que se consideran calientes, del mismo modo que se relaciona a los alimentos que se *comen nada más* con los que se consideran fríos.

En 1994, Mayra Barrios Torres presentó una tesis de licenciatura en Antropología para la Universidad de San Carlos de Guatemala sobre el “Simbolismo de las comidas y bebidas ceremoniales en un área Q’eqchi’”. El estudio describe y explica el significado de los alimentos festivos y sagrados que se consumen en las comunidades Q’eqchi’ cercanas a la ciudad de Cobán a lo largo del ciclo anual de siembra, centrando su atención en las ceremonias realizadas antes de la roza del campo, el desgrane de maíz, la “velación de la semilla” y el día de la siembra.

Describe la ceremonia del desgrane del maíz, la cual además de sus funciones religiosas y simbólicas para agradecer y ofrecer al *Tzultaq’a* la siembra del maíz, sirve para escoger la semilla de las mejores mazorcas del año anterior. En esta ceremonia mientras los hombres desgranar las mazorcas, las mujeres se encargan de cocinar caldo de gallina, tortillas, pochos, b’oj y cacao. Hay alimentos exclusivos para el período de la siembra, en la que se consumen únicamente tayuyos o *tz’u’uj*, pues se considera que si se consumen otros alimentos vendrá el castigo dando como consecuencia malas cosechas. Los tayuyos son tortillas de maíz rellenas de una variedad de frijol (*lol*) batido y frito con manteca de cerdo, chile rojo y seco, cebolla y pepita de ayote. También se preparan al inicio de esta época tamales de frijol o *Xut*.

Mientras los hombres se dedican a sembrar el campo, las mujeres preparan caldo de chompipe o *xya’al a’k’ac*. Barrios comprueba que éste es uno de los platos más importantes dentro del área Q’eqchi’, pues en él se conjuga lo festivo y lo ceremonial. Existen una serie de normas en su preparación entre las que se prescribe que el chompipe que se utiliza debe ser criado por los dueños de la siembra. “Para prepararlo se degüella al chompipe y se recoge la sangre, que se prepara con chile verde, cebolla, hierbabuena, culantro, samat, cebollón, sal y agua. Esta sangre ya preparada y cuajada se agrega al caldo cuando ya esta cocida la carne del chompipe” (Barrios, 1994: 32). La comida se acompaña de B’oj y Cacao. Al terminar de comer, los dueños de la siembra reparten a todos su respectivo *xee/* (porción de comida para llevar a casa).

Finalmente uno de los estudios más nuevos y completos sobre las costumbres culinarias indígenas de Guatemala fue realizado por Julián López García (2003) en las regiones Chortíes del oriente del país. Se trata de una tesis doctoral, en base a cuyos resultados se han publicado varios artículos en diferentes revistas guatemaltecas y dos libros en Perú y España que hasta la fecha no se consiguen en nuestro país.

El estudio inicia haciendo una distinción sobre el significado del acto de comer en estas comunidades. Para los Chortís “se trabaja para comer y se come para trabajar”. El significado de comer (*awe*) es sustentarse, obtener fuerza. Tanto para hombres como para animales comer no depende de la voluntad si no de la necesidad del cuerpo. A diferencia de estos otros seres como los muertos o los no nacidos solo necesitan oler la comida para sustentarse (López García, 2003:75).

Tal como se ha visto en estudios anteriores, para las poblaciones rurales mayas el sentido de lo que se define como comida es equivalente al significado de la tortilla. “En Chortí no se preguntaría ¿vas a querer tu comida? Sino ¿vas a querer tus tortillas?” (Ibid: 80). Otro tipo de alimentos son considerados antojos o *galguerías*; para el acto de consumir este tipo de alimentos se usa un verbo distinto, más parecido al significado del verbo saborear. Únicamente los alimentos cocinados son considerados comida verdadera, tales como los frijoles, carnes, tortillas, caldos. Un caso especial es el de el atol, que es una bebida, pero se clasifica como comida pues cumple los requisitos para ser considerada de ese modo, esta cocinado y es suficientemente espeso.

Comer de manera apropiada implica consumir una ración máxima de 12 tortillas y no menor a cinco. La comida la pide el estómago o la sangre. También en concordancia con estudios anteriores se verifica la existencia del sistema clasificatorio de alimentos entre fríos y calientes. Para alcanzar una dieta saludable es necesario comer comidas *cordiales* equilibradas en cuanto a la cantidad de alimentos fríos y calientes. Las tortillas son consideradas como neutras, ni frías ni calientes. En casos de enfermedad o embarazo se deben consumir alimentos que se consideran calientes, pues la debilidad o la pérdida de sangre implican frialdad en el cuerpo. (Ibid: 101).

Aspectos novedosos de este estudio es la clasificación de los alimentos de los Chortís según el *grado de emotividad* que se les asigna, esto es qué tanto se aprecia cada alimento tanto en su sabor como respecto “a los grados de mayor o menor emotividad de acuerdo a los atributos socialmente asignados a cada tipo de alimento” (Ibid: 124).

La principal diferencia en cuanto al gusto que hacen los Chortís, es entre alimentos *desabridos* y *gustosos*. Todo alimento gustoso debe ser salado o dulce. El concepto de gustoso engloba a estos dos sabores. Otros sabores como el amargo son más ambivalentes pues pueden ser considerados desagradables si son demasiado fuertes. Lo mismo puede decirse del chile que puede ser desagradable y dañino al mismo tiempo que puede ser muy placentero y un sabor dominante frente a otros sabores. El sabor ácido se tiene por desagradable, por ejemplo casi no se consumen cítricos en su forma natural, sino mezclados con pepita y sal, lo que enmascara su sabor original.

Dentro de las comidas calientes la tortilla es el alimento cargado de un tono emotivo más importante, “sustenta” el cuerpo y “sostiene el alma”. No aburre. De las tortillas se valora su redondez, fineza de la masa y que no se consuman solas sino acompañadas por lo menos de sal. El frijol es junto a la tortilla la comida principal, sin embargo no es esencial y puede llegar a aburrir. El frijol pierde su valor si no tiene sal. En el pueblo se acostumbra a comerlo volteado y acompañado de crema, mientras en las aldeas se comen los frijoles solos y enteros. En el caso de las comidas frías estas son necesarias para alegrar el cuerpo más que para sustentarlo. La emotividad en su apreciación depende mucho de los “olores” con que se condimenta. En esta categoría caen las carnes, caldos, tamales, ticucos, shepes y pescados. Se comen mayormente en

ocasiones especiales acompañados de chicha, con lo que se refuerza el sentimiento de dar alegría al cuerpo.

Existe una jerarquía en la emotividad en las comidas. Las carnes son consideradas la *galguería* por excelencia. El tono emotivo ante un asado es mayor que ante un caldo. Las carnes de gallina y chompipe están cargadas de una gran emotividad positiva. Según el autor actualmente la gallina y el pollo han sustituido la prehispánica función sagrada del pavo en la que el ave tenía un significado simbólico de mediador ante los dioses: “en Zinacantán [...] los pollos, [...] probablemente sustituyeron a los pavos como artículo de comida ritual después de la conquista, son 'alimentos de los dioses' y el sustituto de la vida del paciente en las ceremonias de curación” (Vogt, 1979:72 citado en López García y Metz, 2002: 159).

La carne de vaca se considera comida de ladinos, donde “el churrasquito” es la principal comida festiva, rara vez es consumido en las aldeas. En éstas el tamal es la comida festiva por excelencia, se valora mucho su aroma, dado por la cantidad de *olores* con que se condimentó su recado y por la cantidad de carne que lleve. El pescado es altamente valorado pero muy poco consumido, se utiliza principalmente en semana santa cuando se consigue seco.

Los condimentos son llamados *olores*, dentro de éstos la sal es primordial, pues incluso las tortillas tienen que ir acompañadas de ella. El chile, es considerado el principal “compañero de la comida” y “el principal” sobre la mesa. Se le atribuyen propiedades como provocar el apetito y facilitar la digestión. Es considerado una comida caliente, y se le considera comida de hombres. Tener resistencia al picante del chile es considerado un signo de fuerza. La cebolla es otro *olor principal*, se le considera con propiedades afrodisíacas, una comida muy caliente y de sabor muy fuerte; el sabor de cualquier caldo depende de la cebolla que lleve. El achiote también se aprecia mucho como un *olor*, principalmente por su color, el único colorante que se utiliza en la cocina. En el caso de los olores se dan también diferencias entre los ladinos del pueblo y los indígenas de las aldeas, siendo más de los primeros la costumbre de utilizar profusamente condimentos como salsa y queso para los frijoles y chirmoles y aderezos industriales para acompañar carnes y otras comidas.

Otro aspecto estudiado son las formulas de cocinar siendo la primera y más importante la de *comalear*. El comal es el artefacto doméstico de mayor importancia junto con la piedra de moler. La segunda técnica en importancia es la de hervir, en base a ella se preparan una gran cantidad de guisos y caldos. El asado es una formula de cocina que implica una gran emotividad relacionada con las fiestas, en cambio entre los Chortís el frito tiene una importancia despreciable. “Muchos campesinos dicen que el frito y el gusto por la grasa es característico de los ladinos” (Ibid, 2002: 154).

Conclusiones sobre los estudios antropológicos de la alimentación en Guatemala

No existen estudios antropológicos sobre la comida guatemalteca en sentido general, los presentados anteriormente se han centrado únicamente en el estudio de hábitos alimenticios de las poblaciones indígenas, y constituyen intentos todavía escasos y fragmentados. El esfuerzo más grande es el realizado por Villar Anleu desde la etnobiología. Se ha abordado la problemática de la comida indígena desde perspectivas desarrollistas, “para mejorar la nutrición de estos pueblos”, cognitivas, lingüísticas y simbólicas. Prácticamente no existen estudios equivalentes sobre comunidades ladinas y menos aún sobre poblaciones urbanas.

Por otra parte, estos estudios permiten observar las grandes similitudes en las prácticas alimentarias de los pueblos Mayas, que evidencian un tronco cultural común. Para todos los pueblos mayas el maíz es el alimento más importante. Se comparten creencias sobre las cualidades frías y calientes de los alimentos y las propiedades de los mismos, así como el uso de ingredientes autóctonos como parte de las recetas tradicionales.

Los estudios antropológicos sobre la alimentación en Guatemala niegan la existencia del sistema alimenticio clásico de Mesoamérica basado en la sinergia entre el consumo del maíz, el frijol y la calabaza. Más bien demuestran la supremacía del maíz como base de la dieta y la importancia del consumo de “malezas” popularmente llamados “montes” hierbas silvestres como complemento.

Sabemos por experiencia propia y a través de estudios sobre la cultura popular de poblaciones ladinas que entre éstos existen hábitos alimentarios comunes o análogos a los que la antropología ha estudiado sobre las poblaciones indígenas, por ejemplo la existencia del modelo *caliente – frío* y la *emotividad* que se siente hacia la tortilla o los “montes”. Sin embargo, es necesario profundizar en la investigación de estos temas desde la perspectiva de la antropología de la alimentación.

II.2- HISTORIA Y DESARROLLO DE LA COCINA GUATEMALTECA

II.2.a) El proceso de mestizaje de la comida guatemalteca: La cocina prehispánica mesoamericana

Como se dijo anteriormente, el sistema alimentario es uno de los rasgos distintivos de Mesoamérica y sus civilizaciones agrarias, que basado fundamentalmente en la producción de maíz, acompañado de hierbas comestibles como el bleo y el macuy, el frijol, la calabaza, el fruto del ramón y el chile, permitió el desarrollo de las mismas.

Antes del apareamiento de las grandes culturas agrarias mesoamericanas los primeros pobladores de la región se alimentaban principalmente de los animales que cazaban. Hacia el año 7.000 a.C., ya se cultivaban algunas verduras. “Los chiles, tomates, aguacates y calabazas, los principales complementos de la cocina prehispánica, habían alcanzado su forma moderna hacia el 5000 a.C.” (Pilcher, 2001). Por esta época empieza a escasear la megafauna como el mamut, el caballo y los camélidos lo que propició el desarrollo de la agricultura. El maíz seguía siendo silvestre y su fruto seguía midiendo unos pocos centímetros.

En el siguiente milenio la variedad alimentaria se amplió considerablemente con la incorporación del maguey, izote, nopal, guayaba, etc. Desde el año 5.500 a.C., había empezado el cultivo de chile y del miltomate, así como de variedades de zapote (García Rivas, 1988). En este sentido Villar Anleu explica: “*Mesoamérica constituye uno de los tres centros primarios del continente americano donde ocurrió el descubrimiento de la agricultura. Es una de las áreas de domesticación de plantas. Hace 10.000 años se lograron importantes cultivos con el maíz, los frijoles, el cacao, el güisquil y los güicoyes, pepitorias, chiles y muchas hierbas-malezas*” (Villar Anleu, 2005:174).

El cultivo del maíz, gramínea que llegó a ser el alimento más importante para los

pueblos mesoamericanos es posterior, según varios autores, hace aproximadamente 8.000 a.C., los pobladores de Mesoamérica descubrieron al teocintle, una planta antecesora del actual maíz. Esta crecía en estado silvestre y sus frutos eran diminutos. Los vestigios de esta planta se han encontrado en Tehuacan, en el actual estado de Puebla en México donde en 1961 se descubrió una pequeña mazorca, que se ha fechado en 7.000 a.C., fue encontrada en una capa de tierra que cubría una cueva que era utilizada como refugio. En el caso específico de Guatemala, Jan de Vos consigna que “el descubrimiento más temprano de restos de maíz comestible se hizo en la orilla del lago de Petenxil, en Guatemala. Por eso sabemos que nuestros antepasados lo cultivaban seguramente a partir de año 3000 antes de Cristo” (de Vos, 2001: 80).

Hacia 1.500 a.C., se domesticó completamente el maíz, para que produjera un grano grande y duro que pudiera almacenarse por largos períodos y sostener poblaciones sedentarias. Se considera a la cultura Olmeca como la primera en cultivar este grano mejorado. Esta civilización es conocida como la cultura madre de Mesoamérica, es posible que hallan sido ellos los inventores del “alma culinaria de Mesoamérica, la tortilla” (Pilcher, 2001).

El maíz se convirtió en la base alimentaria de todos los grupos indígenas mesoamericanos, sirvió de vínculo común entre cada uno de ellos así como de vínculo sagrado con los dioses. En toda Mesoamérica el maíz se convirtió en un objeto de culto con un carácter ritual. La importancia del maíz en la cosmovisión maya esta plasmada en las páginas del Popol Vuh -libro sagrado de los K'iche's-, así como en la tradición oral de todos los grupos indígenas que en la actualidad se consideran así mismos como hombres de maíz.

El maíz, como base del sistema culinario, se preparaba en dos formas principales: tamales y tortillas. Los primeros, se considera que eran la forma acostumbrada para ceremonias y como ofrenda ritual, mientras que las tortillas eran la forma cotidiana de consumirlo (Warman, 1988; Pilcher, 2001; De Coe, 2004).

La mayoría de estudios clásicos señalan que el sistema culinario mesoamericano era primordialmente vegetariano. La carne era de escaso consumo, casi exclusivo de las élites. Sin embargo estudios arqueológicos recientes refutan en parte esta tesis ampliamente aceptada.

aunque efectivamente en Mesoamérica no existieron grandes animales domésticos, la explotación de los que existían y de la fauna silvestre era suficiente para proporcionar la carne necesaria a esta gente, e incluso es probable que en ciertas épocas, por ejemplo la de Teotihuacan, el promedio de carne consumida por habitante fuera superior a la del México actual. Sin embargo, también sabemos que no toda esta gente comía igual, pues cada nivel social tenía mayor o menor acceso a las fuentes de alimento (Valadez, *et al*, 2001:61).

El pavo, chompipe o guajolote fue el primer y más importante animal doméstico de Mesoamérica, se sabe que su domesticación ocurrió hace unos 4 o 5 mil años en la zona sur del altiplano mexicano. Hace 3.500 años se sabe que ya había alcanzado importancia como fuente de carne pues sus restos aparecen frecuentemente en los vestigios de antiguas aldeas y centros urbanos. También se le utilizó en ceremonias religiosas, como ofrenda: “La carne de guajolote era empleada como alimento normal dentro de los platillos que se elaboraban en días festivos y en los ritos.” (Valadez, *et al*, 2001:62)

Existe consenso respecto a que la dieta de los antiguos mesoamericanos era muy equilibrada y diversa, su base primordial era el maíz, que se combinaba además con proteínas de origen animal producto de la caza o de la recolección de insectos, huevos, flores y gran variedad de frutas. Los alimentos se preparaban principalmente hervidos o al vapor o en barbacoa, que es la cocción en un hoyo en la tierra. Prácticamente no consumían grasa, la poca grasa vegetal se obtenía de algunas semillas, y la animal de chompipes, perros o animales de caza como el armadillo.

Según los autores clásicos, los indígenas mesoamericanos eran frugales en sus hábitos alimenticios. Comían poco, por lo que eran en general delgados y sanos. La cocina prehispánica buscaba la armonía entre platos fríos y calientes y entre sabores dulces, salados y picantes. Según Pilcher (2001) “una corriente muy poderosa de la filosofía mesoamericana instaba a la moderación y la simplicidad en alimentos y bebidas. Los padres alimentaban a sus hijos con una dieta espartana y les advertían de los peligros de la glotonería”. Los antiguos Mexicanos “comían dos veces al día, sin exceso, guardando un profundo respeto y silencio, evitando cualquier desavenencia. El código mendocino⁵ nos revela cual era la alimentación de los niños: a partir de los tres años de edad: media tortilla al día, a los cuatro y los cinco, una tortilla entera, de los 6 a los 12, una tortilla y media. Desde los trece años, dos tortillas. Éstas eran acompañados de frijol y otros guisos [...] y todo aderezado con salsa de tomate y chile” (Velázquez, s/f).

Se sabe que la dieta mesoamericana basada en el maíz acompañado de frijol, calabaza y chile componía una dieta balanceada a pesar de la escasez de proteína. El maíz comprendía casi el 80% de la ingesta calórica y el frijol proveía una rica fuente de proteínas. La calabaza por su parte añadía minerales y agua. Todo esto se complementaba con el chile que hacía más agradable el sabor de los alimentos, estimulaba el apetito y proveía vitaminas A y B. Como ya se dijo, en estudios contemporáneos realizados en Guatemala se ha puesto en duda la validez de este modelo, y se argumenta que entre los mayas tienen mayor importancia los “montes” para acompañar la tortilla que el frijol y la calabaza. En lo que si están todos los estudiosos de acuerdo es en la preponderancia del maíz como fuente de sustento para los pueblos de Mesoamérica.

La uniformidad del sistema culinario basado en el consumo de maíz no implica que debido a diferencias climáticas y culturales existieran muchas cocinas regionales. Según Pilcher (2001), “La cocina prehispánica aprovechaba los productos de cada clima creando una serie de cocinas regionales, costeñas o de tierra adentro, diversamente ricas pero homogeneizadas en torno al maíz como base y al chile como condimento”. Sophie D. Coe (2004) menciona las grandes diferencias entre las cocinas mayas de Yucatán y del altiplano guatemalteco, debido a la gran diferencia geográfica y climática entre ambas regiones.

II.2.b) El mestizaje culinario a partir de la conquista y durante el período colonial

De acuerdo a George Armelagos (1997), con el descubrimiento europeo del continente americano se produjo “la mayor adquisición de nuevas fuentes de alimentos de la historia, a ambos lados del océano”. Al igual que en otros aspectos el encuentro de estos dos sistemas culinarios puede catalogarse como un choque más que como un encuentro.

⁵ El Código Mendoza es un manuscrito ilustrado de los años 1540 hecho en papel europeo. Fue pintado después de la conquista española de México por escribas aztecas, usando el formato pictórico antiguo. Después de ser pintado, un escriba añadió descripciones escritas en español.

Según este mismo autor en un primer momento ninguno de los dos grupos apreció la comida del otro. No solo por la diferencia de sabores e ingredientes, sino por las visiones distintas sobre el acto de comer. Afirma Janet Long (1997) que los conquistadores consideraban la comida como una fuente de placer, mientras que por su parte los indígenas consideraban que se comía por necesidad.

En el caso específico de Guatemala, una de las primeras crónicas que muestran el mestizaje culinario que se estaba dando a partir de la conquista de América es la *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España* de Bernal Díaz del Castillo. Cuando el autor escribió esta obra, terminada en 1575 pero empezada muchos años antes, llevaba muchos años de residir en América a la que llegó en 1514, por lo que el autor estaba bien familiarizado con ciertos tipos de alimentos indígenas que no hubiesen figurado en la dieta de un europeo. Por ejemplo, describe con todo cuidado la nueva bebida llamada chocolate. Es notorio en sus escritos que los tomates y otras verduras americanas también se habían vuelto parte habitual de la dieta para los conquistadores y primeros colonos españoles. (Ibid).

En el caso de la Nueva España, Bernardino de Sahagún, hace una amplia relación de las costumbres y la cultura Mexica, en su *Historia general de las cosas de la Nueva España*, que fue compilada entre los años 1570 y 1582. En ésta se incluyen observaciones sobre la comida incluyendo detalladas instrucciones para la preparación del chocolate. También se menciona el consumo de chicle entre los pobladores del valle de México. Al igual que con Bernal Díaz del Castillo, en esta obra es apreciable el largo tiempo que el autor había permanecido en el nuevo mundo y cuánto se había adaptado a las costumbres culinarias del mismo. Al respecto, Nina M. Scott (1997: 152) señala que “el hecho de que para Sahagún la definición de buena cocinera es la mujer que puede preparar tortillas perfectas revela el largo tiempo que pasó en México”.

Del lado de los conquistadores, su sistema culinario, era parecido al mesoamericano en el sentido que estaba basado en tres productos esenciales “los alimentos mediterráneos básicos, pan de trigo, aceite de oliva y vino de uva”. A estos se agregaba otro elemento esencial, el queso y la leche principalmente de ovejas (Pilcher, 2001:54). Del mismo modo que entre los pueblos mesoamericanos se veneraba al maíz, para los españoles el trigo “ocupaba un lugar tan central en la vida de los europeos que llegó a adquirir importancia religiosa” (Ibid: 56).

Los primeros conquistadores que llegaron al territorio mesoamericano contaban con pocos recursos alimenticios propios. Para su subsistencia debieron aprovechar los productos propios de la región. Poco tiempo después de la conquista empezaron a arribar barcos con productos importados de las antillas y de España, que sin embargo nunca resultaron suficientes. Por lo tanto, en los primeros años después de la conquista, al fracasar los intentos por adaptar al clima americano las plantas del viejo mundo, la adopción de alimentos nativos y el cambio en las recetas europeas se hizo inevitable.

Sin embargo, los cambios de patrones alimenticios en ambos grupos se dieron de forma gradual. En el caso de las poblaciones indígenas la adopción de nuevos alimentos se dio únicamente mediante la coerción de parte de los conquistadores o por hambre. Armelagos (1997) considera que tuvieron que pasar cerca de dos siglos para que los habitantes de ambos mundos adaptaran esos cultivos y animales a su nuevo medio y los asumieran como parte integral de su dieta. Se han documentado los intentos de los españoles por modificar los alimentos consumidos por las poblaciones indígenas, la prohibición de ciertos cultivos, como el Amaranto y el Pulque en el caso de Guatemala,

que fueron directamente reprimidas por los españoles principalmente por su asociación con rituales prehispánicos. También se ha documentado la exigencia del cultivo de trigo, de parte de los conquistadores, como forma de tributo. Éstos y otros y otros factores contribuyeron a una declinación catastrófica de la salud nutricional de las poblaciones indígenas. Algo que podemos inferir es que si se dio una declinación en la salud nutricional de los pueblos indígenas, es lógico que también se diera una declinación en su riqueza gastronómica, pues los pueblos indígenas se vieron muchas veces reducidos a una alimentación de subsistencia. Tomas Gage en sus crónicas menciona: *“los indígenas de Guatemala ingieren solamente maíz y chile en las tres comidas”* (Thompson, 1958: 22 citado en Nina N. Scout, 1997: 119; Armelagos, 1997:122).

Hacia el final del siglo XVI, cuando las instituciones coloniales ya estaban bien establecidas, la situación cambió radicalmente. Por ejemplo, en las zonas cercanas a las ciudades se había logrado producir trigo, a pesar de que su cultivo “requería inversiones importantes, tanto agrícolas como industriales: arados, animales de tiro, riego abundante, molinos y mucho combustible para los hornos” (Pilcher, 2001: 59).

Los investigadores Luís Vargas y Leticia Casillas (1997) consideran que para este período los principales cambios sobre la alimentación en la región Mesoamericana fueron:

- a) Adopción de nuevos instrumentos y técnicas de cultivo por los indígenas.
- b) Introducción de la ganadería que llegó a los poblados indígenas.
- c) Cambios en el modo de preparar y consumir la comida.
- d) Inicio de la industrialización de algunos alimentos.
- f) Relajación de las restricciones para el consumo de alcohol entre los indígenas.
- g) Introducción de algunos productos indígenas en la farmacopea europea.
- h) Inicio de la lenta difusión de los alimentos americanos en Europa.

Los productos europeos que mayor éxito tuvieron en la “conquista culinaria de América” fueron los animales domésticos. Según las crónicas coloniales, en las primeras décadas posteriores a la conquista los precios de la carne se redujeron tanto que muchos ganaderos las sacrificaban únicamente por el cuero y desaprovechaban la comida. Los cerdos se volvieron tan numerosos que su crianza dejó de ser rentable. Además, el ganado vacuno que vagaba sin restricciones por el campo se convirtió en una amenaza para las plantaciones de los pueblos de indios (Pilcher, 2001; Brokmann, 1996).

Contrariamente, otros productos nunca resultaron rentables o siquiera accesibles para la población peninsular y criolla. Ejemplo de ello son el vino y el aceite de oliva. En sustitución del aceite de oliva se empezó a emplear la manteca de cerdo. El vino se mantuvo a lo largo de toda la colonia como privilegio de las élites. Los colonizadores de menores recursos se vieron forzados a adoptar otras bebidas alcohólicas como el pulque, la chicha y el aguardiente. La bebida más popular de la Nueva España y la Capitanía General de Guatemala era sin alcohol: el chocolate. Al respecto, Thomas Gage, relata que “las mujeres de Chiapas eran tan adictas a la bebida que [la] bebían durante la misa” (Gage, citado en Pilcher 2001: 59).

Haciendo una síntesis sobre el proceso de mestizaje y adopción de nuevos alimentos en Mesoamérica y Europa, la investigadora Janet Long (1997) explica que los productos europeos que tuvieron mayor impacto sobre la dieta de los mesoamericanos se pueden reducir a seis grupos: “el trigo, la carne y sus derivados, el azúcar, los cítricos, ciertas hortalizas como la cebolla y el ajo y algunos condimentos como el perejil, el cilantro, el orégano y el clavo de olor. Por su parte los productos del nuevo mundo que impactaron en Europa fueron: el maíz, la papa, el chile, el tomate, las calabazas, los

frijoles y el chocolate” (Long, 1997:12).

El mestizaje gastronómico, más allá de la generalización en el uso de nuevos ingredientes, apareció lentamente. Por parte de los españoles y criollos, se adoptaron ingredientes y preparaciones indígenas, tratando de encontrar equivalentes a la comida europea. Mientras, los pueblos indígenas adoptaron productos europeos, “cuando eran ecológica o económicamente viables, o políticamente necesarios” (Hill, 2001:77). Sin embargo, como ya hemos anotado, con el paso del tiempo se empezaron a fusionar realmente ingredientes y preparaciones. Así las carnes de res y de cerdo empezaron a consumirse con las tortillas o se empezó a servir la carne de res acompañada de las salsas indígenas.

Luís Luján (1972) en su estudio sobre la cocina guatemalteca, menciona que ya existía “un gremio de confiteros en la época colonial, del cual se sabe, por lo menos, desde 1613, y se conocen referencias sobre pasteleros y reposteros desde finales del siglo XVI, así como de comideros, salchicheros, taberneros, maestros de azúcar, pulperos, porqueros, pasteleros, molineros, entre los oficios relacionados con las necesidades alimenticias de los habitantes de Guatemala” (p. 11).

Un papel muy importante en este proceso de hibridización lo jugaron los religiosos, franciscanos y dominicos, agustinos, carmelitas, etc. Estos cultivaban en las hortalizas y los huertos de sus conventos los productos e ingredientes mexicanos y españoles y luego enviaban a otros conventos de otros países las semillas nuevamente descubiertas. Además en esta época, las monjas inventaron postres, dulces y golosinas. Luján (1972) describe este fenómeno para el caso de Guatemala: “Como en el resto del ámbito hispanoamericano, siempre ha existido la tradición de la habilidad de las monjas en la manufactura de magníficos platos de cocina, repostería y dulcería” (p. 12).

Otra de las fuentes que nos brindan información sobre los hábitos culinarios de los guatemaltecos, cuando había pasado casi exactamente un siglo después de la conquista, son los escritos de Fray Thomas Gage. Esta es una época relativamente temprana en la que según algunos autores consideran que faltaban todavía 100 años para que se completara el proceso de mestizaje de las comidas indígenas y española. Gage fue el primero de los grandes viajeros que recorrieron el continente americano durante la época colonial; además de ser el primero que pudo publicar sus impresiones del viaje que emprendió por los territorios de México y Guatemala desde 1625 hasta 1637. En su obra se describen de forma detallada los hábitos alimenticios de los habitantes de Guatemala en esa época. Como mencionamos antes, documenta la amplia difusión de la costumbre de beber chocolate y atoles. También da cuenta de la existencia de varios mercados y describe los productos que se comercializan en ellos. Por ejemplo, el mercado del barrio de Santo Domingo, sobre el que menciona: “hacia las cuatro de la tarde está lleno durante una hora, vienen las indias a vender cosas delicadas a los criollos; como atol, pinole, manteca de cacao, palmitos cocidos, hechos con maíz y un poco de carne de gallina o de puerco fresco sazonado con chile o pimienta largo, que ellos llaman anacatumales” (Lujan, 1972: 15).

Otro cronista guatemalteco, Francisco Antonio de Fuentes y Guzmán (1643-1700), nos permite obtener información sobre las costumbres alimentarias de la capital de Guatemala durante la segunda mitad del siglo XVIII, periodo casi inmediatamente posterior al descrito por Gage. En el estudio de su obra, Luján menciona la descripción de Guzmán de una larga lista de los tipos de atoles que se consumían: “istatatole o atole blanco, jacatole o atole agrio, neotiatole o atole de miel, chilatole o atole que se preparaba

con chile, chiamatole con chian, epasatole con epasote, tlamisatole con chile guaque y apasate, eltatole con grano tierno de maíz, a más del chilar, cumalatole, champurrado, y coscuz con maíz blanco” (Luján, 1972:16). También menciona las variedades de chile que se consumían en su época, como el chiltepe, barrillillo y chile pajilla. Así como el consumo cotidiano de carne de pavo o chompipe (Ibid, 1972:17).

Otro importante cronista del siglo XVIII revisado por Luján es Fray Francisco Ximénez quién llegó a Guatemala a finales del siglo XVII, donde realizó estudios en el convento de los Dominicos en Antigua Guatemala. Fray Francisco Ximénez dominaba las lenguas K'iché, Kakchikel y Tzutuhil; fue el descubridor y primer traductor al castellano del Popol Vuh. En sus escritos se nos brindan datos sobre la abundancia de cerdos y el comercio de su grasa, del consumo de iguanas y “zompopos de mayo”. Menciona la existencia de más de treinta variedades de aguacate. Describe también las variedades consumidas de chiles entre los que menciona el chile guaque, chamborote, de chocolate, y tenpechile (1972: 17).

Finalmente, Luján da cuenta de la importancia del comercio y producción de bebidas alcohólicas tradicionales. Estas eran el Pulque y la Chicha. Del primero, nos dice, que fue perseguido por las autoridades eclesiásticas al punto de erradicar su consumo y producción. Al contrario de ésta la Chicha se ha mantenido hasta nuestros días, aunque en las últimas décadas a declinado su producción, así como la de platillos tradicionales que se preparan en base a ella como el “gallo en chicha (1972: 18).

Desde el punto de vista de las poblaciones indígenas, Robert M. Hill (2001), en su estudio sobre las estrategias de adaptación al régimen colonial de los Mayas Kakchikeles del siglo XVII y XVIII, refiriéndose a los cultivos y la dieta, concluye que a nivel del núcleo familiar campesino, el estilo de vida, que giraba en torno a la antigua trinidad de alimentos mesoamericanos, maíz, chile y calabaza, cambió poco como resultado de la conquista.

Las plantas introducidas por los españoles entre los Kaqchikeles eran relativamente pocas pero todavía eran importantes a causa de las cantidades requeridas por los españoles (especialmente de trigo) y por que muchas de ellas eran cultivos de tierra fría, contribuyendo así a la importancia económica de una zona que sólo tenía usos limitados antes de la conquista. Las introducciones más importantes desde el punto de vista Kaqchikel fueron los animales domesticados” (Hill, 2001:82).

Según su reconstrucción del menú Kakchikel de la época colonial, realizado a partir de fuentes españolas -los escritos de los frailes misioneros-, la comida indígena era sana pero carecía de la variedad de platos, que sí tenía la cocina del altiplano central de México. Al igual que en el resto de Mesoamérica, registra al maíz preparado en tamales, tortillas y atoles como la base de la dieta. También menciona los frijoles, comidos solos o integrados a los tamales, que eran llamados *Xep* cuando llevaban frijoles enteros y *To'om* cuando los llevaban molidos. “Los frailes españoles informaron de la existencia de guisos (guisados) hechos con carne, frijoles o verduras, a los que se podía añadir masa de maíz [...] harina de maíz o calabaza molida. Asimismo se habla de un guiso de pacaya espesado con una harina hecha de calabaza seca” (Hill, 2001: 82)

El autor supone que los frailes españoles documentaron únicamente “los términos más básicos” de la comida Kakchikel por lo que considera que los vocablos *rikil* (salsa de chile), *ruk'in xkoya'* (chile molido con tomates) y *yajum ik* (chile machacado con agua) tal vez solo representan la punta de un iceberg culinario que parece no haber sobrevivido al período colonial” (Ibid: 84).

Esta suposición del empobrecimiento de la culinaria indígena durante la conquista se apoya en las observaciones de Fray Thomas Gage quien residió entre los Pokomames, vecinos de los Kakchikeles en 1630:

la dieta de los pobres se limita muchas veces a un plato de frijoles (..) negros o blancos cocidos con chile y si pueden comer esto están bien satisfechos. [...] Esto y todas las cosas que comen, lo acompañan con chile verde picante o si no lo remojan en agua con sal, a la cual se le echa algo de ese chile machacado. Pero si sus medios no alcanzan para frijoles, su alimento habitual son sus tortillas. Estas se comen calientes, sacándolas de una cazuela de barro, donde se cuecen rápido con una vuelta sobre el fuego, y se las comen solas o con chile o sal, o las remojan en agua con sal con un poco de chile machacado (Gage citado en Robert M. Hill, 2001:87).

Otro aspecto que resalta el autor sobre la comida Kakchikel de la colonia, es la importancia de la caza de animales salvajes en la dieta, entro de los cuales destacaba la caza del venado. En uno de los casos estudiados por Hill se sabe que dice que un principal Kakchikel llegó a heredar un coto de caza a su hijo para que dispusiera de un lugar donde cazar venados. (Hill, 2001: 86).

Como conclusión sobre el período colonial se puede decir que la población de origen español, ante la incapacidad de trasplantar completamente su sistema culinario basado en el trigo, el aceite de oliva y el vino, se vio obligada a incorporar en su dieta muchas de las costumbres alimentarias indígenas. Esto sucedió en mayor grado para los inmigrantes españoles pobres, pero también para el cada vez más importante sector mestizo. Los mestizos, a pesar de su deseo de diferenciarse mediante la adopción de las costumbres europeas, basaron su alimentación en el maíz dado que sus condiciones materiales eran más cercanas a las de los indígenas que a las de los gobernantes peninsulares y criollos.

Pilcher (2001) cita a Tomas Gage, quién se refiere a una costumbre que llevaban a cabo los criollos empobrecidos en la provincia de Chiapas del siglo XVII, en el que los señores salían cada tarde al portal de sus casas “para ser vistos, y allí se pasan las horas sacudiéndose las migas de pan de la ropa”. De manera irónica el fraile ingles ridiculizaba a esos criollos “que pretendían quitarse huesitos de perdiz de los dientes cuando no podían permitirse otra cosa que frijoles” (p.176). En este sentido Pilcher concluye:

el proceso de mestizaje se inició en las márgenes de los sistemas culinarios con la mezcla de ingredientes como chiles y carnes [...] El trigo y el maíz, siguieron siendo en gran medida mutuamente excluyentes, el pan alimentaba a una acomodada sociedad criolla y las tortillas se restringían a los pobres y a las comunidades indígenas” (Pilcher, 2001: 52).

Para los pueblos indígenas el sistema alimentario basado en el maíz se mantuvo. Los nuevos ingredientes y procesos se fueron incorporando gradualmente hasta generalizarse a lo largo de un período que duró cerca de dos siglos (Pilcher, 2001:52). Este proceso de mestizaje de las comidas fue gradual y difícil. Se configuraron divisiones étnicas y regionales (república de indios frente a república de españoles) y de clase (españoles y criollos ricos frente a castas y blancos pobres) entre los sistemas culinarios, reflejo de la jerarquización y visión estamental propia de la sociedad colonial, así como de las condiciones ecológicas naturales del territorio. Los sectores urbanos acomodados, con mayor presencia de españoles y criollos, se identificaban en mayor medida con el trigo, a diferencia de los sectores pobres urbanos, campesinos e indígenas que subsistían en base al maíz.

En otro estudio sobre el proceso de diferenciación social y el papel simbólico de la

comida en este proceso, se afirma que estas divisiones de origen colonial siguen vigentes en el presente en Guatemala hasta épocas muy recientes:

El testimonio de Rigoberta Menchú. Me permitió ver que esta separación culinaria sigue en pie, hoy en día, en algunos lugares de América. En su condena al despótico General Kjell se burla de que fuera tan ignorante de las costumbres de los indígenas guatemaltecos como para que una de sus promesas de campaña fuera darles pan. 'Es que ellos dicen pan, ni siquiera saben decir tortilla. Muchas veces ni saben qué es lo que come un indio. Nosotros comemos maíz... Nuestra alimentación es tortillas' (Nina M. Scott, 1997:152).

II.2.c) La comida guatemalteca después de la independencia

La región centroamericana sufrió profundas transformaciones durante los últimos sesenta años de dominación española. Entre estas destacan la modificación de las antiguas relaciones comerciales entre las distintas provincias centroamericanas así como el aumento extraordinario de la población mestiza en toda la región.

Estos cambios influyeron en la comida que había seguido su proceso de mestizaje a lo largo del período colonial, de forma que a inicios del siglo XIX se habían fusionado gustos y formas de preparación de las cocinas indígena y española, haciendo que los diversos grupos étnicos del país compartieran algunos rasgos alimentarios comunes. Esta situación se transformó a partir de la independencia, momento en el que se hacen presentes las influencias inglesas y francesas en la comida de los sectores acomodados de la sociedad. Al respecto Luís Luján comenta:

Si pensamos en el caso de Guatemala [...] podemos ver claramente cómo la cocina guatemalteca era hasta 1821 fundamentalmente indígena-prehispánica y española, vale decir mestiza. Pero, a partir de ese año se comienzan a notar los influjos inglés y francés y, muy especialmente de este último [...] Esta situación permanece bastante invariable hasta principios de siglo [XX] (Luján, 1972).

Sobre este mismo tema amplía el historiador Arturo Taracena:

Ya en el siglo XIX, con la aparición de las migraciones italiana y alemana entran al país modas y platos europeos más allá del patrón español. Basta con consultar los recetarios de cocina [...] para darse cuenta que ya se hacían ravioli, spaghetti, lasagna y se bebía cerveza en restaurantes. Luego, en la segunda mitad del siglo XIX, como en toda América Latina, el menú se afrancesó con la aparición de los *vol-au-vent* y la salsa *bechamel* que existe en muchos de los restaurantes capitalinos. No te puedes olvidar de la aparición de los restaurantes chinos a finales del XIX y principios del XX, no sólo en la capital, sino en todos los pueblos donde éstos establecieron negocios, pueblos muchas veces muy rurales. Una consulta sobre las Guías de la ciudad de Guatemala en el XIX y XX te daría una idea de la cantidad de restaurantes montados por extranjeros y que no eran necesariamente sólo frecuentados por ricos, sino también por la clase media y, aún más, en el caso de los chinos, por los pobres (Entrevista personal, septiembre 2007).

Los cambios en la dieta guatemalteca están relacionados directamente con los acelerados cambios políticos, económicos y sociales que vivió el país en el siglo XIX. A partir de la independencia de España se desatan una serie de guerras civiles que enfrentan a sectores de la clase dominante, quienes se agrupan en liberales y conservadores. En este periodo se produce la irrupción de la "plebe" en la política mediante su alianza con el caudillo mestizo Rafael Carrera. Al mismo tiempo surge un nuevo sector de finqueros ladinos que se enriquece y accede paulatinamente al poder adoptando la ideología liberal como forma de llegar al mismo, mediante la usurpación de tierras comunales indígenas y la institucionalización del trabajo forzado.

Algunas familias oligarcas mantienen su tradición endogámica, mientras otras aceptan a finqueros de origen extranjero o ladino dentro de sus redes familiares. A partir de las reformas liberales de 1871 las viejas familias oligarcas conservadoras se ven parcialmente desplazadas del poder, que pasa a manos de un nuevo sector de familias modernizantes ligadas a la nueva economía de agroexportación cafetalera. Este nuevo sector no destruyó a las viejas familias aristócratas sino que se alió a ellas, creando un nuevo núcleo oligárquico que incorporó ladinos y cafetaleros extranjeros a la red de familias de la élite (Dosal, 2005:31-47)

Poco tiempo después de la independencia comienza a crecer la inmigración extranjera al país, apoyada por las políticas eugenésicas que buscaban “blanquear” a la población como forma de acelerar la llegada del progreso. Con el cultivo del café los inmigrantes extranjeros se incorporan a los sectores dominantes del país como un sector modernizante y progresista que aportó gran parte del capital necesario para impulsar el cultivo de agroexportación. En su mayor parte se trató de inmigrantes alemanes, pero también hubo ingleses, belgas y de otros países europeos (Casaús, 1995:124).

Como resultado de estas transformaciones, el proceso de construcción de la *identidad nacional guatemalteca*, iniciado a partir de la independencia en 1821, y que se extendería durante todo el siglo XIX, redujo la complejidad étnica colonial (criollos, ladinos o castas, e indígenas) y redefinió la nación en términos bipolares, marcando la división únicamente entre ladinos e indígenas. El ladino, no entendido como “mestizo” sino como “no indígena”, se convirtió en el representante de la nacionalidad guatemalteca, el cual tenía que cargar con el lastre de la población indígena considerada degenerada y atrasada (Taracena, 2002: 40). El peso de esta ideología étnica favoreció el mantenimiento de la segregación de origen colonial e impidió que el Estado guatemalteco hiciera del mestizaje una ideología nacional, como si lo hicieron México y las naciones centroamericanas (Ibid: 35). Estos factores frenaron la aparición de una “cocina nacional” e impidieron el surgimiento de un “patriotismo culinario” al estilo mexicano. En consecuencia, a lo largo del siglo XIX la comida guatemalteca fue definida en términos ladinos, y se mantuvieron las asociaciones jerárquicas heredadas de la colonia en las prácticas culinarias.

Paul Dosal (2005) cita al cónsul estadounidense quien observó en 1899 que “las enormes ganancias de los cafetaleros crearon una riqueza repentina y voluminosa que se ha despilfarrado en lujos”. En el plano de la comida, estos gastos propiciaron la ampliación de los llamados *ultramarinos*: quesos, vinos, embutidos y conservas finas de origen europeo. Por su parte, los sectores populares, indígenas y rurales no vieron cambiar mayor cosa sus hábitos alimentarios. Los cambios en los patrones alimentarios de los sectores populares urbanos, iniciaron tiempo después, hacia finales del siglo XIX, asociados al proceso de crecimiento de la ciudad y el establecimiento de las primeras industrias de alimentos.

Entre 1871 y 1898 se sucedieron gobiernos de finqueros que implementaron una serie de reformas que permitieron un gran desarrollo económico, la consolidación del comercio del café y la modernización, mediante la confiscación de tierras comunales y de la iglesia, la imposición del trabajo forzado en actividades agrícolas y de infraestructura nacional. Entre 1871 y 1876 se inició la construcción de ferrocarriles, caminos, puertos y puentes. Así, para 1885 la ciudad se había modernizado, reflejando la prosperidad del comercio del café, para este año se habían pavimentado algunas calles y se había introducido la luz eléctrica, también existía una línea de tren que conectaba a la ciudad

con el Puerto de San José, en el Pacífico. Para 1893 existían en la ciudad líneas de teléfono y telégrafo.

Si bien en 1877 se estableció la primera fábrica de textiles, la demanda de consumo de bienes manufacturados se mantuvo relativamente baja hasta mediados del siglo XX. Esto se debió a que la pequeña población urbana y la mayoría de la población indígena y rural se mantenía “fuera de la economía monetizada y urbana”, debido sobre todo a la mala distribución de los ingresos de la agroexportación. Por este motivo las pequeñas tiendas familiares de producción artesanal satisfacían la demanda de la mayoría de artículos de consumo (Dosal, 2005:54).

Un ejemplo del proceso de industrialización de la alimentación iniciado en este período es el de la Cervecería Centroamericana. La cual se fundó en el año de 1886 por los hermanos Mariano y Rafael Castillo Córdoba. Según la historiadora Marta Casús (1995:132) “el inicio de la fábrica fue difícil por la falta de medios técnicos y por la ausencia de costumbre del guatemalteco al sabor amargo de la cerveza”. Sin embargo, en pocos años la empresa creció vertiginosamente y se convirtió en un icono de la industria guatemalteca. Por otro lado, para en este momento se habían establecido los primeros ingenios de azúcar del país, hecho que posibilitó que en 1893, Enrique Castillo Córdoba hermano menor de los cerveceros inaugurara la primera fábrica de bebidas carbonatadas llamada *La Mariposa* (Dosal, 2005:70).

II.2.d) La comida de la ciudad de Guatemala en el siglo XIX vista a través de la obra de José Milla y sus “Cuadros de Costumbres”

José Milla y Vidaurre es uno de los escritores más conocidos de Guatemala, considerado oficialmente como el padre de la literatura guatemalteca, y nacido en 1822. Provenía de una familia acomodada, estudió en el Colegio Seminario y posteriormente inició estudios de derecho en la Universidad San Carlos de Borromeo, estudios que no llegó a concluir. Fue un hombre ilustrado que dominaba varios idiomas extranjeros: latín, francés, griego e inglés. Se sabe que fue defensor de las ideas liberales en su juventud, aunque más tarde hizo carrera como burócrata al servicio del régimen conservador de Rafael Carrera. Según Taracena, se puede considerar a Milla “un precursor del nacionalismo criollo guatemalteco, que anticipó el espíritu con el que Rafael Carrera fundaría un año más tarde la República de Guatemala. Al no denominar la Independencia como “centroamericana” sino ‘nacional’ en una alocución independentista que defendía el pasado colonial español y el papel que jugaron las ‘familias’ en el ‘proceso emancipador’ (Taracena, 2002:65).

Después de la caída del régimen conservador, Milla sale del país por espacio de tres años, en los que recorre Europa y los Estados Unidos. A su regreso se desempeña como periodista y escribe la mayoría de sus novelas. Ya para este periodo, José Milla es considerado por Arturo Arias como:

el gran ideólogo de la ladinidad Guatemalteca liberal del último cuarto del siglo XIX. Al fin y al cabo la identidad ladina surge con la revolución Liberal. No olvidemos que antes de la revolución Liberal son los criollos los que están en el poder. La revolución Liberal desplaza a los criollos e instaura en el poder a la ladinidad. El estado ladino surge con la revolución liberal y su gran expresión literaria, la gran exaltación de la identidad ladina es José Milla y si vemos toda su gran variedad de novelas desde aquellas históricas: La hija del adelantado hasta sus cuadros de costumbres de la sociedad de la época. El canasto del sastre y todo ese tipo de textos, todos son un proceso de construcción de una identidad ladina un proceso de formación

en los 70s y 80as (Arias, s/f).

Ramón González Ponciano analiza el discurso de Milla, como expresión del racismo de la élite blanca del país que promovió la sustitución del sentimiento mestizo por el culto a la blancura, como herramienta hegemónica que les permitió cooptar políticamente a las capas medias y la clase trabajadora ladina para facilitar la dominación de los indígenas. Uno de los efectos de esta ideología fue la admiración excesiva hacia la cultura, personas y estilos de vida y consumo occidentales. Como resultado de la ideología de la blancura la división dicotómica que separó a los guatemaltecos en indígenas y ladinos se yuxtapuso a otra jerarquía racial y de clase, que dividió a la población entre “gente decente” y “gente ordinaria”, basada en el fenotipo y el poder de compra. Así las maneras, valores y hábitos de consumo fueron utilizados como marcadores de superioridad de o inferioridad cultural.

En la obra de José Milla, como un escritor criollo que retrató el paisaje cultural de la interacción entre castas, se hacen visibles las concepciones de la elite criolla residente en la ciudad de Guatemala sobre los sectores populares, ejemplificados en los conceptos del *chapín* y del *guanaco*. En muchas maneras, el chapín guatemalteco del siglo XIX, puede estar relacionado a los apelativos modernos “*shumo*”, “*muco*”, o “*naco*”, que definen actualmente a los mestizos de las clases populares (Ponciano, 2005:45).

El análisis de su obra es uno de los que permite concluir que en Guatemala la tendencia dentro del estado y los sectores dominantes de la sociedad, durante el periodo postcolonial, fue redefinir las relaciones políticas y culturales dentro de un marco nacional que separaba oficialmente a las personas en indígenas y no indígenas. Desde el punto de vista de las élites, los mestizos, tenían las peores características tanto de indios, negros y las castas. Muchos mestizos, de todos los niveles sociales, negociaron la “blancura” y apoyaron la propagación de valores y mitos de la “supremacía blanca”. Esta negación de la identidad mestiza entre los mestizos actuó simultáneamente como un rechazo a las raíces indígenas y una auto discriminación a partir de su condición de nativos no blancos (Ponciano, 2005:44).

Milla proporciona descripciones estereotípicas de indígenas pobres de la capital tales como el “*lana*”, “*cucuxque*” y el “*zajorín*” así como de mestizos pobres como el “*guanaco*” y el “*chapín*”. En las descripciones de Milla es posible observar la estigmatización que hicieron las élites capitalinas de los no capitalinos. Respecto al termino “*chapín*” se puede decir que fue Milla quién creó al arquetipo del ladino guatemalteco:

En “Un viaje al otro mundo, pasando por otras partes” [nace] Juan Chapín. Del barrio de la Parroquia, un vecindario habitado primordialmente por artesanos, arrieros y pequeños comerciantes, Juan Chapín tenía esa desenvoltura y espontaneidad de la clase popular urbana de la época de la que carecía, o por lo menos no se daba permiso de expresar, nuestro genial novelista. Él no estaba atado a lo que hoy se ha dado en llamar “la corrección política”. Milla le daba permiso para ser inoportuno y para no avergonzarse en presentar sus prejuicios, su ingenio y su ignorancia casi infantil (Berganza, 2005).

Partiendo de este marco de análisis se pueden extraer descripciones hechas por Milla de la comida cotidiana de las clases acomodadas de la ciudad de Guatemala en la segunda mitad del siglo. Por ejemplo, en el cuadro titulado “Las Criadas”:

Mi actual cocinera, se llama Simona y anda entre los cincuenta y los cincuenta y cinco años de edad. Dice que fue casada en otro tiempo, y se conoce que ha de haber sido así, en unos cuatro hijos que tiene y que para más señas llevan su mismo apellido. [...] La Simona dice que ha sido cocinera solo de casas grandes, y tiene su rabanillo en poseer el arte, como ella dice, por papeles. Y sin embargo el caldo que nos pone en la mesa pudiera servir para bautizar con

él. [...] El arroz, bien podría, en caso necesario, suplir la falta de perdigones, para cargar una escopeta. La primera vez que vi la carne asada, creí que eran gajos de cola y al hincarle el diente, pudo más que el hueso, pues éste saltó hecho astilla y ella se quedó como si nada. Todos los guisados exhalan un delicioso olor a humo; los frijoles hacen el oficio de centinelas, siempre parados, la leche esta continuamente como día de septiembre, metida en agua, y el almíbar es de miltomate, por lo barato (Milla: 175).

Transcrita al pie de la letra la relación de mi amigo, parecióme que estaba hecho el cuadro, y dejándole toda la responsabilidad, como él mismo lo indicó, me lavo las manos, pues no quiera que me salgan las criadas respononas, ni deseo pleitos con ellas y mucho menos con las cocineras. (Las Criadas: 178)

También describe los hábitos alimenticios propios de las clases populares. Algunos ejemplos de estas se encuentran en el cuadro dedicado al personaje “El chapín”:

El verdadero chapín (no hablo del que ha alterado su tipo extranjerizándose), ama a su patria ardientemente, entendiendo con frecuencia por patria la capital donde ha nacido; y está tan adherido a ella, como la tortuga al carapacho que la cubre. Para él, Guatemala es mejor que París; no cambiaría el chocolate por el te, ni por el café (en lo cual tal vez tiene razón). Le gustan más los tamales que el *vol au vent*, y prefiere un plato de pipían al más succulento roastbeef. [...] come a las dos de la tarde (El Chapín: 42).

A pesar de que Milla se enfocó principalmente en la descripción de la gente y la creación de personajes arquetípicos, también realizó hermosas descripciones de escenas típicas y cotidianas de su época, ejemplos son las descripciones de la feria de Jocotenango, las corridas de toros del día de carnaval, así como de las temporadas de descanso de las clases acomodadas en provincia. De estas podemos extraer descripciones sobre las costumbres culinarias asociadas a las festividades tradicionales, seculares y religiosas. Encontramos varios ejemplos que están en los cuadros “Nunca más nacimiento”, “Visita al cementerio”, “La feria de Jocotenango” y “¡Por inocentes! ”:

Desde el 24 de diciembre, comienzo a experimentar la benéfica influencia de estos días, que quizá por lo mismo no son tan agradables, son pocos y vienen ya al despedirse el año, como para enseñarme que lo bueno llega siempre tarde y pasa brevemente. La misa de gallo, los tamales de la madrugada; las corridas de toros y los nacimientos (Nunca más nacimiento: 24).

Antes de ayer por la tarde un numeroso concurso de todas las clases de la población, acudía como de costumbre, a visitar el cementerio general [...] y cuando se hubo cansado de recorrer el panteón en todas direcciones y la luna comenzaba a derramar pálida luz sobre los mármoles de los sepulcros, fue alejándose poco a poco en busca del *fiambre* y de los otros platos que la costumbre quiere que engullan los vivos al regresar de la visita a los restos inanimados de los muertos. *Fiambre*, en buen castellano, es un adjetivo que significa asado o cocido que se ha dejado enfriar para comerlo así. Entre nosotros es un sustantivo que designa un plato eminentemente nacional, compuesto de muchas hierbas y de muchas carnes, que se come frío también, de donde probablemente le viene el nombre. Creo que habrá muchos guatemaltecos que no hagan, en la víspera del día de difuntos, la visita al cementerio; pero dudo que haya uno solo, sea de la clase que fuere, que deje de comer el *fiambre*, que se hace únicamente en ese día, aun cuando no habría inconveniente en fabricarlo en cualquier otro día del año. Se hace así, por que así se ha hecho siempre, y se seguirá haciendo hasta la consumación de los siglos, mientras haya en esta tierra costumbrera con qué condimentar un *fiambre* y quién se lo coma el Día de los Santos (Visita al cementerio: 151).

Aquí las mesas cubiertas de vasos y garrafas de *agua loja*, allí los dulces, ofreciendo a las moscas gratuito y espléndido banquete; acá las delicadas tunas de Panajachel; allá las sabrosas camuesas de Totonicapán; los zapotes, los pepinos, las naranjas; la chancaca, la pepitoria y las rapaduritas. Todo se ofrece abundante y barato a los aficionados menos las nueces de Momostenango, que este año están tan escasas como el dinero y el buen sentido. (La feria de Jocotenango: 93).

Se enviaban buñuelos rellenos de tierra, y el que se los echaba al gaznate, tenía que recordar, muy a pesar suyo que había caído *¡por inocente!* (Por inocentes: 161).

Al mismo tiempo que nos habla de las celebraciones especiales, describe aspectos de la cultura popular urbana de su tiempo, destacando la existencia de “lugares de vicio” como cantinas y billares. También menciona lugares de alojamiento y comida para las clases populares llamados *Mesones*, como en el cuadro llamado “Un niño mimado”:

Ocho años después, Judas era ya hombre, y sus travesuras eran de otro género. Siempre mal acompañado, frecuentaba los billares, enredaba con las mozas de las vecindades, daba serenatas y comía o cenaba alegremente con los amigos, bebiendo un poco más de lo regular, algunas veces, aunque raras... (Un niño mimado: 120).

En otros cuadros es posible comprobar la importancia de las influencias de la cocina francesa e inglesa sobre todo cuando se trata de relatos relacionados con personas y celebraciones de miembros de las clases acomodadas de la ciudad de Guatemala. A continuación se presentan extractos de “Los monopolios. -Proyecto para la creación de una nueva renta”, “El chapín”, “La temporada” y “Un hombre feliz”:

Así [el monopolista gastrónomo] pidió pavo, y después, dijo que le sirviesen chumpipe; otro tanto hizo con las arvejas que engulló una vez con aquél nombre, otra con el de chícharos, y no contento con eso el infatigable gastrónomo, les arremetió después pidiendo a un francés que tenía cerca un poco de petit pois. (Los monopolios: 30)

[Don Candido Tapalcate en Londres]. Las comidas son aquí infernales. El chocolate, y lo que venden con ese nombre es imbebible. Lugo vaya Ud. a conseguir unos frijoles ni unos tamales, ni una tortilla, ni una naranja agria, ni un chile para el caldo en este condenado Londres, que Dios confunda. (El chapín: 42)

Todo estaba carísimo, y gastaba yo como si estuviera en Londres, para comer mal. Como no es fácil llevar uno desde esta ciudad cuanto necesita. (La temporada: 55)

Cuando se sirvió la sopa, cuidó de advertirnos que era tortuga; ahora dijo, tomarán ustedes unos ricos pastelitos del *vol-au-vent*. ¿Quiere Ud. Madera, o prefiere el Jerez o el Burdeos? Hay de todo. Me pesa el decirlo pero nadie tiene en Guatemala vinos como los míos. Los que ustedes ven aquí no son los de primera clase, eso me lo reservo para mejor ocasión.

Me hizo observar que casi todos los platos estaban aderezados con trufas. [...] Van ustedes a comer un plato que seguramente no han probado. Eso es caro, cuesta 15 pesos. ¿A qué no conocen ustedes de qué es esa ensalada? -Van ustedes a ver que pastel.

Servido el café [siguió] la visita a la biblioteca y un paseo por la antigua huerta de la casa, donde había comenzado a formar lo que él llamaba un *jardín inglés*. (Un hombre feliz: 100, 101).

Si lo inglés y francés es considerado por Milla como lo moderno y apropiado para las celebraciones de “familia”. En sus cuadros se hace evidente la importancia de los productos alimenticios importados, que ya hemos descrito: embutidos, vinos, quesos, etc. Así como de nuevos y novedosos productos como los maquillajes y perfumes importados de Europa. Por el contrario, las antiguas costumbres y recetas culinarias españolas de la colonia son vistas como anticuadas y pasadas de moda. A continuación se presentan algunos ejemplos de los textos “Un día de cumpleaños” y “La imitación”:

Hoy, la moda, el espíritu de novedad, han ido haciendo una tras otra conquista en esa casa que se conservaba como la última muestra de la familia guatemalteca de fines de siglo pasado. Ya se almuerza a las nueve y se come a las tres, los niños pueden estar fuera de casa después de

las oraciones, no se duerme siesta.

Los indios que traían el vino desde el almacén donde se compró, dejaron caer una canasta de champagne y una caja de jerez; los jamones estaban oliscos; en fin no faltó uno de los mil y un contratiempos que ocurren en semejantes casos.

La invitación a comer era pues a las dos de la tarde, a cuya hora comenzaron a llegar algunos de los más puntuales. A las 3 estábamos todos reunidos, y debo confesar que pocas veces me ha tocado en suerte el formar parte de una sociedad más heterogénea. Además de los de la casa, se encontraban allí un antiguo coronel, dos abogados, un religioso, el jefe de la oficina donde trabajaban uno de los hijos de mi amigo, el comerciante patrón del otro, de los catedráticos del estudiante y un compañero de éste, señoras de diversas edades y hasta niños...

En Dios y conciencia, debo declarar que la comida era poco menos que detestable. Mi buen amigo, con su respeto exagerado por todo lo antiguo, no sale de lo que él llama la cocina española, y que bien visto, yo creo que no es la cocina de ninguna parte. Dijo herejías contra los platos de moda y puso por las nubes su pastel turco y su olla podrida, que casi me pareció merecía el nombre en el riguroso sentido de la palabra.. [...] la reunión parecía bastante animada, pues el vino comenzaba a hacer su efecto. (Un día de cumpleaños, P 131 – 133).

Los cosméticos y las pinturas imitan la juventud y la belleza. El charlatanismo audaz imita a la ciencia; la maldad hipócrita imita la virtud. Hasta la leche y el café, han sido falsificados. (La imitación, p 186).

CAPITULO III: LA COMIDA POPULAR EN LA CIUDAD DE GUATEMALA

INTRODUCCIÓN

Cuando en 1972 Luís Luján publicó su estudio sobre la comida guatemalteca, describió de la siguiente manera los cambios ocurridos durante el siglo XX en la comida de la popular de la Ciudad de Guatemala:

junto a la influencia política y económica norteamericana, los hábitos alimenticios del guatemalteco urbano se ven sometidos a esto que bien podría ser llamado *cocalización*, que no es sino una manera de referirnos al surgimiento de la coca cola, el ice-cream, el sándwich, el hamburgués y el hot-dog como elementos habituales de nuestra comida citadina (Luján, 1972: 4).

En este estudio y en otros escritos, Luján expresó su preocupación porque los guatemaltecos se convirtieran en una población sin personalidad al perder sus rasgos culturales característicos, uno de los ejemplos que enfatizó fue la desaparición de ciertos platillos y costumbres culinarias tradicionales:

Guatemala, que es un país que busca su identidad, vive una crisis en la cual los valores de su tradición cultural son muchas veces preteridos para adoptar, especialmente en las zonas urbanas, rasgos que provienen de otras culturas, tal el caso señalado antes. Esto se puede notar porque en el aspecto culinario los platos tradicionales de la cocina guatemalteca tienden a prepararse cada vez menos, quedando circunscritos a la cocina casera o familiar en circunstancias especiales, sobre todo determinadas festividades como el Día de los Muertos, Semana Santa o los onomásticos[.] .Inclusive a nivel comercial, es difícil encontrar establecimientos en los que se pueda degustar la comida guatemalteca, existiendo apenas uno que otro de este tipo” (Ibid: 5)

Así, por ejemplo, sus hábitos alimenticios parecen ser para los jóvenes guatemaltecos el consumo ineludible de hot-dogs, apenas parcialmente reencausados por las mixtas, que incorporan la tortilla, el aguacate y el chile como elementos nacionales, además de las pizzas industrializadas y los refrescos embotellados, la mayor parte con nombres de cola que deberían recordarnos las del diablo mayor. (Luján, 2003: 3)

Si no se especificara en la bibliografía, tal vez nadie notaría que estas ideas fueron escritas hace casi cuarenta años, algo que demuestra su vigencia actual. Sobre todo si tomamos en cuenta las diferencias de la ciudad de Guatemala de la que hablaba Luján con la de nuestros días. A principios de los 70 la ciudad contaba con menos de 1 millón de habitantes, aun no existían los centros comerciales en la forma “malls” en que los conocemos ahora; la zona uno de la capital seguía siendo el centro político y la principal zona comercial de la ciudad. En el ámbito culinario apenas se acababa de inaugurar el primer Pollo Campero y faltaban algunos años para la inauguración y expansión de los restaurantes de comida rápida cuyos productos hacen hoy parte de la dieta cotidiana y sus anuncios conforman el paisaje urbano de nuestros días.

Sin embargo, a pesar de todos estos cambios la “cocalización” de la comida guatemalteca dista mucho de ser completa. Cualquiera sabe que las costumbres alimenticias tradicionales no han desaparecido, sino que como cualquier tradición se han transformado y que paralelamente a los restaurantes de fast-food se han desarrollado comidas rápidas “tradicionales” que les disputan, a las primeras, no solo el mercado sino la representación simbólica de “lo guatemalteco”. Tal es el caso de las antiguas mixtas que menciona Luján hoy transformadas en “shucos” y/o “churrasquitos”.

En este capítulo se hace un recorrido histórico de las transformaciones de la comida popular (aquella que se prepara y consume en la calle), a lo largo de todo el siglo

XX para demostrar que el incremento en la oferta de productos alimenticios “occidentales” y el crecimiento de las cadenas de comida rápida en la ciudad, ha sido favorecida por la ideología de la blancura descrita por Ramón Gonzalez Ponciano (2003). La admiración por la cultura europea y estadounidense ha llevado a las élites a adoptar productos y modelos “exóticos” extranjeros para afirmar sus conexiones con las metrópolis occidentales y al mismo tiempo diferenciarse de las dietas autóctonas de las sociedades campesinas (Pilcher, 2008:539).

Se afirma que una forma de utilizar la comida para trasladar esta ideología hacia las capas medias y populares, durante los últimos 30 años se ha dado mediante la inversión en restaurantes de comida rápida. Que permiten a estos sectores experimentar la “modernidad” y distinguirse socialmente de otros grupos mediante el consumo (Camus, 2005:210). Esto explica en parte el éxito de las cadenas de comida rápida no sólo para los sectores medios y acomodados sino entre los sectores medios bajos y populares, pues a pesar de la permanente crisis económica que se ha vivido en el país desde los años 70’ “alrededor de tres cuartas partes de la clientela de Pollo Campero esta compuesta por personas de clase obrera” (Inman 1998:79).

Al mismo tiempo la admiración por lo blanco y “vergüenza por el mestizaje indígena” (Ponciano, 2003) que han impedido la utilización de la comida guatemalteca, tanto tradicional como popular, sirva para cohesionar y dar sentido de identidad a los diversos grupos étnicos que componen la nación. En cambio, los sentimientos ambiguos hacia la comida autóctona han provocado que esta se consuma y reproduzca como tradición mayormente en espacios privados y que en lugares públicos halla estado restringida a espacios eminentemente populares: mercados, comedores puestos callejeros y cantinas.

Sin embargo, el proceso que Luján llamara *cocalización* no ha logrado reemplazar totalmente los hábitos de consumo, ni ha destruido los rasgos considerados “tradicionales” de la cultura gastronómica guatemalteca. Mas bien, éstos han pasado por un proceso de *hibridización* (Canclini, 1989). Las múltiples apropiaciones de nuevos ingredientes y hábitos de consumo que sucesivamente han transformado a las comidas populares han dado como resultado nuevas formas *híbridas*, que combinan aspectos tradicionales e industriales, nacionales y extranjeros. Algunos ejemplos actuales de los diversos híbridos que integran elementos tradicionales y modernos en los mismos platillos, que han sido forjados en la interacción de diversas combinaciones interculturales, podrían ser los “tradicionales Chuchitos” del parque central de Santiago Atitlán, que ahora se venden acompañados de “Ketchup” y salsa “Picamás” o el *food court* del Centro Comercial Los Próceres donde se actualmente se puede encontrar el restaurante “Arrin Cuan Express” preparando y sirviendo *Kak ik’* acompañado de “auténtico” chile Cobanero y tortillas hechas a mano.

Dentro del amplísimo espectro de la comida popular urbana, se presta especial atención al desarrollo del consumo de *hot dogs* en la ciudad, en vez de a otras comidas populares más tradicionales que se siguen vendiendo en la actualidad: tamales, tostadas, chuchitos, paches, tacos, dobladas, chiles rellenos, rellenitos y ceviches, etc. Pues se considera que dentro de la gran diversidad de oferta característica de la comida popular de la ciudad de Guatemala, los hot dogs ahora más conocidos como “shucos” se han consolidado como el plato emblemático de la ciudad, no sólo por la cantidad de puntos de venta y la creciente variedad en su preparación sino por su presencia en el discurso de los capitalinos.

Para comprender estas hibridaciones y la forma en que éstas responden a estrategias económicas dentro de las que se ocultan múltiples relaciones asimétricas de poder, utilizamos el concepto de *globalización*. Se considera que la actual “era de globalización cultural” ha seguido patrones de encuentros culturales anteriores como la fuerte influencia de la migración alemana en los años 20 y 30. La creciente influencia de la cultura estadounidense a partir de los años 40 y finalmente la reapropiación “posmoderna” de la comida guatemalteca por parte de las élites.

Para estudiar la *globalización cultura*” en el ámbito de la comida popular en la ciudad de Guatemala diferenciamos dos procesos: a) *globalización desde arriba*, en referencia a aquella que es impulsada por las élites económicas del país en y las grandes corporaciones; y b) *globalización desde abajo*, aquellas impulsada por agentes y procesos sociales situados en la base de la estructura socioeconómica, que también han modificado y enriquecido la cocina guatemalteca (Pilcher, 2008:531). A estos últimos también podríamos calificarlos como procesos de resistencia al imperialismo cultural. Ejemplos de este tipo de *globalización desde abajo* podría ser la migración china que ha convertido al *chao min* en un platillo nacional que se prepara y consumo tanto en las casas urbanas de clase media, como en el parque central (forma de tostadas) e incluso en comunidades rurales.

El capítulo esta estructurado en forma cronológica, se subdivide en varias secciones de acuerdo a las diferentes olas de modernización que han modificado los hábitos alimenticios de los capitalinos, mediante la incorporación de nuevas costumbres o ingredientes así como de las formas de producción y consumo de los mismos. Se tienen en cuenta los cambios en la estructura económica desde la etapa agroexportación basada en el monocultivo del café, a la diversificación agrícola el proceso de industrialización en el marco del Mercado Común Centroamericano, hasta la crisis del modelo de sustitución de importación y la creciente “tercerización” de la economía, junto a la implementación de medidas neoliberales de estabilización y ajuste estructural.

A lo largo del capítulo se menciona a las cantinas como espacios de reproducción de la cultura popular capitalina. En el caso de la comida, los testimonios recabados dan cuenta de su papel como “refugios” de la gastronomía popular hasta la década de los 70’ y aún en la actualidad. Una tesis interesante que se podría desprender de este capítulo, sobre la que haría falta una investigación más profunda, es la constatación de los efectos del terrorismo de Estado durante los años 70’ y 80’ en la ciudad de Guatemala que combinados con la crisis económica y el posterior aumento explosivo de la violencia criminal, propiciaron la desaparición de muchas de las antiguas cantinas tradicionales. Esto representó la pérdida de gran parte del legado cultural culinario popular de la ciudad de Guatemala.

III.1-LAS PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XX

En 1908 el país aún se estaba recuperando de la crisis de los precios del café de finales del siglo XIX. La población de la capital había llegado a los 90.000 habitantes, debido, sobre todo, a la fuerte migración desde el interior estimulada por la necesidad de mano de obra para la construcción de infraestructura necesaria para el funcionamiento de la floreciente economía agroexportadora y también por el aumento de la migración extranjera.

Con el auge de la economía se dio en estos años el surgimiento de una nueva clase media alta, fundamentalmente de ladinos, que se estableció en la zona central de la

ciudad (Gellert, 1990). Los primeros barrios suburbanos ubicados al sur, se poblaron principalmente por emigrantes extranjeros, mientras la antigua oligarquía se mantuvo en el centro de la ciudad. La población indígena vinculada a la ciudad, sobre la que existe muy poca información, no se integró a la ciudad, siguió viviendo en los pueblos vecinos y abasteciendo la ciudad de víveres.

La migración europea no tuvo mayor trascendencia demográfica, sin embargo, tuvo gran influencia política y social en la vida de la ciudad de aquellos años, siendo las comunidades alemana, estadounidense las más importantes a nivel político. Al igual que en siglo anterior las clases altas seguían mostrando un marcado eurocentrismo, la comunidad alemana había crecido y para 1902 se fundó el Colegio Alemán en la ciudad de Guatemala y años más tardes el Club Alemán.

La presencia e influencia estadounidense se intensificó a partir de 1901 cuando Inglaterra accedió a reducir su presencia en Centroamérica y los Estados Unidos iniciaron la construcción del Canal de Panamá. Posteriormente invadirían Nicaragua en 1911 donde se quedarían hasta 1933. En los primeros años del siglo XX llegó a Guatemala la United Fruit Company -UFCO- y comenzó la construcción de su emporio comercial que incluía el control de Puerto Barrios, el sistema ferroviario a través de la IRCA y de la electricidad mediante la Bond & Share Co. Para la década de 1920 el 75% del comercio exterior de Centroamérica era con los Estados Unidos. A nivel urbano con la instalación del tren de la -UFCO- hacia Puerto Barrios “se abre el oriente” que se comunica e integra con la ciudad “facilitando la llegada a la ciudad de cuadros medios de las cabeceras departamentales y municipales de la región”. (Taracena citado en Camus, 2005: 55) (Torres-Rivas, 2006:25).

En 1917, la ciudad sufre una gran transformación a causa de los terremotos que ese año redujeron a escombros la ciudad. Este desastre coincidió con una crisis económica provocada por una caída de los precios del café y malas cosechas en los años 1918 y 1919. Como consecuencia se dio el primer abandono, temporal, del centro por parte de las élites. Se dieron también las primeras ocupaciones de terrenos y el establecimiento de asentamientos precarios en las periferias. En este momento se renovó el sistema de transporte substituyendo los tranvías por autobuses.

La industrialización de Guatemala estaba muy retrasada comparada con otros países de Latino América, sin embargo en la década de 1920 existían en la ciudad la industria cementera de la familia Novella, que empleaba a cerca de 500 personas, la cervecería centroamericana y la fábrica de jabón de la familia Köng. También funcionaban pequeñas fabricas de poco capital y pocos empleados que producían alimentos, entre estas una fábrica de pastas alimenticias propiedad de emigrantes italianos y varias fábricas de helados como la “Sharp” propiedad de un residente norteamericano en sus inicios. (Morales Barco, 2007).

En la década de los veinte se vivieron momentos de prosperidad económica, a pesar de diversas crisis de precios internacionales y el sistema agroexportador se afianzó. También fueron años de cierta estabilidad política, bajo los regímenes de José María Orellana y Lázaro Chacón. Durante esta década los ingresos combinados producidos por el café y el banano, representaba el 90% de todas las exportaciones.

Este período trajo transformaciones importantes para en la alimentación de los capitalinos relacionados con la influencia de la cultura Norteamericana, el primero de

estos cambios se dio con el inicio se produjo con el inicio de la comercialización de Coca Cola en 1920, Coca-Cola embotellada y distribuida por la -UFCO-⁶. El segundo, no menos importante, de la producción de pan “sandwich” por parte de la panadería “Las Victorias” en 1922, este adquirió tanta popularidad en las décadas siguientes, que hoy día esta asociado por los capitalinos con el consumo de tamales y de la comida “china”. (El Periódico, 2007, Negocios en Sepia)

Para hacer una reconstrucción de las costumbres alimentarias y la cultura popular urbana de este primer tercio del siglo XX, recurrimos a fuentes secundarias como artículos de prensa y las publicaciones de la municipalidad sobre la historia de los barrios de la ciudad. También a fuentes primarias, como libros de memorias de la época y novelas. En el primer caso destacan los libros “La Guatemala de Ayer” escrito por Mario Alberto Mencos (2003), que nos proporciona una detallada descripción de la vida y costumbres de la época desde el punto de vista de un integrante de la clase media alta “ladina” de este periodo. Por su parte, la novela de Miguel Angel Asturias, “El señor presidente” (1996), además de brindar información sobre los sectores acomodados, permite conocer la cotidianidad de los sectores populares, junto a la realidad política y social de la Ciudad de Guatemala de aquellos años.

En las memorias de Mencos, se menciona la influencia de la comunidad alemana en la ciudad:

Además del terreno que ocupaba la fábrica, en el resto tenía don José un patio en el que se reunían los miembros de la colonia alemana, sus paisanos, un juego de golf y un picadero [...] bajo un espacioso comedor, instalaban las mesas con carnes de pavo, cerdo, ternera, salchichones, jamón y queso suizo y danés; abundancia de pan negro y blanco en rodajas y sobre todo sus enormes barriles de cerveza para que cada quien se sirviera a su antojo cuanto quisiese (Mencos, 2003: 15).

La influencia norteamericana era también cultural, para dar unos ejemplos, en 1905 jóvenes hijos de las familias oligarcas, de apellidos Batres, Arzú, Granai, Romá entre otros, que realizaban estudios en Estados Unidos, introdujeron el *Base Ball* al país y se construía el primer diamante para la practicar este deporte en las inmediaciones del Hipódromo del Norte (Morales Barco, 2007). Pocos años antes otro grupo de jóvenes de la oligarquía, con apellidos como Matheu, Latour, Reyna Barrios, Lenhoff y otros que estudiaban en Inglaterra, inauguraban la práctica del *Fútbol*, en uno de los primeros partidos celebrados en el país en 1906, se enfrentaron a un conjunto integrado mayoritariamente por ingleses. Pocos años después, en 1912, la comunidad alemana de la capital integraría el equipo “Alemania”, y la residente en Quetzaltenango el club “Germania” (100 años de Fútbol, s/f).

Otras comunidades emigrantes, que crecieron en importancia en esta época, fueron la china y la negra de origen jamaicano. Los emigrantes del oriente empezaron a llegar a Guatemala ha finales del siglo XIX y se asentaron tanto en los pueblos de la costa sur y norte, así como en la ciudad de Guatemala. Pronto se especializaron en la venta de textiles y el establecieron restaurantes. A inicios del siglo XX ya existía una comunidad china asentada en la ciudad de Guatemala que había logrado acumular algún dinero, obtenido principalmente en el comercio (Campang Chang, 2000).

En 1921, en lo que fuera el palacio del ayuntamiento, destruido por el terremoto se instalaron pabellones chinos, como regalo de esta comunidad al gobierno. También en los

⁶ Datos obtenidos de la página Web de Coca Cola Guatemala. www.coca-cola.com.gt

anales de la historia del fútbol en Guatemala se apunta que en 1929 se formó en la capital el equipo “Cantonés” formado exclusivamente por emigrantes chinos. Esta comunidad junto a otras, como la población negra de origen jamaquino, resintió el racismo de las élites guatemaltecas que las calificaban de “raza degenerada”, así como el rechazo de parte de los sectores populares y medios urbanos que los veían como “competidores desleales del espacio laboral y portadores de vicios y enfermedades” (Taracena, 2007).

En el libro “Señor Presidente” de Miguel Angel Asturias (1996) se hacen las siguientes referencias tanto a la existencia de un sector de la ciudad habitado por los chinos y la irrupción de la imagen del chino dentro del imaginario popular así como de sus primeras influencias en la comida guatemalteca:

Lo que pasó... Fue la otra noche, ya sabe usted cuándo. Esa noche yo quedé citado con Lucio Vásquez al costado de la Catedral, subiendo *por onde los chinos*. Yo, señor, andaba queriendo encontrar empleo y este Lucio me había dicho que me iba a buscar trabajo en la Secreta (Asturias, 1996: 140).

¡Eso era lo único que nos faltaba, ishtos que ahí andan y que parecen chinos de tan secos, con los codos de fuera y los pantalones comidos del fundillo! ¡Repasearse quisieran en uno y que uno se quedara con el hocico callado! ¡Partida de piojosos..., ajar a la gente por gusto! (Ibid: 97).

En la calle respiró profundamente. Iba en un carruaje que rodaba hacia la casa presidencial. Estrépito de los cascotes de los caballos en los adoquines, fluir líquido de las ruedas. El Candado Rojo... La Col-mena... El Vol-cán... Deletreaba con cuidado los nombres de los almacenes; se leían mejor de noche, mejor que de día. El Gua-da-le-te... El Ferro-carril... La Ga-llina con Pollos... *A veces tropezaban sus ojos con nombres de chinos: Lon Ley Lon y Cía... Quan See Chan... Fu Quan Yen... Chon Chan Lon... Sey Yon Sey... (Ibid: 228).*

Se desocupó una de las alcobas galantes, la más amplia; quemóse incienso para quitar a los tapices la hedentina de esperma viejo; doña Manuela quemó brea en la cocina, y en un charol negro, entre flores y linos, se puso al niño todo encogido, seco, amarillento, *como un germen de ensalada china...* (Ibid: 158).

III.1.a) Cultura Popular

La Feria de Jocotenango era el acontecimiento más importante del año, a la misma acudían todos los sectores sociales, aunque a espacios separados. Los espacios exclusivos de las clases altas, eran las funciones de teatro y música que se presentaban en el Teatro Colón, así como en los clubes sociales de la época, como el Club Guatemala, Alemán y Americano, los días domingo se reunían a pasear en el parque central. Por su parte las clases populares tenían las cantinas, los billares y los espacios no urbanizados de la ciudad. En esta época se introdujo el cine al país, siendo los primeros cines, precarios y frecuentados por sectores populares.

Mencos rememora así la vida social, cultural de los sectores medios y altos de la ciudad desarrollada principalmente en los teatros de la época y en los espacios públicos del centro de la ciudad, sobre todo en el Parque Central:

Allí [en el Teatro Colón], como te decía, tuvimos oportunidad de escuchar y ver a las más grandes figuras en el mundo del arte. Te acordaré algunos cuantos [...]. Tenores: Battain, Matia, Battistini, Maurini, Scalabrini, Forest Lamond. [...] En drama: Francisco Fuentes, Miguel Muñoz, Virginia Frabregas y la más grande figura dramática de la época: María Guerrero. No faltaban tampoco ilusionistas, hipnotizadores y conferenciantes, así recordarás a Doninni, a los hermanos Giordani, a Onofroff, al Conde Patricio de Castiglione y al escritor Eduardo

Zamacois. P 42 El 31 de diciembre de 1908 se estrenó en Guatemala la primera Opereta vienesa: “La Viuda Alegre”, con un éxito fantástico (Mencos, 2003: 49).

En teatros además del Teatro Colón, estaban el Teatro Olimpia, el Teatro Europeo, Variedades y Abril. Lázaro ¡Hipolito Lázaro!, el primer tenor del mundo después de la muerte de Caruso, cantó en el Teatro Variedades “El Trovador” y “Rigoletto”. Sencillamente ¡el delirio! (Ibid: 49).

Los domingos por la tarde, el punto de reunión de la sociedad elegante era el Parque Central. Allí se daba cita lo más granado de nuestra élite (Ibid: 33).

En la obra de Asturias también encontramos detalles de la vida social de las clases altas: en un informe de inteligencia para *El señor Presidente* se mencionan las efectividades de un importante abogado y una señorita de sociedad, Camila, se queja del hastío que le causan las restringidas actividades sociales apropiadas para una mujer de su clase:

Licenciado Abel Carvajal: Por la tarde estuvo en el Banco Americano, en una farmacia de frente a Capuchinas y en el *Club Alemán*; aquí conversó largo rato con Mr. Romsth, a quien la policía sigue por separado, y volvió a su casa-habitación a las siete y media de la noche (Asturias, 1996: 70).

[A Camila] Le caía mal formar parte de aquella nube de gente emparentada. Ser la nena. Ir con ellos a la parada. Ir con ellos a todas partes. A misa de doce, al Cerro del Carmen, a montarse al caballo rubio, a dar vueltas al Teatro Colón, a bajar y subir barrancos por El Sauce (Ibid: 81).

III.1.b) Comidas ceremoniales y festivas

Los tamales, el chocolate y el pepián se mencionan como comida popular que se consumía en la calle y también como importante comida festiva. Mencos (2003) menciona estos platos preparados y consumidos para celebraciones importantes como primeras comuniones o navidad de los sectores medios y altos de la ciudad. Por su parte, Asturias (1996) describe las mismas celebraciones pero realizadas por una persona de clase trabajadora, residente en los barrios periféricos de la ciudad que prepara los mismo platillos en también asociadas festividades y celebraciones.

¡Ah! ¡1o de enero de 1901! [...] Desayuno de fiesta [...] De la cocina se extendían por toda la casa en confusión de olores el aroma de los tamales, el aroma inconfundible del envoltorio de hojas de plátano y chocón escapándose en el vaho el hervor del agua que se recalentaba y el aroma sabroso del chocolate junto con el sonido fofo -también sabroso- del molinillo, dale que dale, contra el panzudo batidor de barro y del zzzzzss – zzzzzss de las manos de la cocinera haciendo girar el molinillo [...] ¡Buenos tiempos aquellos del tamal caliente y el chocolate para los días de alegría! (Mencos, 2003:11).

Mi primera comunión [...]. La casa amaneció adornada con cortinas, cadenas de papel de china y gallardetes, olía deliciosamente a pino fresco esparcido por los corredores; largas mesas formadas con tablas sobre burritos de madera y cubiertas con limpios y almidonados manteles blancos, esperaban para el desayuno, chocolate, tamales, tortas de pajaritos, molletes de huevo... [...]. Por la tarde se servían los helados, los insuperables helados, que jamás serán igualados de don José Herrera, mantecados con copete de fresa y chiquiadores y barquillos, agua de canela y horchata (Ibid: 23).

El primero de noviembre se veía desfilar por las calles abundantes azafates de “fiambre” que caminaban de un lado a otro llevados por las “de adentro”, a quienes apenas alcanzaba el día para hacer tanto mandado. En las casas se hacían treinta o cuarenta platos o azafates del delicioso y tradicional palto, que te diré, sólo nuestro país en todo el mundo tiene la pintoresca costumbre de hacer. Costumbre que desgraciadamente va desapareciendo [debido a] que,

quiera que no, se van acabando las personas que verdaderamente “sabían”. Con respecto al “fiambre” era cuestión de “honor nacional” hacerlo bien (Ibid: 14).

Por su parte en “El Señor Presidente”, Asturias describe los planes para la celebración de una primera comunión en el popular y periférico barrio de La Parroquia:

El recuerdo de su hijo la sosegó. Pensaba en él como si aún lo llevara en las entrañas. Las madres nunca llegan a sentirse completamente vacías de sus hijos. Lo primero que haría en saliendo de la cárcel, sería bautizarlo. Estaba pendiente el bautizo. Era lindo el faldón y linda la cofia que le regaló la señorita Camila. Y pensaba hacer la fiesta con tamal y chocolate al desayuno, arroz a la valenciana y pipián al mediodía, agua de canela, horchata, helados y barquillos por la tarde (Asturias, 1996: 113).

III.1.c) Restaurantes y almuercerías

Los restaurantes de la época eran frecuentados por los sectores acomodados, y considerando sus nombres, productos “exóticos” y en algunos casos la nacionalidad de sus propietarios, se puede decir que eran marcadamente extranjeros. Por estos años empiezan a aparecer las cafeterías, donde se servían helados, *sanwiches* y variedad de panes dulces. En las memorias de Mencos se destacan los siguientes negocios: “El Gambrinus”, “Ciocca”, “Carissime”, “El Gran Hotel” y “Hillerman”. Sobre este último la periodista Maria Schlessinger (2008) comenta:

Si hablamos de restaurantes, podemos decir que no habían muchos entonces, y algunos de ellos se llamaban cantinas y no necesariamente porque en ellos únicamente se sirvieran licores. Uno de los más famosos fue la llamada Cantina de Hillerman de don Enrique Hillerman ubicado en el Guarda Viejo. [...] La cantina de Hillerman era famosa por sus jamones curtidos, fabricados por su dueño según receta traída de Alemania.. (Shlessinger, 2008).

Las cantinas son ampliamente mencionadas en las crónicas y novelas de la época. Estas eran parte esencial de la gastronomía debido a la extendida costumbre de servir “bocas” para acompañar el trago. Entre las más celebres estaban “las tiras”, pansa de vaca preparadas en salsa de miltomate y la “chanfaina” preparada con las vísceras del pollo y otras. Los lugares donde se vendían “platillos típicos” eran frecuentados por sectores populares y más que restaurantes se les llamaba “almuercerías” entre los platos que preparaban podemos destacar algunos que casi han desaparecido o son ahora muy raros: como el pipián de indio, o el gallo en chicha:

El Callejón Variedades quedó con ese nombre desde que se instaló en él una almuercería a la que su dueño puso ese nombre, “Variedades”. En esa almuercería, me contaban también, servían solamente nuestros platitos típicos [...] Así pues allí se podía regalar el paladar de nuestros abuelos con: salpicón, chojín, pepián de indio o pipián dulce, chilaquitas, chiles rellenos, hilachas, guacamole, lomillo adobado, buenos chorizos, butifarras y morongas, revolcado de cabeza, gallo en chicha, frijoles blancos con espinazo, y en fin todas esas cosas con las que se deleitaron nuestros mayores (Mencos, 2003: 67).

III.1.d) La comida popular

Como los aspectos sociales y culturales ya mencionados, la comida de la ciudad en aquellos años seguía la rígida estructura social. Algunos platos se identificaban con los sectores populares como el *Jocón* y el *Revolcado*. Como se puede observar en las siguientes citas de Asturias:

[Los pordioseros] El idiota se despertaba riendo, parecía que a él también le daba risa su pena,

hambre, corazón y lágrimas saltándole en los dientes, mientras los pordioseros arrebataban del aire la car-car-car-car-cajada, del aire, del aire..., la car-car-car-car-cajada...; perdía el aliento un timbón con los bigotes *sucios de revolcado*... (Asturias, 1996: 11).

Patahueca peló los ojos; en el aire pesaba la amenaza del fin del mundo, y dijo a la lechuga: —¡Hualí, hualí, *tomá tu sal y tu chile*...; no te tengo mal ni dita y por si acaso, maldita! (Ibid: 13).

Don Juan de la leva cuta, enfundado en su imprescindible leva, menudito, caviloso, respirando a familia burguesa en las prendas de vestir a medio uso que llevaba encima: *corbata de plastrón pringada de miltomate*, zapatos de charol con los tacones torcidos, puños postizos, pechera móvil y mudable, y en el tris de elegancia de gran señor que le daba su sombrero de paja y su sordera de tapia entera (Ibid: 213).

La comida de la calle se componía de “*panes rellenos*” con chile, carne y otros embutidos. También los tradicionales tamales, atoles, frescos naturales, etc. En esta época empiezan a hacerse populares los primeros productos alimenticios producidos industrialmente, sobre todo las aguas embotelladas y carbonatadas y los helados. Así se menciona en varios pasajes de “La Guatemala de Ayer”:

Ocho de diciembre... Rezado de San Francisco; nueve, rezado de Catedral... Humo de ocote haciendo llorar a los que se aglomeran en las cercanías de las iglesias; en las pailas hierve la manteca en la que platanos y buñuelos despiden un incitante olor, los clientes hacen rueda esperando su turno para que les sirvan su platito bien rociado con miel blanca. Ollas con fresco de súchiles, caliente para preparar el “batido” con el que los friolentos concurrentes al rezado entran al rezado y se deleitan. [...] Lo mismo ocurre con el batido. El fresco de súchiles no es tal fresco de súchiles. El legítimo lleva un montón de ingredientes: maíz y cebada tostados, cordoncillo, anís, tamarindo, pimienta gorda, jengibre y muchas cosas más [...] el de ahora es fresco de “marinas” o fermentos de cáscara de piña. [...] La costumbre era de pobres. Nunca se vió a los “chancles” ni a las “señoritingas” tomar batido o comer buñuelos; en cambio ahora es cosa de lujo, para ricos (Mencos, 2003: 116).

[Las] aguas gaseosas que, para entre nosotros, tampoco eran “standard” [...] En mi tiempo “había compentencia”. Entre las fábricas [...] cada una procuraba presentar algo “muy especial” que mereciera el favor del público consumidor, eran de fama la Grosella de “La Chibola”, la Crema de Durazno de la “Eureka”, la Crema de Soda de la “Centro Americana” y la granadina de “La Corona”, hechas con finísimas esencias alemanas “de Alemania”, que eran algo de insuperable calidad (Ibid: 88).

Otro aspecto importante de la obra de Mencos es su descripción alegórica y nostálgica de los que el mismo describe como la comida cotidiana a la que tendría acceso de una familia pobre o “humilde” según sus propias palabras, en las primeras décadas del siglo, durante el gobierno de Manuel Estrada Cabrera:

No había hambre ni miseria. El más modesto hogar, podía disponer para su almuerzo de un buen “tasajo” de cecina o de unos chorizos con chirmol de zapatero, un plato de arroz, frijoles cocidos con chicharrones o chipilines y un rimero de tortillas en las que todavía podía poner un pedazo de queso, que costaba un real, del tamaño que ahora venden a cinco centavos e indudablemente de mejor, de mucho mejor calidad (Ibid: 61).

III.2- LOS INICIOS DE LA MODERNIZACIÓN URBANA Y EL CRECIMIENTO DE LA CIUDAD: DE 1930 A 1954

En octubre de 1929 dio inicio la peor crisis económica de la historia del capitalismo, a partir del derrumbe de la Bolsa de Nueva York, que provocó una falta de liquidez que produjo una caída drástica de los precios de las mercancías a nivel internacional

generando una crisis financiera inmediata en muchos países del mundo. A diferencia de estos, en Centroamérica los efectos de la crisis provocaron un estancamiento económico en la región que duraría más de una década (Torres-Rivas, 2006).

En Guatemala en 1931, llega al poder el General Jorge Ubico, caudillo militar y finquero de origen oligarca que daría respuestas económicamente conservadoras, plegadas a los intereses de la oligarquía, basadas en la reducción del gasto público. Se caracterizaría además como un régimen altamente autoritario y represivo que reinstaló el trabajo forzado mediante la famosa “Ley de Vagancia”.

Para 1938 la ciudad tenía 166.465 habitantes, casi el doble que a inicios de la década del veinte aunque aún se mantenía dentro de sus límites tradicionales. La política urbana del régimen de Ubico se centró en la construcción de edificios públicos usando mano de obra forzada y favoreciendo al monopolio cementero del país, más que en la planificación urbana. Hacia el final de esta década se inicia el abandono gradual del centro de parte de las élites, poblándose más densamente el sector sur de la ciudad: los antiguos pueblos de Ciudad Vieja y Villa de Guadalupe, así como la finca Tívoli. El centro de la ciudad conservaba sus funciones de centro comercial y durante este período “aparecieron en mayor número establecimientos de alto rango con mercancías importadas, casi exclusivamente en manos de extranjeros”. Al mismo tiempo que se “densificaron los establecimientos para el consumo popular en los alrededores del mercado central y la 18 calle” (Gellert, 1990:30).

Las características y contrastes sociales de aquella ciudad de los años 30 con características de ciudad cosmopolita y pueblerina, pobre y opulenta a la vez, son descritas por Deborah Levenson: “el hecho que todas las clases sociales vivieran en el centro le daba el multifacético carácter de un pueblo a la vez cosmopolita y provinciano, con sus restaurantes elegantes y sus vendedores callejeros descalzos. Los ricos aún tenían sus hogares en esta área. Entre ellas se contaban familias de inmigrantes de prestigio, como prósperos propietarios, profesionales y mecenas de la cultura, y organizaban conciertos de música ligera alemana en el Parque Central” (Levenson, 2005: 20).

Un hecho destacado a nivel cultural, durante esta década, por la influencia que tendría en lo que se consideraría como “típico” de Guatemala fue la creación de un nuevo Comité de Turismo, que realizaba concursos sobre el mejor traje indígena y el mejor son de marimba, también patrocinaba ferias de artesanías en el recién inaugurado aeropuerto La Aurora, donde mujeres indígenas ofrecían sus productos a los turistas. En este momento surge termino “típico” que convirtió en mercancía “a la cultura maya para turistas y nacionales por igual” (Ibid, 2005:28)

El año de 1944 Guatemala se vio sacudida por un movimiento nacional que derrocó la dictadura de Jorge Ubico, ese fue liderado por sectores urbanos de clase media y media alta, con el apoyo de un sector del ejército, de algunos empresarios y de los sectores populares. Con la instauración del gobierno de Juan José Arévalo se inicia una nueva etapa en la historia del país, en la que un gobierno nacionalista y reformista intenta romper por primera vez con las antiguas estructura de clases y el modelo de exportación primaria heredado de los regímenes liberales del siglo XIX (Torres-Rivas, 2006).

El gobierno revolucionario pretendió crear en Guatemala un capitalismo democrático mediante el fomento de la modernización, el impulso a la educación y el fortalecimiento de la organización popular, en la forma de sindicatos y cooperativas. Así

como la diversificación de la economía, mediante la creación de un mercado interno que fuera capaz de sostener una industrialización bajo control del capital nacional y estatal. La acción con mayor significado político y social de este periodo es el proceso de reforma agraria iniciado durante los últimos años del gobierno de Jacobo Arbenz.

La Revolución de Octubre, supuso un gran proyecto cultural además de político, que buscaba extender la educación a toda la población con el objetivo de modernizarla. En este momento se redefine lo nacional y lo popular, se considera que la educación solucionaría los problemas del país, basándose en valores éticos y morales inspirados en la tarea de Roosevelt. Así los conceptos de “pueblo y patria” pasan a ser parte del lenguaje cotidiano como parte de un nuevo código con características “nacional-populares- románticas” (Tischler en Camus, 2005: 61).

En el proceso de formación de la nación y el manejo de la etnicidad, las características de este periodo están marcadas por la creación del Instituto Indigenista Nacional en 1945, el cual asume la complejidad étnica del país y promueve una política “asimilacionista” que daba algún reconocimiento a los indígenas y su aporte al proyecto de construcción nacional. A nivel cultural estos cambios se reflejaron en la llamada época dorada del teatro y la radio en Guatemala, siendo esta también los años de mayor esplendor de la marimba.

III.2.a) Los testimonios

Para ilustrar este periodo se han seleccionado tres libros de memorias: a) “Memorias de Alfonso Bauer Paíz”, (1996) de Alfonso Bauer Paíz; b) “Los Móviles de Tono” de José Antonio Móvil (2005) y c) “Memorias de un pasado cercano, vivencias y relatos (1930 -1950)” de Mario Roberto Guerra Roldán (2007). En los tres casos se trata de personas mestizas, de clase acomodada o media, que residían en el centro o sus alrededores durante este período y que coincidentemente estudiaron la carrera de derecho.

Alfonso Bauer Paíz nació en el año de 1918 en la ciudad capital en los alrededores de la 11 de Marzo, en la ciudad capital, en los alrededores de la Plazuela 11 de Marzo, descendiente de “familia descendiente de familia alemana, salvadoreña y guatemalteca acomodada”. Durante su juventud residía en el centro de la ciudad, estudió en colegios privados y se graduó de abogado, posteriormente fue un destacado líder de la Revolución de 1944 y militante de izquierda. José Antonio Móvil es descendiente de inmigrantes árabes y familia mestiza de la región de Alta Verapaz de clase media, estudió en escuelas públicas y también residía en el centro. Por último, Mario Roberto Guerra es originario de la aldea El Júcaro en el departamento del Progreso, es descendiente de familia mestiza y durante su juventud residía en la periferia de la ciudad, estudió en escuelas públicas y pertenecía a una clase de menores ingresos.

A través de sus relatos de vida podemos constatar las transformaciones en la cultura popular, los inicios de los medios electrónicos masivos de comunicación y un panorama de la comida cotidiana, alta y popular de la ciudad. Sobre la influencia extranjera tanto en el consumo de productos extranjeros como en la cultura popular mediante el creciente consumo de productos culturales, música, películas y comida, principalmente de los Estados Unidos pero también de otros países de América Latina.

III.2.b) Influencia extranjera y cultura popular

Sobre los negocios de ultramarinos, en propiedad de extranjeros, y su influencia en la vida social y de la ciudad de los años 40 extraemos los siguientes pasajes de las memorias de Tono Móvil:

Félix era un indígena tan viejo como la historia que posaba por las noches en nuestra casa. Mozo de cordel en el almacén de Máximo Kosak, se encargaba durante el día de llevar a la clientela los pedidos de ultramarinos, conservas finas, pescados delicados, caramelos franceses, chocolates de Viena, vinatería y licores y cualquier golosina a la que nunca tuvimos acceso.

El comercio estaba bien definido por oficios y nacionalidades. Los alemanes manejaban la ferretería y la maquinaria agrícola; los chinos y los árabes el comercio variopinto de artículos para el hogar y toda la parafernalia que utilizan la costura y el adorno. Los judíos eran -creo que todavía mantienen ese rol- los magos del lujo y del placer del buen vestir: joyería, ropa y telas finas, perfumería y cuanto puedas imaginar estaba en sus manos.

No menos importante eran los negocios de ultramarinos a cargo de españoles: Esteban Luján, La Marina, Coto Escobar, expedían vinos, licores, abarrotes, dulcería y otras delicias, aunque competían con judíos prominentes, Kosak y Benjaminson, propietarios de abarroterías de lujo (Mobil, 2005: 28).

Respecto al cine que llegó a Guatemala en la década de los 20', sabemos que en los 30 se popularizó, se multiplicaron la cantidad de salas y mejoró la calidad de las mismas. En 1936 se inauguró el majestuoso Cine Lux, propiedad de los hermanos Anker, de nacionalidad alemana. También existían otros como el Cine Maya, más baratos y frecuentados por los sectores populares. En estos se proyectaban películas hechas en Hollywood y mexicanas principalmente. Sobre este tema describe Móbil:

Ibamos al cine Maya a ver las películas que nos fascinaban. La primera que vi fue tarzan de los monos, con Johnny Weismüller y Mauren O'Sullivan. [...] También pasaron El llanero solitario, La diligencia, Tres lanceros de Bengala, Gungadin, El Flaco y el Gordo que nos hacían reír y llorar de felicidad. A Charles Chaplin no le entendíamos del todo. Luego de las funciones pasábamos a comer un pirujo con frijoles volteados y queso que costaba dos centavos, o algún pastelillo de La Rosa Blanca o de El Globo (Móbil, 2005:45).

En 1930 sale al aire la *TGW*, la primera radio difusora del país. Poco tiempo después les siguen la primera radio privada *TGC Vidaris* en 1931; sus fundadores fueron los hermanos Castillo propietarios de la cervecería, de hecho la radio recibió su nombre por el refresco "Divaris" (Historia de la Radio en Guatemala, s/f). En poco tiempo la radio se convirtió en la "reina de la cultura popular" transmitiendo programas educativos como clases de inglés o alemán, noticias de la BBC y programas sobre la "alta cultura europea", además de la música jazz, valeses, swing y de marimba (Levenson, 2005:23). Sobre este aspecto Mario Guerra (2007) relata la siguiente historia:

En mi casa teníamos una radio RCA Víctor, ojo mágico, de alta potencia y con ensanche de bandas, por el que escuchábamos en las noches, la BBC de Londres en sus emisiones en español. [...] Por las tardes a través de *TGW*, en su emisión única de la una de la tarde, escuchábamos Diario del Aire, bajo la dirección de Miguel Angel Asturias, quien perifoneaba las noticias con la colaboración de Francisco (el Seco) Soler Pérez (Guerra, 2007: 71).

Una de las distracciones de los sectores populares eran en esta época los bailes de marimba, realizados en lugares como "El porvenir de los obreros" y "El seguro de vidas", que eran salones de las "sociedades mutualistas de artesanos, fundadas en el siglo XIX que en los '30 funcionaron como respetables centros sociales de artesanos" (Levenson 2005:22).

Por su parte, los jóvenes de clase media se reunían en casas para los "repasos de baile", tal como describe en los que la marimba era parte importante. Alfonso Bauer describe estos espacios en la siguiente cita, en la que también hace constar la influencia de la cultura popular mexicana y estadounidense en el país durante este período:

A los 13 años comenzábamos a “hacer nuestros primeros tanes” en los “repasos de baile”. Se iniciaban con vales de Strauss o de compositores nacionales como los Hurtado, Betancourth, Soberanis, piezas que duraban una eternidad [...]. Después de los vales se popularizaron más los ritmos bailables y venían los picaditos fox-trot, los lentos blues, el zapateado del Charleston, los acompasados danzones que debían ejecutarse en estrecha superficie no mayor a la de un ladrillo, para pasar a las movidas polcas o a los entusiasmados pasos dobles de la vieja España o “el jarabe tapatío” de nuestros hermanos vecinos de México o los ritmos caribeños de María Griver o de Ernesto Lecuona, los boleros y, por último, antes de “embrocarse las ollas”, unos tres, cuatro o cinco sonos chapines interpretados por la marimba. [...] Ese patrón costumbrista cambió con la venida de los “americanos”, en época de la Segunda Guerra Mundial, quienes trajeron a Guatemala la música de Glenn Miller y melodías suaves, lentas, lentísimas que se danzaban abrazada la pareja, muy abarazada (“cheek to cheek”, decían los gringos), y también el alegre y movido “swing”, columpiado, mecido (Bauer, 1996: 336).

III.2.c) Comida cotidiana y festiva

La comida cotidiana y festiva se mantenía sin mayores cambios a las décadas anteriores, aunque ya empezaba a observarse mayor influencia extranjera, debido al aumento en las importaciones de alimentos sobre todo de lujo. Sobre la comida festiva las crónicas describen los mismos platos que en décadas anteriores, tamales, pepián y chocolate, como podemos ver en las memorias de Tono Móbil:

Soñábamos con el ocho de diciembre día de la primera comunión y del retrato indispensable. Se nos hacía largo el tiempo para la fiesta colectiva que se celebraría en el colegio: marimba, pino regado, guirnalda de papel de china entrelazado colgando entre los arcos del corredor, refrescos de horchata y canela, barquillos, chiqueadores, [...] y luego, sobre tabloncitos bien adornados, se serviría a los niños sentados junto a sus padres un tamal de lujo acompañado de chocolate con leche y pan dormido (Móbil, 2005: 37).

Respecto a la comida cotidiana, recurrimos a las memorias de Bauer, quien recuerda, la composición de la comida cotidiana en su familia:

Me pregunto ¿cómo no iba a ser voluminoso si la dieta diaria en la casa era la siguiente?:
Desayuno: un vaso grande con el jugo de 4 naranjas, dos huevos estrellados o revueltos, un platón de frijoles con crema, queso o mantequilla y plátanos fritos, cocktail de frutas, tazón de leche con banano y café acompañados de pan dulce. Almuerzo: sopa caldosa, arroz con lorocos y zanahorias, un plato grande de “cocido” con carne cocida, elotes, güisquiles, nabos, ejotes, camote, repollo y no me acuerdo que más, pero luego venía la vianda de carne con ensalada, luego frijoles como los del desayuno, el “dulce” y un tazón de leche con café o con chocolate y champurradas, hojaldras, molletes, cubiletes y demás exquisiteces de repostería. Cena: similar al almuerzo (Bauer, 1996: 331).

Por su parte Mario Guerra, siendo emigrante del departamento de El Progreso, destaca la abundancia e importancia del consumo de pan en la capital, en contraste con su región de origen. También da cuenta del consumo de queso y crema, productos muy tradicionales para a los que la gente de “oriente”:

En cuanto al pan francés, en Oriente no me acuerdo que lo hicieran; no había necesidad puesto que las memelas -tortillas gruesas y suaves- salidas del comal eran incomparables. [En cambio en el barrio San José] Había varias panaderías. [...] estaba la Modelo de la familia Grajeda. [...] La Española, propiedad según tengo idea, de dos hermanos españoles. [...] En las tiendas de barrio se vendía pande 8 x 5. Es decir, ocho panes por cinco centavos. Las fábricas (industrias) en aquellos días, si mal no recuerdo, eran Las Victorias de don Juan Hernández, y La Esperanza de la familia Briz. En aquellos días -como siempre- había pan francés, pan desabrido y pan dulce o de manteca (Guerra, 2007: 26).

La crema muy buena y sin impurezas, procedía de una hacienda muy cercana a la capital y la

llevaba también un indígena enjuto y con unos tres pelos malos en lugar de barba. A veces la comprábamos en un expendio situado a una cuadra antes que la de mi casa, atendido por su propietaria la “Meche Colom”. [...] Frecuentemente llegaban a la casa vendedoras de aves de corral, pobres animales que los tenían “maniados” (Ibid: 30)

Durante los años 50' la comida tradicional de Guatemala seguía siendo representada y consumida en ámbitos populares como mercados, cantinas y ferias o festividades religiosas y seguía como antes restringida a los espacios privados familiares. Como se puede observar en las siguientes citas, extraídas de la “*Guía Del no. 2. Conozca la ciudad de Guatemala*” (Armas, 1950), las referencias a la comida popular las encontramos en la sección dedicada a las “costumbres populares” entre las que el autor incluye las celebraciones del Día de Concepción, Las Posadas, Noche Buena, Semana Santa, Día de los Santos y de Difuntos y la Feria de Jocotenango:

DIA DE CONCEPCION En las plazuelas [...] multitud de mujeres del pueblo acomodan sus fogones a la orilla de las aceras, para ofrecer al visitante riquísimos plátanos fritos y buñuelos en miel. Otras, con grandes canastos venden manís, rosquitas, y otras golosinas, o el popular batido (Armas, 1950: 151).

LAS POSADAS: [...] Después del rezo se da a los concurrentes ponche, agua de canela, horchata y barquillos. Aquella noche es de alegría. Se inicia el baile con marimba, acordeones o guitarras (Ibid: 152).

NOCHE BUENA [...] En casa se sirve a familiares e invitados una cena en la que el plato típico lo constituyen los famosos tamales (de maíz), nacatamales (de arroz) o paches (de papa), los dos últimos, especialmente, en la región occidental. En muchos lugares también se sirve el delicioso chocolate. En la capital y otras ciudades se organizan por la noche bailes sociales. Los salones nocturnos ofrecen danza y cena (Ibid: 153-154).

AÑO NUEVO (1ro de Enero): [...] Los salones públicos ofrecen buena música y cena. Los ricos tamales vuelven a ser el plato favorito (Ibid: 155).

SEMANA SANTA [...] En muchas localidades las familias se obsequian excelente pan, dulce de garbanzo, de tomate o de calabaza. El plato del día es el pescado. Familias de cierta comodidad preparan bacalao, que se guisa muy bien en Guatemala (Ibid: 156).

DIA DE LOS SANTOS Y DE DIFUNTOS (1ro y 2 de Noviembre) [...] La nota típica la da el famoso fiambre, que en algunas localidades, como en la capital, suele ser un magnífico, dispendioso e indispensable plato. Cuando es preparado en casa, suele obsequiarse con él a las amistades. En otras localidades preparan y obsequian también dulce de ayote (Ibid: 156).

III.2.d) Los restaurantes

En cuanto a restaurantes se mantenía la diferenciación entre los de clase alta, especializados en platillos europeos, algunos de los cuales continúan hasta la actualidad como el Viancini hoy Altuna y los comedores y cantinas populares que seguían sirviendo variedades de platillos y bocas tradicionales. Algo nuevo fue el surgimiento de cafeterías al estilo norteamericano,

En la década de los 30' destaca la inauguración de uno de los lugares cuya influencia en la comida popular de la ciudad ha sido decisiva. En el año de 1930, Carlos Dorión inaugura el restaurante “Mixtas Frankfurt”, que se puede calificar como el primero de “comida rápida” en Guatemala. En este lugar se inventaron las “Mixtas” adaptación de los hot dogs al gusto guatemalteco. En la composición del plato es notoria la fuerte influencia de la cocina Alemana, que se adivina en el nombre del restaurante; la inclusión de mostaza en el platillo y la preparación del repollo al estilo “chukrut” (platillo tradicional alemán).

Este local en pocos años adquiere gran popularidad entre los capitalinos. Prueba es esto es que se lo menciona en las tres memorias que estamos reseñando:

Al cumplirse los 14 o 15 años, una manifestación de ser ya “hombrecito” consistía en ir, a la salida de la escuela, a la 6a. Av y 12 Calle de la Ciudad, esquina donde habían dos opciones: o ir al Frankfurt o al piso bajo de Viancini. Al Frankfurt a jugar “Chingona” con el cuchumbo cargado con dados de pokar a salvarse del pago de las “mixtas”, deliciosas y picantes salchichas alemanas con guacamol, repollo y demás, envueltas en tortillas calentitas, o bien se tenía la mala suerte de quedar “clavado” y responder por la cuenta con propina para el camarero del 10% (Bauer, 1996: 337).

Las mixtas del Frankfurt -pequeño local, siempre atestado- te recibía con garzas y tarros de helada y espumante cerveza -clara, negra o mixta- acompañadas de las tortillas con guacamol, salchichas y repollo cocido (Mobil, 2005: 43).

En la esquina de la once calle y sexta avenida frente al cine Lux.. [...] En la esquina de esa cuadra se encontraba la farmacia Klee, sucursal número 1. Frente a ésta se ubicaba un establecimiento muy popular y concurrido, de nombre Frankfurt, que vendía las famosas mixtas, o sea una tortilla que envolvía a una salchicha con guacamol y repollo. En la vecindad funcionaba un salón de billar y en la parte alta con entrada por la 12 calle, el restaurante Viancini, que después se llamó Altuna (Guerra, 2007:116-117).

Ya entrada la década de los 40 se inauguraron las “fuentes de soda”: cafeterías al estilo norteamericano de la época, que empezaron a ser frecuentadas por jóvenes entre quienes primero se empezaron popularizar comidas características de la comida rápida norteamericana:

En la esquina del Portal y la sexta avenida, estaba una fuente de soda -así las llamábamos entonces- de nombre Salón Palacio, la que con frecuencia visitaba con amigas o amigos a degustar un Milk Shake, un Banana Split, un Peach Melva, un Ice Cream, un simple refresco o una taza de café. También eran populares las cafeterías El Buen Gusto, El Buen Gustito, la Cafetería París y la cafetería San Francisco con sus famosas cremas (Guerra, 2007: 94, 95).

La comida de los años 50 no varió demasiado desde la década anterior, lo que se puede observar son los inicios de la comercialización de comida preparada industrialmente, pues En los censos realizados alrededor de 1950 se registra la existencia de numerosas pequeñas industrias, también llamadas “talleres”, con menos de cinco empleados que satisfacían la demanda de alimentos, zapatos y textiles de la ciudad (Torres-Rivas, 2006).

En la *Guía Dal No.2 Conozca la Ciudad de Guatemala* editada en 1951 encontramos una lista de los restaurantes de la ciudad. Por ser una guía pensada para turistas extranjeros entre los restaurantes solo se mencionan a los de “alta categoría”. De este modo no se mencionan lugares muy populares de la época como El Portal o Frankfurt. De los restaurantes mencionados en la guía destacan varios especializados en comida española e internacional y solo una cafetería. Únicamente el restaurante Los Arcos ubicado en la actual avenida de Las Américas, en las cercanías de lo que era el “Club Deportivo Alemán” incluye el término “comida típica” en su anuncio. A partir de los anuncios en esta guía referida se comprueba que el concepto de Restaurante seguía ligado al consumo de comida considerada “internacional” y a los productos importados conocidos como “ultramarcos”:

Las Farolas: Tipismo Andaluz, Restaurante Bar, vinos y comidas españoles, precios populares, frente al ala oeste del palacio nacional.

RESTAURANTE LOS ARCOS. Final de la calzada de La Reforma (tome taxi). COCINA TIPICA

E INTERNACIONAL – BAR DE PRIMERA CLASE – EL LUGAR ESCOGIDO POR LA GENTE DISTINGUIDA

FUENTE DE SODA “PALACIO” HELADOS DE ALTA CALIDAD SERVICIO ESMERADO.

FORNOS RESTAURANTE -TÍPICO- ESPAÑOL SERVICIO COMPLETO DE RESTAURANTE Y BAR Cocina especializada en platos españoles

RESTAURANTE CLUB - Donde se atiende mejor. Licores extranjeros y del país.

“CASA COLORADA” J. VIDAL FERNANDEZ. Tiene el mejor surtido en abarrotes, vinos y licores, de las mejores marcas y a los precios más bajos

RESTAURANTE Y SALON DE TE FANTASIA EL MEJOR DE LA CIUDAD AMBIENTE GUATEMALTECO

¿Para la buena mesa? LA SEVILLANA – Ricos vinos españoles y franceses -Vermouth Cinzano original, vinos generosos de Málaga y Jerez, Champagne Clicquot, Sidra – Champagne y un gran surtido de conservas de pescados y ultramarinos.

Fuente: (Armas, 1950).

III.2.e) Las Cantinas y los bares

Como en épocas anteriores las cantinas y los nuevos centros nocturnos que se abrieron en la época, entre los que destacan “El Gallito” y “El Granada”, eran refugio de la gastronomía guatemalteca como se puede comprobar en los recuerdo de Tono Móbil:

Cuando teníamos alguna plata la fiesta comenzaba en La Nochebuena, doce avenida y octava calle. Lugar de buena comida, su especialidad eran las tiras en miltomate. La multitud libando a todo vapor esperaba en sus mesas el momento en que se anunciara el plato de tiras. [...] Si de comer bien se trataba, disponíamos de una buena lista de bares y restaurantes. Entre los mejores estaba el costa azul de doña Licha. Nuestras pobretas no nos permitían frecuentarlo. Íbamos solo cuando alguien celebraba su graduación de abogado y notario; una larga lista de delicadezas y bebidas nos obligaba a comer y beber sin descanso, casi en silencio para no perder bocado.

Cuando nos amanecía la farra solíamos ir a Mi Ranchito. Abierto la noche entera, disponíamos de una sopa pavesa o de huevos a la ranchera rociados con cerveza helada.

Un lugar que se mantiene hasta el día de hoy como referente social y gastronómico de la ciudad es el “El Portal”, situado en el centro de la ciudad al interior del “Pasaje Rubio”. Este fue inaugurado a inicios de la década de los 40 y al poco tiempo ganaría gran popularidad. En las memorias de Tono Móbil y de Mario Guerra se lo menciona:

Bares, restaurantes y fuentes de soda abrían sus puertas al gourmet exigente o al joven voraz que se solazaban con las viandas y las bebidas que ofrecían aquellos establecimientos. Si querías mariscos o carnes finas ibas al Viancini, hoy Altuna, ubicado en aquella época en la sexta avenida y doce calle: abajo el excelente bar y arriba de las gradas de piedra el restaurante muy bien puesto. El Pasaje Rubio acogía el bar y restaurante El Portal, atendido por don Esteban, su propietario, en donde se comía y bebía casi en familia (Móbil, 2005: 40).

Digno de mencionar es el Restaurante El Portal, ubicado en el fondo [del Pasaje Rubio] en donde concurrían los tres pasillos del Pasaje. Era muy concurrido y su atractivo mayor eran las boquitas (botanas o tapas), los magníficos gruesos y jugosos bistecs, así como las mixtas -una combinación de cerveza clara y oscura de barril-. La marimba Alma India de Marco Tulio López alegraba a la concurrencia los sábados al mediodía, conciertos que eran retransmitidos

por Radio Morse [..]. Este lugar era atendido por camareros de ambos sexos y en el Bar don Lico. El propietario era don Esteban Jiménez [En los años 60.]. continuó con la misma línea y con su esposa Regis inauguró otro restaurante en la zona 2, el Granada, más popular, con buena comida y buenas bocas, que recordaban a las del portal (Guerra, 2007: 107).

III.3- DE LA CONTRARREVOLUCIÓN AL TERREMOTO DE 1976

En 1954 se cortó de tajo la etapa de florecimiento económico, político y social del país, con el derrocamiento del gobierno de Arbenz, por medio de una invasión militar apoyada por los Estados Unidos que derivó en la instalación en el poder del Coronel Carlos Castillo Armas. Sin embargo aunque a nivel político se volvió al modelo autoritario bajo mando militar, a nivel económico la contrarrevolución no significó un regreso al régimen liberal anterior a 1944. Al igual que su antecesor el nuevo régimen adoptó políticas desarrollistas, aunque sin las características nacionalistas que tenían en el periodo anterior, ahora el proceso de desarrollo se “perfiló en dependencia con la inversión norteamericana y sin cuestionar el modelo agroexportador” (Camus, 2005:44). Así, las principales instituciones creadas en la década anterior, como el Banco de Guatemala y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, entre otras, se mantuvieron. También se dio continuidad a los proyectos de infraestructura iniciados por Arbenz como la carretera al Atlántico, el Puerto de Santo Tomás y la hidroeléctrica Jurún Marinalá, con el apoyo financiero de los Estados Unidos. También los gobiernos de la contrarrevolución conservaron y aplicaron la ley de fomento industrial de 1946.

Entre 1950 y 1970 se produjo la etapa de mayor crecimiento económico mundial en la historia, lo cual se vio reflejado en Guatemala donde se vivió la etapa más intensa de modernización capitalista de su historia. Este crecimiento se debió en parte al proceso de diversificación agrícola iniciado durante el gobierno de Arbenz que rompió con el modelo de monocultivo del café con la introducción del algodón, seguida en los gobiernos posteriores por la industrialización de la caña y el desarrollo de la ganadería para la exportación. El impulso al desarrollo ganadero inició en 1959 causado por el aumento del consumo de carnes rojas en el mercado norteamericano, sobre todo en forma de carne para hamburguesas y carnes frías, para la floreciente industria de la comida rápida (Torres-Rivas, 2006).

A partir de 1960 se produce un empuje a la industrialización del país en el marco de la creación del Mercado Común Centroamericano, bajo las premisas del modelo económico de sustitución de importancias. Este proceso de integración permitió el acceso de nuevos productos de consumo industrializados, a los sectores de niveles de ingreso medio y alto en Centroamérica, hacia quienes se orientó la producción debido a la falta de un mercado interno suficientemente fuerte en el país. En esta década el crecimiento del sector industrial duplicó el crecimiento del producto interno bruto en general. El crecimiento industrial se debió en parte a la fuerte entrada de divisas producto del programa “Alianza para el Progreso” impulsado por el gobierno de los Estados Unidos (Torres-Rivas, 2006).

Sin embargo, como afirma Torres-Rivas, los resultados obtenidos del Mercado Común Centroamericano, fueron una “modernización capitalista sin cambio social ni autonomía nacional”, ya que este proceso solo propició la penetración del capital extranjero y el reforzamiento del “carácter neocolonial y la dependencia de la estructura política y económica” (Torres-Rivas en Camus, 2005:44).

III.3.a) Años 60: la época de la industrialización

Los incipientes procesos de industrialización y la disminución de las tasas de mortalidad que propiciaron el crecimiento vegetativo de la población urbana hicieron crecer la población de la ciudad de 284,000 habitantes en 1950 a 572,000 en 1964, rompiendo definitivamente los límites originales de la ciudad. (Gellert, 1995). Este proceso de urbanización se caracterizó por ser extremadamente rápido y desordenado, que produjo un poblamiento hacinado y favoreció un acelerado proceso de tugurización de la ciudad.

En estos años comienzan a delinearse las tendencias de ocupación y segregación espacial que determinan las fronteras sociales urbanas hasta la actualidad. Entre 1950 y 1960 la clase alta culminó el histórico abandono del centro de la ciudad trasladándose hacia los barrios residenciales de la región sur. Por su parte la clase media ocupó el sector central y luego se ubicó en las cercanías de los barrios de clase alta. Para los sectores más pobres fue cada vez más difícil encontrar casa, por lo que se dieron las primeras tomas de terrenos baldíos y de laderas de barrancos, y la ocupación de casas deterioradas en el sector central de la ciudad (Ibid, 1995).

El proceso de acelerado crecimiento económico de los años 60' se vio acompañado por una serie de transformaciones en los hábitos alimenticios de los capitalinos que podríamos llamar de "industrialización de la comida". Estos se debieron por una parte al proceso de industrialización, con la aparición de nuevas industrias alimenticias y el crecimiento de las que ya existían. La mayoría de estas industrias se fundaron a finales de los 50' y principios de los 60', para ser rápidamente absorbidas por multinacionales estadounidenses.

En estos años surgen productos alimenticios industriales que se incorporan a la dieta guatemalteca y a que ahora forman parte integral de la misma, por ejemplo los flanes Royal, los jugos procesados Tampico, los Tor-Trix y Cheez Trix, las salsas Natura's y los frijoles enlatados Ducal. También se popularizan las pastas: los fideos para Chaomin de la fábrica Cantonesea y sobre todo las salsas tipo Ketchup y mayonesa.

En el cuadro no. 1 se puede observar el surgimiento de múltiples industrias alimenticias durante la década del 60 y la rápida absorción de las mismas por parte de empresas transnacionales:

Empresa	Fundada	Adquirida por	Fecha de venta
Productos Alimenticios René	1964	Beatrice	1970
Productos Alimenticios Peter Pan	1957	Beatrice	1967
Aliansa	1964	Cargill	1965
Alimentos Mariscal	1963	Central Soya	1968
Concentrados Integrales	n.a	Central Soya	1968
Industrias de Café	1957	Coca Cola	1964
Productos Alimenticios Sharp	n.a	Coca Cola	1961
Foremost Dairies de Guatemala	1960	Foremost-McKesson	1960
Industria Harinera Guatemalteca	1958	General Mills	1969
Molinos Modernos	1963	Pillsbury	1966
Productos Alimenticios Imperial	1941	Pillsbury	1967
Fabrica Kugar't's	1960	Pillsbury	1967
Autocafé Purina	n.a	Ralston Purina	1961
Alimentos Ducal	1963	W.R. Grace	1967
Alimentos Kerns	1957	W.R. Grace	1967
Dely	1959	Standard Brands	1965

Cuadro No. 1. Fuente: Dosal, 2005:219

Al mismo tiempo que se industrializaba la ciudad, desde los años 50' la industria agropecuaria nacional experimentaba un espectacular crecimiento. Primero del sector ganadero orientado a la exportación hacia el mercado norteamericano, que ya hemos mencionado. Este auge trajo grandes beneficios para los terratenientes agroexportadores, pero agravó la crisis social al sacrificar las mejores tierras agrícolas para dedicarlas al pastoreo y en el proceso desplazar a miles de campesinos que se vieron obligados a cultivar maíz y otros cereales básicos en tierras de mala calidad. Como consecuencia en este periodo, entre 1958 y 1975, los países centroamericanos perdieron su autosuficiencia alimentaria que dio origen a una escasez de granos básicos que aunada al crecimiento demográfico produjo una regresión en los niveles de nutrición de amplios sectores de la población (Torres-Rivas, 2006:87).

A partir de la década de los sesenta, la industria avícola comenzó a desarrollarse aceleradamente como resultado de las exoneraciones de impuestos y aranceles otorgadas por el decreto legislativo No. 1331 "Ley de Fomento Avícola" (Dic/1959), que estimularon la inversión privada y dieron origen al establecimiento de granjas tecnificadas. Estos beneficios fiscales permitieron que muy pronto los productos avícolas formaran parte integral de la dieta básica de los guatemaltecos. Uno de los grandes beneficiados fue la familia Gutiérrez, la cual fundó a principios de la década la Industria Avícola Villalobos que actualmente es la operación avícola más grande de Centroamérica y el Caribe y que ha permitido a la familia acumular una de las fortunas más grandes de Guatemala (Pérez y Pratt, 1997).

III.3.b) Ideología de la modernización y nuevos modelos de consumo

El acelerado crecimiento económico de los 50 habían permitido crecimiento de las clases medias y una nueva propensión a consumo de productos importados debido al aumento de la renta y de la capacidad de importar y al aumento del consumo interno (Torres-Rivas 89). Tanto como por una ideología de la "modernización" y el surgimiento de un "boom de la clase media emergente" de los 60 que "ligada a procesos de desarrollo económico y crecimiento urbano se consideraba en vías de "superación" que sin embargo ya en esta década era cuestionada fuertemente por la realidad de la ciudad. (Camus, 2005:16).

Estos procesos, crecimiento económico y la expansión de la educación a todos los niveles, que se produjo a partir de la Revolución de Octubre, permitieron la emergencia la juventud como sector diferenciado dentro de la sociedad guatemalteca a partir de los años cincuenta en la ciudad de Guatemala. En este momento surgen diversas expresiones de la juventud: como estudiantes, como segmento del mercado y como actores políticos. Puede decirse que durante la década de 1960 es cuando la "condición juvenil" se expande a todos los sectores de población urbana. En este momento surge la juventud como representación social, cumpliendo un papel muy importante el proceso de creación un nuevo "mercado juvenil", el cine, la TV, las revistas y la radios".(Escobar y Rendón 2002).

Esta ideología de la modernización se tradujo para las clases medias urbanas en la adopción de nuevos modelos de consumo importados desde los estados unidos, cuyos más grandes símbolos fueron la instalación de los primeros supermercados en la ciudad y el surgimiento de las cafeterías de comida rápida asociadas a la cultura del automóvil y la emergencia del sector "juvenil". Estos permitían a los sectores medios vivir la experiencia de la modernidad, dada mas mediante el consumo que por el acceso a servicios o el acceso a servicios o al ejercicio de la ciudadanía. (Levenson, 2005:4).

A nivel internacional los años 50 y 60 vieron el nacimiento y desarrollo de la industria de la “fast food” en los Estados Unidos, la que difundida a través de sus poderosas industrias culturales, rápidamente influenció la comida guatemalteca donde hamburguesas, milk-shakes y hot dogs se popularizaron. El arquetipo de los primeros restaurantes de comida rápida en los Estados Unidos, fueron los “drive inn”, asociados a tanto a la cultura juvenil, como a la del automóvil, ya que los clientes eran atendidos directamente en sus carros se les servían comidas que se pudieran comer sin necesidad de mesas ni cubiertos.

Otro icono del proceso de modernización de los 60 fue la instalación de las primeras tiendas de autoservicio o supermercados. En 1962 se instaló en la Plazuela España la primera “Super Tienda Paiz”. Este negocio inaugurado en 1928, tradicionalmente había sido una exitosa tienda ubicada en el centro de la ciudad. En la década de los 60 pasa a ser administrada por el hijo de los dueños originales, quién había estudiado en los Estados Unidos y a su regresó aplicó al almacén los conocimientos adquiridos en aquel país, convirtiendo los almacenes tradicionales en las *Supertiendas Paiz*.

El siguiente relato titulado “Mi Colonia”, resume los cambios que se producían a nivel urbano y hábitos de consumo, para una familia de clase media. También se hacen algunas referencias culinarias que ilustran el aumento del consumo de pollo y de productos industrializados y su asociación a la prosperidad económica y la modernidad:⁷

Corrían los 60's. Tanto mis padres como abuelos pensaban que “los Uatlanes” (I y II) estaban muy, muy lejos del centro...[.] Mis hermanas y yo todavía estudiábamos y prácticamente todos los colegios privados tenían servicio de bus a la colonia, aunque las rutas 10 de Mixco y la 15 Directo -de Cotiío a la zona 6 de Guatemala- cumplían con el servicio en este recorrido. [..] Uatlán II. Era la única colonia que contaba con su propio supermercado [Paiz] , lo que la hacía un lugar muy agradable y práctico para vivir. [..]

Mi madre se esmeraba con el almuerzo dominical, pues era el único día que estando todos juntos a esa hora, no habían prisas. En aquel tiempo, el almuerzo esperado para los domingos debía tener un buen par de pollos en él. Ya que no vendían las piezas sueltas sino que se compraban enteritos.

Recuerdo muy bien los pollos dorados que cocinaba mamá, acompañados de puré de papas y una salsa de tomate con alcaparras ¡que eran de chuparse los dedos! Y nada mejor para completar el plato que arvejas en mantequilla (alverjas, como dicen en Xela) que se agarraban más fácil dejando un poco de puré en el tenedor. El postre podía ser de duraznos y cerezas en miel, que a todos nos encantaban; o tal vez, un flan de esos de cajita, marca Royal, con caramelo bañando cada porción. Grandes vasos de limonada fría nos servían de ayuda para “bajar la comida” y las tortillas calientes nunca faltaron a la mesa.

III.3.c) La aparición de la comida rápida norteamericana

En el libro *Cocinas y Batallas* de Francisco Pérez de Antón, sobre la historia de Pollo Campero el autor hace una breve descripción sobre el estado del mercado de comida en la capital hacia finales de la década de los 60. Lo que nos describe presenta bastantes diferencias con las descripciones consultadas de la década anterior. Entre las transformaciones destacan el auge de la carne asada, la proliferación de los restaurantes de comida china y sobre todo la llegada de la llamada comida rápida: las hamburguesas y

⁷ Publicado por “Carmen” en el blog “Guate360”. Puede consultarse el relato completo en: <http://www.guate360.com/blog/2006/07/03/mi-colonia/>

el pollo frito.

En aquella ciudad no muy feliz, pero si alegre y confiada, los sitios donde comer no eran muy abundantes. Tanto la comida rápida como la alta cocina estaban por desarrollarse y el público se inclinaba por la carne asada en lugares como “La Parrillita” o en el célebre y celebrado “Churrasco” del centro de la ciudad. Había también un local pequeño, pero muy concurrido “La casa de las hamburguesas”, una cafetería de tipo americano, “Pecos Bill”, y otras tres o cuatro de menú sencillo que respondían al nombre de “Cafesa”. En el centro podían encontrarse restaurantes de comida china, como Fu Lu Sho, o española como “Altuna” (2002, 29)

Estas transformaciones inician con fuerza hacia finales de los años 50, cuando aparecen en Guatemala las primeras cafeterías dirigidas hacia los jóvenes que seguían el modelo de la “comida rápida” estadounidense. Las primeras fueron “La Rotonda”, “El Pecos Bill” y “Cafesa”, cafeterías similares a las que aparecían en las películas de Hollywood sobre adolescentes, contaban con “Rockola” y servicio de “Drive inn”. En ellas se vendían principalmente hamburguesas, papas fritas, “milk shakes”, y Coca Cola. También surgieron cafeterías similares ubicadas en el centro de la ciudad, aunque sin servicio de “Drive Inn”, como la cafetería “Hawai”, muy concurrida por adolescentes, las tardes de los días entre semana. (Escobar Rendón, 2002)

De acuerdo al historiador Arturo Taracena el primer “Drive-inn” de Guatemala se llamó La Rotonda y estaba situado en la Plazuela España:

Lo inauguraron [se hizo] hacia 1957-1958 en la moda que apareció con el rock-en-roll y las películas “West Side Story” (1957), al “Este del Edén”, teniendo a Elvis y James Dean como figuras. Su gerente era Jorge Carpio Nicole. Luego aparecieron Cafesa, en la sexta avenida de la zona 4, la Cafetería Capri en la 12 calle de la zona 1, fundada por Federico Méndez. (Entrevista personal, 2007)

Otra cafetería famosa de esta época era “CAFESA” decorada al estilo “americano” de los años 60, la cual fue inaugurada el 9 de diciembre de 1960 por Antonio y Amalia de la Torre. Ofrecía el servicio de “Drive-Inn” y estaba equipado con una Rockola, además fue el primer restaurante en Guatemala en ofrecer el novedoso servicio de 24 horas. Esta cafetería fue muy popular se convirtió en un referente de la ciudad. Según relata Frieda Morales durante los 60 y 70 fue visitado importantes personalidades de la política y el espectáculo de la época como “Cantinflas, Marco Antonio Muñiz, los Churumbeles de España, Mini Mini, Alicia Azurdia, y los mandatarios Ydígoras Fuentes, Julio César Méndez Montenegro y Vinicio Cerezo, entre otros”.(Morales Barco, 2008)

Esta cafetería es mencionada varias veces en la novela “Los Compañeros” de Marco Antonio Flores, que nos presenta una imagen de la ciudad desde el punto de vista de los jóvenes politizados de clase media que protagonizaron el movimiento de La Resistencia, primera guerrilla urbana, durante los años sesenta.

- *-Si querés cruzás aquí en la sexta para el centro, antes de llegar a la muni esta Cafesa, allí podríamos hartarnos algo.[..]*
- *Si pues. Tenés razón. Allí es un buen lugar para hartarnos un taco. [..]*
- *Tenés razón, Cafesa esta bien, ahí dan buenas boquitas con las frías. [..]*
- *Ya llegamos vos, ¿qué vas a querer ahora? [..]*
- *Yo creo que un ceviche de concha, vos, y una Coca bien fría.*
- *¿No querés una cerbelia bien frígida?*
- *Si no bebés, no bebo yo.*
- *Ta' bueno pues, que me traigan una fría pues,*
- *Un ceviche, una hamburguesa y dos Gallos bien heladas, por favor (Flores, 41, 45, 46).*

El "Drive Inn" más famoso y asociado a la nueva cultura juvenil y dentro de esta, al incipiente movimiento rockero de la ciudad fue el Pecos Bill. El "Pecos" –en la zona 4 - era uno de los lugares a los que acudían los jóvenes (en grupo o en pareja) por ejemplo, el sábado en la noche después de ir al cine o a una fiesta. (Escobar Rendón). En la novela Rockstalgia del entonces de uno de los precursores del Rock en el país, Jorge Godínez (1996) se le menciona varias veces y se lo describe con bastante detalle:

- *¿A dónde me vas a llevar?*
- *Donde Tu quieras ir.*
- *¿Te gustan las hamburguesas?*
- *No es mi plato favorito, pero si les entro ¿Quieres hamburguesas?*
- *¿Algún lugar especial?*
- *Me gustan las de Pecos Bill*
El drive-in, por ser sábado y también por la hora estaba muy concurrido. [...] Atravesamos el restaurante y nos acomodamos en un rincón, en un sillón alto de cuerina, de esos cuyo respaldo es doble. La Rockola quedó frente a nosotros. [...] Al centro de la mesa, entre la caja de las servilletas de papel y la botella de salsa Ketchup... [...]
- *¡Hamburguesas con papas fritas! ¿Verdad?*
- *De acuerdo*
- *¿Y de tomar?*
- *Yo una cerveza. ¿Y tu?*
- *Milk Shake de Fresa, o mejor una Coca-Cola float. (P 81).*

III.3.d) Los restaurantes chinos

A partir de la segunda mitad de los años 40 y los inicios de los años 50, luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, se produjo en los Estados Unidos un crecimiento en la demanda y la popularidad de la comida china. Si bien esta había existido desde el siglo XIX en aquel país fue hasta este momento que se masificó su consumo y que esta cocina (chinese-american), se configuró en su forma actual, pues fue en este momento que se creó el concepto de "restaurante chino" que vendía la comida en cajas de cartón listas "para llevar" (take out) y también fue el momento en que los productos industrializados de la comida china, como la Salsa de Soya y los fideos para Chaomin y los brotes de Bambú, llegaron a los estantes de los supermercados de todo el país. Pequeñas empresas como -LaChoy- y -Kikoman- especializadas en estos productos se convirtieron en grandes compañías de alcance nacional.

Pocos años después se viviría en Guatemala el mismo proceso, en el que se conjugarían varios factores: la creciente influencia de la cultura popular estadounidense en el país, el crecimiento de la colonia china y el auge de las industrias alimenticias en el país. Como ya se mencionó en Guatemala la comida china había estado presente desde principios del siglo XX, como restaurantes populares, frecuentados por población pobre tanto en la ciudad como en los pueblos de la costa sur y el Caribe donde se asentaron poblaciones de origen chino. El cambio que se produce en la década de los cincuenta es que surgen nuevos restaurantes ubicados en las mejores zonas de la ciudad -la Sexta Avenida y sus alrededores-, que empiezan a ser frecuentados por la clase media y alta del país.

Desde los precursores chinos del siglo XIX y principios del XX la población china del país siguió creciendo primero por vía de matrimonios arreglados entre chinos residentes en el país y mujeres residentes en china, y también como consecuencia de migraciones masivas de refugiados económicos y en otros casos políticos, como durante la invasión japonesa de china en los años 30 y después de la segunda guerra mundial. Según la historiadora (Campang 9&9) hacia 1940 la colonia china de Guatemala contaba

con 809 familias repartidas por todo el país (fundamentalmente, en Guatemala, Izabal, Santa Rosa, Suchitepéquez y San Marcos). Actualmente algunas estimaciones calculan la población de ascendencia china del país, -incluyendo a descendiente de segunda y tercera generación- en 15 mil personas.

En julio de 1954 Yat Ming Campang y su esposa Olga abrieron el restaurante Cantón ubicado en la 5ta avenida de la zona 1, en frente del parque Concordia. Este restaurante se especializó en comida, sus especialidades más reconocidas fueron el “Chaomin” y las bocas de “Wantán”, rápidamente se convirtió en un icono del centro de la ciudad y en su época de oro fue frecuentado por personalidades del ámbito político y cultural el país como los escritores Miguel Angel Asturias y Manuel José Arce y los presidentes de la república Juan José Arévalo y Miguel Ydígoras Fuentes. Fue conocido también por ser lugar de reunión al mismo tiempo de militantes, guerrilleros, de judiciales y militares durante los años 60 y 70. El restaurante aún existe, aunque ahora se encuentra en la 6ta calle de la zona 1 entre 3ra y 4ta avenidas, cuadra donde se concentran actualmente varios restaurantes chinos.

El 15 de marzo de 1956 Victoriano Chang Sam inauguró el restaurante Fu Lu Sho, ubicado en la 6ta avenida de la zona 1, entonces la más elegante de la ciudad. Además del *chaomin* y el *wantán*, en este restaurante hizo famosa la “Sopa Min”. A diferencia de Cantón, el Fu Lu Sho se convirtió durante los años 60 en una cafetería “juvenil”, vendiendo hamburguesas, *sandwiches* y *milk shakes*. El restaurante aún existe y en el año 2007 fue declarado por el ministerio de Cultura y Deportes como un punto de identidad del Centro Histórico en el marco del X Festival del Centro Histórico.

Este restaurante es mencionado por Tono Móvil en sus memorias, después de regresar al país de su exilio en Chile, hacia finales de la década de los 50:

[1958] ¡Estaba de vuelta en Guatemala! Creí que nunca me había marchado cuando la marimba Maderas de mi Tierra interpretó por la radio TGW, como si hubiese sido ayer [...] Cuando salí [cita con Bernabé Linares jefe de la policía judicial], casi a la medianoche, mi querido amigo y vecino me esperaba en el parque Concordia aterido de frío. Buscamos la puerta del Fu Lu Sho para bajarnos las primeras cervezas y nos amaneció en el bar “Aquí Nadie Pasa Sin Saludar Al Rey” (2005, 132-135).

Finalmente durante los años 50 se fundó la industria alimenticia “Cantonesa” propiedad de emigrantes chinos que inició la comercialización de productos chinos industrializados, principalmente los fideos para “Chaomin”, la Salsa Soya y el condimento “Saborín” (glutamato monosódico). Ante la creciente popularidad de estos productos surgieron nuevas industrias competidoras y otras como Molinos Modernos incursionaron en la comercialización de estos productos.

De este modo la comida china se trasladó de la periferia culinaria al centro de la misma, y se incorporó a la dieta de amplios sectores sociales, a partir de ese momento fue posible consumirla en la 18 calle o en el Sexta Avenida, o preparar una versión casera de ésta, comprando en las tiendas los fideos y los condimentos necesarios para cocinar un Chaomin o un bistec chino.

III.3.e) La versión popular de la comida rápida

En los apartados anteriores se mostraron los cambios en los patrones de consumo de alimentos asociados a la modernización: al aumento de la industrialización, el crecimiento

económico y la adopción de modelos de consumo estadounidense de parte de la creciente clase media. En la misma época también se dieron cambios importantes en la alimentación de los sectores populares de la ciudad, asociados a su acelerado y desordenado proceso de crecimiento urbano y al fracaso de las promesas de la modernización industrial. En el primer caso, el crecimiento de la ciudad que implicó grandes desplazamientos para sus habitantes, provocó el cambio en la jornada laboral tradicional dividida en dos periodos por la actual jornada única. Esto dio gran impulso a la venta de alimentos en la calle destinada a los trabajadores que ya no podían regresar a sus casas a almorzar, así como para la siempre creciente población flotante que llegaba diariamente a la ciudad a estudiar, comerciar y trabajar. Al mismo tiempo la falta de oferta de empleo en la ciudad implicó el desarrollo de la economía informal como alternativa de subsistencia para amplios sectores urbanos, así como la apropiación de la calle como lugar de comercialización por parte de este sector. La venta de alimentos formó parte de esa transformación y dio lugar a la transformación de la forma de consumo de los alimentos tradicionales y el nacimiento de nuevos platillos adaptados a las condiciones específicas de venta y consumo en la calle.

Un ejemplo muy claro de estos cambios es la transformación del sector de la 18 calle de la zona 1. Este sector había marcado anteriormente el límite de la antigua ciudad, pero para los años 60 se había convertido en el mayor centro de comercio popular y en el punto de llegada y salida de numerosas rutas de transporte urbano y extraurbano. En los años 60 ya la 18 calle sus calles empezaron a verse ocupadas por puestos de venta de todo tipo de comida; en sus alrededores surgieron numerosos restaurantes y comedores populares, incluyendo restaurantes chinos y de comida mexicana, también fue aquí que aparecieron las primeras carretas de hot dogs, que vendieron este producto en la calle bajo el nombre de “Cheveres”.

En un reciente artículo la investigadora Frieda Molares Barco, describe al ambiente del sector de la 18 calle en los años 60, lugar donde surgieron los ahora tradicionales Mariachis de la ciudad, de clara influencia mexicana. En su descripción se incluyen referencias a la dinámica urbana de este sector de la ciudad y se mencionan varios restaurantes de la época y el apareamiento de las carretas de Cheveres:

El ambiente que propició el surgimiento de los grupos de mariachi en la capital se formó en las proximidades de la 18 calle, entre la 4ª a la 9ª avenidas de la zona 1, Centro Histórico, en especial alrededor de los restaurantes El Zócalo, La Fuente, Los Pollos, El Signo; las barra-show, cafeterías orientales y las primeras carretas Chévere. Asimismo, en las plazas Barrios y del Amate, donde tenían su terminal los ruleteros, y en el bingo El Calvario. Estos establecimientos atraían a público diverso durante el día, pero el que se quedaba a medianoche, después del cerrar el bingo, requería de entretenimiento. Es aquí donde entran a jugar su papel los músicos de mariachi y nortños. (2008:7)

III.3.f) Los Hot-Dogs ejecutivos

En la década de los 60 aparecen los “hot dogs ejecutivos”, utilizando la misma receta inventada en la Frankfurt casi 30 años antes, con la diferencia de que se vendía en la calle y era más común que se vendieran hot dogs que mixtas. Este negocio nació asociado a la entonces pujante zona comercial de la zona 4, según varias entrevistas y fuentes orales, tomaron el nombre de “ejecutivos” por ser la mayoría de su clientela funcionarios de las empresas del sector. Al poco tiempo las carretas de hot dogs se extendieron hasta la esquina frente al Liceo Guatemala, uno de los colegios más prestigiosos de la ciudad y desde entonces fueron conocidos como se les conoció como

“los hot dogs del Liceo”.

Existen múltiples versiones sobre el origen de esta comida popular en la ciudad de Guatemala, todas son muy parecidas excepto por el nombre de la primera persona que los vendió. La versión que presentamos apareció en el suplemento de la municipalidad de Guatemala “Barrio Querido” dedicado al Cantón Exposición:

Esta tradición comenzó con Francisco Ramos, quien instaló una carretilla de “hot dogs ejecutivos” a la que bautizó con su apodo, “El Chino”, a la entrada de la iglesia Yurrita, porque la mayoría de sus clientes eran hombres de traje y corbata que trabajaban en el sector. Éstos llegaban atraídos por el precio accesible, la rapidez y los sabrosos pirusos (panes) con aguacate y salchicha, tan diferentes de los tradicionales emparedados. El toque chapín del guacamol se convirtió en el secreto de su éxito. Don Francisco, al darse cuenta de que el negocio prosperaba, lo fue extendiendo hacia otros lugares del sector, hasta llegar a la esquina del Liceo Guatemala, donde a la hora de salida de clases, al mediodía, los alumnos se amontonaban para pedir un “shuco” (Morales Barco, 2007).

Por su parte, el historiador Arturo Taracena explica cómo, en sus inicios los hot dogs del liceo -que también se conocerían después como “del Chino”- se popularizaron entre los estudiantes de colegios privados de clase media para luego expandirse hacia otros sectores gracias a su precio accesible. Una de las anécdotas que cuentan quienes fueron estudiantes del Liceo Guatemala durante los años 60, es que se podían pedir hot dogs “Speshials”, que no traían salchicha y costaban la mitad:

Frente a iglesia Yurrita empezó a vender hotdogs en una carretilla un señor eminentemente ladino, que pronto adquirió fama, pues los alumnos del Liceo Guatemala empezaron a comprárselos. Por cuestión de clase, éstos pasaron la [moda] a los del [Liceo] Javier, la Prepa[ratoria], etc. Precisamente, la cuestión clasista hizo que a esos hotdogs de la calle se les denominase como “shucos”, pues se veía en ellas una falta de higiene, pero su sabor y el hecho de que patojos no tuviésemos mucha plata, los hacía deseables (Taracena, entrevista personal 2007).

III.3.g) Los bares y las cantinas

En esta década de grandes cambios en los patrones de consumo, que hacían temer a Luis Luján respecto de un proceso de “cocalización” irreversible, las cantinas se presentan nuevamente como un baluarte de las tradiciones culinarias urbanas. En las crónicas de la época las vemos mencionadas como siempre asociadas a las “bocas” tradicionales. No obstante también se aprecian el apareamiento de nuevos platillos identificados como parte de esta categoría. En el primer caso se trata de los tacos, influencia directa de la cultura popular mexicana y en el segundo la aparición de los ceviches, que desde entonces adquirieron a gran popularidad asociados al consumo de cerveza y como comida para aliviar los efectos de la “goma” o resaca alcohólica, como se puede observar en las memorias de Tono Móvil, en ese entonces una persona de alrededor de 30 años, que frecuentaba las cantinas tradicionales, así como en las siguientes citas de la novela Rockstalgia, que nos muestran los lugares frecuentados por un adolescente de clase media baja, residente en la zona 5:

Tono Moronga (jamás se pudo quitar el apodo) nos invitó a Tacos Joven y allí amanecemos entre cervezas y humo de cigarrillo (Godinez, P 91).

Para poder platicar a nuestras anchas nos dirigimos a la cervecería La Choza, tomamos vasitos de cercha con boquititas de seviche de conchas, servido en las conchitas (Godinez, p 206).

III.4- EL PROCESO DE METROPOLIZACIÓN

A partir de los años 60 inicia el proceso de metropolización de la Ciudad de Guatemala, esto es el rebasamiento de sus límites municipales originales y la absorción de municipios aledaños a la urbe. Este proceso se intensifica y generaliza en la década siguiente, en que la ciudad continuó modernizándose, especialmente mediante la construcción de infraestructura vial, como la construcción del anillo periférico en 1976 así como la instalación de nuevas colonias residenciales para sectores de ingresos medios y medios-bajos. Algunas de las características de este proceso son la concentración de la población en la capital y el aumento de la primacía urbana de la misma y la expansión territorial periférica hacia los municipios vecinos. Como consecuencia de estos procesos disminuye la calidad de vida de los capitalinos, debido a la profundización de los problemas históricos de la ciudad y el surgimiento de nuevas problemáticas relacionadas con la metropolización, tales como: “crisis de vivienda, servicios y equipamiento urbano; deterioro ambiental; crisis de empleo y creciente informalización de la economía; aumento de la pobreza, exclusión social y violencia urbana” (AVANCSO 2003:95).

Ya en la década de los 70 las consecuencias negativas del acelerado y desordenado crecimiento de la ciudad se hacen palpables, la expansión de los asentamientos marginales y la ubicación de los mismos en lugares de alto riesgo. Según un estudio de AVANCSO para 1968 más de 60, 000 habitantes de la ciudad vivían en este tipo de asentamientos (Ibíd., 108). El terremoto de 1976 destruyó la mayoría de construcciones precarias de las zonas tradicionales en las que vivía gran parte de la población pobre. A raíz de este desastre, se agudiza el problema de vivienda en la ciudad y se multiplican las tomas masivas de terrenos y la construcción de asentamientos precarios. En este momento surgen colonias marginales como La Carolingia y Tierra Nueva y se densifica el poblamiento de otras como La Bethania.

Como se ha mencionado antes la migración del campo a la ciudad fue uno de los factores que incidieron en su crecimiento explosivo a partir de los años 40. Según varios autores, desde sus inicios ésta se puede atribuir más a los factores de expulsión que se dieron en el campo -crisis del sistema de producción agrícola campesino basado en el minifundio- que a los factores de atracción -demanda de empleo- que ofreciera la ciudad. De hecho ni en el período de mayor industrialización hubo una oferta de empleo que cubriera las necesidades de la población urbana. Para mediados de la década de los 70 la mitad de la fuerza laboral se encontraba empleada en “establecimientos artesanales” (Pérez Sainz citado en Bastos-Camus 2000:19).

Desde mediados de los sesenta se comenzó a delinear la expansión de la informalidad urbana. La ocupación de las calles por los vendedores de la “economía informal” sirvió como válvula de escape al problema del desempleo en la ciudad y sirvió como medio de subsistencia para amplios sectores de población, atendiendo la demanda de productos de bajo costo para los sectores populares (Bastos y Camus 1995: 19).

En las primeras décadas de crecimiento de la ciudad la migración a ésta provenía de los departamentos vecinos y del oriente del país. A partir de la segunda mitad de los 60 los indígenas empezaron a llegar de forma más significativa. El flujo migratorio creció después del terremoto de 1976 y posteriormente como consecuencia de los desplazamientos de población desarraigada por el conflicto armado cuyo punto álgido se vivió durante los últimos años de la década del 70 y los primeros de los 80. La política de tierra arrasada, implementada por el Estado durante estos años, provocó una masiva

migración desde las zonas de guerra, principalmente el altiplano indígena, hacia la ciudad y otros departamentos. Se estima que entre 25 mil y 45 mil personas migraron a la ciudad entre 1981 y 1983 (AVANCSO 2003. Bastos-Camus 1995).

La zona central, que desde 1973 había dejado de ser la zona más poblada de la ciudad, cambió definitivamente su carácter residencial, pasando a ser únicamente la sede de algunas instancias de gobierno y sobre todo el centro comercial “popular” de la ciudad.

Después del terremoto de 1976 que destruyó muchos edificios se aceleró el proceso de “tugurización” del centro. En los años 80 se definieron dos centros de la ciudad: “el tradicional” y la “zona 10” o “zona viva”. El primero se constituyó como el principal lugar de referencia para las clases populares y las clases medias, mientras el nuevo, fue utilizado por la élite urbana y el turismo (Gellert, 1995). Durante la década de los 80 la población de las zonas 9 y 10 también decreció y estas zonas atravesaron transformaciones parciales para convertirse en áreas de uso comercial. La zona nueve despuntó en este momento como el nuevo centro de la metrópoli siendo junto a las zonas 10 y 15 las habitadas predominantemente por sectores de ingresos medios y altos (Pérez-Sainz 1991: 30).

Años 80 y 90 crisis económica y cambios a nivel urbano

En los últimos años de la década de 1970, entró en crisis el modelo económico impulsado desde los años cincuenta en Latino América, centrado en la “substitución de importaciones” y se cuestionó el papel del Estado como promotor del desarrollo. En Guatemala esta crisis se combinó con la inestabilidad política y la desintegración social causada la represión y el conflicto armado. Las condiciones de vida de los guatemaltecos se deterioraron, crecieron los niveles de pobreza urbana y rural, los salarios perdieron poder adquisitivo y consecuentemente aumentó de nuevo el desempleo, el subempleo y la economía informal (Bastos-Camus 2002:20).

Una de las consecuencias directas de la crisis fue la ruptura en los patrones de migración asociados al antiguo modelo económico, que hasta ese momento se habían manifestado como una especie de “equilibrio” entre los factores de expulsión de población campesina y de atracción a las dos zonas de mayor actividad económica: a) la industria agroexportadora en la costa sur, b) la industria y el sector de servicios en la capital. Con la pérdida de “oferta de empleo” en las antiguas zonas de atracción y los desplazamientos de población forzados por la violencia, se manifiestan nuevos patrones migratorios como la ampliación de la frontera agrícola y sobre todo la migración laboral hacia los Estados Unidos (Gellert 1999:30).

A principios de los noventa se produjo el gran auge de las maquilas que se estancó pocos años después. Esta industria nunca logró solucionar los problemas de empleo en la ciudad puesto que en 1989 solo el 17% de los empleos en la ciudad eran generados por la industria mientras el 42% se ocupaba en el comercio, restaurantes y hoteles y para 1990 se calculaba que el 52% de la PEA se empleaba en la economía informal (Pérez-Sainz 1991: 51; Porras 1995:21). Durante toda la década de los 90 la migración hacia los Estados Unidos se incrementa de manera significativa, de modo que para el final de la misma se calculaba que residían en los Estados Unidos un quinto de la población nacional, aproximadamente 1 millón 570 mil personas. (Gellert 1999: 32).

A partir de la década de los 90' Edelberto Torres Rivas (2006) menciona que las políticas de ajuste estructural y estabilización económica que se han implementado en Centroamérica ampliaron las ya graves desigualdades económicas que se viven en la

región. A nivel urbano continuó el proceso de expansión territorial y se agudizaron los problemas estructurales de la ciudad, como el aumento del parque vehicular, el colapso del sistema de transporte colectivo, la precarización de las condiciones de vivienda y el crecimiento de la violencia.

En esta década se desarrolla el modelo de “modernidad globalizada” en toda América Latina con un “sesgo agroexportador” (Perez Sainz citado en Camus, 2005: 202). Manuela Camus resume los cambios de este período al hablar del recambio del paradigma de la modernidad por el de la posmodernidad que implicó la implantación del neoliberalismo: el desarrollo de nuevos productos de agroexportación, y nueva industrialización basada en la maquila, la llegada del nuevo discurso nacional del multiculturalismo a partir de 1992 impulsado por actores nacionales y la folclorización de la cultura indígena para el turismo.

A pesar de ser esta década coincide con el fin del conflicto armado y la transición a la democracia las medidas neoliberales implementadas durante los noventa como la flexibilización laboral, la reducción en la administración pública y la privatización de los servicios públicos produjeron una caída del nivel promedio de los salarios reales, que ha forzado un incremento de la participación de las mujeres en el mercado laboral; la informalización del empleo y una drástica pérdida de importancia del empleo en el sector público.

Casi los únicos beneficiados de la globalización resultaron ser las clases altas del país y las tasas de desigualdad se han disparado hasta ubicarse entre las más altas del mundo. Al igual que en los 80s la migración, principalmente hacia los EE.UU, sirvió como vía de escape para grandes contingentes de población urbana. El fenómeno de la migración se aceleró principalmente a partir de la segunda mitad de los 90s. La OIM calculaba para el año 2003 un millón 500 mil Guatemaltecos emigrantes en los EE.UU, más del 50% de ellos llegados a aquel país a partir de 1995 (Renzi, 2004:100).

Según Diana García (2007) la desigualdad económica exacerbada por las políticas de ajuste, es una de las causas principales del aumento de la criminalidad y la violencia creciente en el país. En el año 2004 Guatemala se situó entre los países más violentos del mundo con una tasa de mortalidad de 41 por cada 100 mil personas. Porcentaje sólo por debajo de Colombia y Honduras. En el año 2004, la ciudad de Guatemala concentró el 65% del total de hechos violentos ocurridos en el país, y dentro de ésta el municipio central del área metropolitana concentró el 68.3% de los hechos delictivos (Bravo, 2007:67).

III.4.a) La expansión de la comida rápida en la ciudad de Guatemala. Años 70' y 80'

El pollo frito

En 1971 la familia Bosch-Gutierrez, a quienes mencionamos antes como dueños de la mayor productora avícola del país que había logrado incorporar el pollo a la dieta básica de los guatemaltecos tuvo la idea de comercializarlo en gran escala. En palabras de Francisco Pérez de Antón el primer gerente de la empresa: “Avícola Villalobos necesitaba distinguir su producto y obtener de paso un valor agregado” (2002; 40). La formula que encontraron y que probó ser muy exitosa fue la de emular a las cadenas de pollo frito “a la sureña” de los Estados Unidos, como Kentucky Fried Chicken, sin tener que comprar una franquicia. Así ofrecieron el mismo producto, pollo frito, papas fritas, acompañadas de ensalada de repollo, con adaptaciones en el servicio para el mercado guatemalteco, como ofrecer servicio a la mesa y vender cerveza con los alimentos.

El primer restaurante Pollo Campero se inauguró el 1ro de Mayo de 1971 en un local de la recién creada colonia Granai Townson en la zona 11 de la capital, en los siguientes dos años se abrieron otros cuatro restaurantes en Guatemala y uno en El Salvador que convirtieron a la cadena en un referente para los habitantes de las dos ciudades.

En la década de los setenta apareció en el país Kentucky Fried Chicken, la cadena de pollo frito más importante de los Estados Unidos y del mundo, su incursión y posterior abandono del país fue muy sonada pues se publicitó como una gran victoria de una industria nacional: Pollo Campero frente a una multinacional. Según Francisco Pérez de Antón el motivo principal que llevó a la quiebra a esta empresa fue el no saber adaptarse a las necesidades del mercado norteamericano e intentar insertar unos gustos ajenos a la cultura local: “KFC servía puré en vez de papas fritas, no tenían servicio de mesas y tampoco servían cervezas” (Ibid, 100).

A mediados de los setenta apareció otra cadena de Pollo que sería muy popular durante esa década y la siguiente: Rostipollo Chapín, manejada por un inversionista de origen cubano, ligado al gobierno de Ydígoras Fuentes, que fundara los primeros restaurantes de pollo frito en el país durante los años 60, Pollo Caporal. Ambos restaurantes fueron muy populares, al punto que aún son recordados como parte de la cultura popular de la ciudad.

Las Hamburguesas

En 1974 José María Cofiño, miembro de una prominente familia cafetalera de Antigua Guatemala adquiere la franquicia de Mcdonald’s para Guatemala. Ese mismo año se inaugura el primer restaurante en la 7ma avenida de la zona 9, cerca de donde se inauguraron los primeros restaurantes de hamburguesas del país en los años 50 y 60. Desde entonces han tenido una participación dominante dentro del mercado de comida rápida de la ciudad. McDonald’s se ha distinguido por introducir las técnicas más avanzadas” en tecnología de mercadeo.

Al igual que en otros países no occidentales, en Guatemala, McDonald’s fue considerado desde su inauguración como un símbolo de la modernidad y del estilo de vida americano. Además Dado el contexto político y la violencia en que se vio envuelta la ciudad de Guatemala, desde los años 70 que obligó al cierre de muchos restaurantes tradicionales y provocó la pérdida de espacios públicos de socialización permitieron a Mcdonald’s se posicionarse no solo como un lugar “moderno” sino como un lugar seguro, con seguridad privada y estacionamiento vigilado para “salir a pasear”, para encontrarse entre jóvenes y para celebrar fiestas infantiles o simplemente como sustituto de parques u otros lugares de diversión para los niños. (Girón, 1998).

Otros restaurantes de comida rápida

En 1977, aparece Al Macarone, un nuevo tipo de restaurante de comida rápida que vende pizzas. A diferencia de los anteriores se enfocó en “capturar mercados populares”, siendo una de sus innovaciones ofrecer pizzas por porción o “al paso” y por ubicarse en sectores populares como la 18 calle, El Trébol, o en la 9na avenida de la zona 1 en los alrededores del mercado central. Esto es importante por que la empresa entró a competir directamente con la “comida popular” debido a su ubicación, precios, y en la disponibilidad de consumirse en la calle. Otras empresas que se enfocaron al mercado popular fueron Hamburguesas Berlín, Wimpy, Los Pollos y Los Gauchitos. El caso de esta última es importante porque también estableció punto de venta de “choripanes” en la calle, compitiendo directamente con la comida informal pero apoyada en campañas publicitarias

televisadas y con normas de producción y presentación supuestamente más higiénicas, propias de los restaurantes de comida rápida

A principios de la década de los 80 la cadena de restaurantes Al Macarone ya contaba con 14 locales en la ciudad. Por su parte Pollo Campero ya tenía en 1982, 14 restaurantes en el país y 7 en El Salvador (Perez de Antón, 2002). Durante esta década siguieron apareciendo nuevas franquicias como Hardee's que después se convertiría en Burger Shops. Hacia finales de los 80' llegaron al país nuevas cadenas de comida rápida que rápidamente se expandieron y controlaron grandes porciones del mercado, una de estas fue la cadena "Domino's Pizza" que inauguró su primer local en 1989.

Nuevas respuestas populares a la comida rápida

La década de los 80 señala más que otras el momento de mayores contradicciones de la modernidad guatemalteca, caracterizada por la represión política y la recesión económica. La vida cotidiana se vio condicionada por el régimen de "orden" impuesto por los militares a costa de la imposición del terror y el miedo cotidiano: "a la calle, a la juventud, a los cambios, al conocimiento" (Camus, 2005:156). La violencia política de la primera parte de la década de los ochentas, dio paso a partir de 1985 a una creciente ola de violencia criminal que estimuló la creación de nuevos espacios de socialización "seguros" en forma de condominios cerrados y centros comerciales privados. Lo que condujo a un abandono de la calle y la paulatina desaparición de espacios de socialización pública. Varios investigadores señalan como un rasgo perverso de la modernidad guatemalteca, el hecho de que a pesar de la crisis económica a partir de 1985 se dio en la ciudad la expansión de la televisión por cable, la venta de videocassettes, el crecimiento de la llegada de remesas y la expansión de la moda y la venta de ropa de marca y de novedosos aparatos electrónicos importados de los EEUU así como de carros "rodados". (Pinto, 1999. Camus, 2005. Levenson, 2005).

En esta década se afianza el dominio de la comida rápida sobre la comida popular, ya que esta última se vio afectada por la violencia, la disminución del uso de los espacios públicos para la socialización, que hasta cierto punto fueron sustituidos por los centros comerciales. La comida popular sobrevivió en sus espacios tradicionales, como las ferias y festividades religiosas, en algunos espacios residenciales, como colonias y barrios populares y de clase media y en la venta para los sectores trabajadores. Aunque no abandonó por completo la comida popular, la población de clase media transformó sus hábitos de consumo cada vez más hacia el uso de centros comerciales y restaurantes de comida rápida.

A causa de la crisis económica, la violencia y otras limitaciones de la vida nocturna en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala (como la falta de transporte público) desaparecieron muchas cantinas tradicionales del centro y con ellas mucha de la tradición culinaria de la ciudad. Por lo mismo la comida popular de esta época está más asociada a la provisión de alimentos baratos para la fuerza laboral y otros sectores populares. Los comedores de mercado o de almuerzos económicos, las ventas de comida en canasto en las paradas de autobús por las mañanas y las tardes, son algunos ejemplos de esta función.

Tal vez la comida popular más emblemática de esta década sean Los Cheveres, un tipo hot dogs que se venden en carretillas, y que es el que más se asemejan al producto original de los Estados Unidos. Durante los años ochenta era común encontrarlos en las calles de la ciudad, en ferias y todo tipo de celebraciones populares. Actualmente han sido desplazados de las calles de la ciudad por lo "shucos", aunque todavía se les encuentra

en otras ciudades del país como en la Antigua Guatemala y son bastante populares en ciudades como Quetzaltenango.

III.4.b) El reinado de la comida rápida años 90' y 2000'

La década de lo 90' marca el período de mayor expansión de los restaurantes de comida rápida en la ciudad. Este éxito se debió en parte a la disminución del nivel de vida que paradójicamente estimuló el consumo de comida rápida como una forma en que diversos grupos se trataron de distinguirse socialmente y a través del cual crear nuevos referentes identitarios (Camus, 2005:210). Esto explica en parte el éxito de las cadenas de comida rápida no sólo para los sectores medios y acomodados sino entre los sectores medios bajos y populares. Como se refleja en el estudio de Inman quien afirma a partir de declaraciones de los directivos de Pollo Campero que “alrededor de tres cuartas partes de la clientela de Pollo Campero esta compuesta por personas de clase obrera” (1998:79).

Por otro lado la pérdida de espacio público y la falta de espacios de recreación favorecieron el uso de los restaurantes de comida rápida como lugares de socialización entre jóvenes y como alternativa de diversión para las familias ciudadinas. En el estudio de 1992 realizado por la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos, encontramos varias historias de vida de jóvenes emigrantes trabajadoras de maquilas, a partir de las cuales podemos ilustrar las tendencias de consumo que se han delineado anteriormente: la comida rápida como símbolo de la modernidad capitalina, su importancia como lugar de recreación ante la falta de espacios públicos y el importante papel de la televisión como distracción frente a los peligros que representa salir a la calle:

Para distraerme [me gusta] ir a la costa, donde esta mi mamá. Pero ir al cine aquí en la capital, eso no, tampoco salgo de noche porque es peligroso. Televisión si me gusta, pero verla en casa, pues no ando en la casa, como que soy pata de chucho. [...] Ahora quiero ganar más para poder comprar cosas que me gustan, pues con lo que estoy ganando no puedo [...] Me gusta vivir aquí, pues consigo cosas que no se consiguen en la costa [...], por que si hablamos de comida a mi me gusta el “Pollo Campero,” las manzanas y las peras (Alba Eugenia, 22 años).

En mis ratos libres, cuando no estoy en la fábrica me vengo para mi casa, a oír música nada más. [...] Aparte de oír música, cuando tengo tiempo libre miro televisión. [...] No me gusta ir a visitar [...] Lo que gano en Cambridge (maquiladora) si me alcanza por que soy sola. A mi lo que me gusta es la pizza, el Pollo Campero, las hamburguesas, comidas así me gustan. (Margarita, 24 años).

El éxito aparente del nuevo modelo neoliberal de desarrollo, se hizo visible en la ciudad con el auge en la construcción de nuevos y modernos centros comerciales. Al mismo tiempo que crecían las urbanizaciones destinadas a la clase alta en el sector de la Carretera a El Salvador, se construyeron entre otros los nuevos *malls* en diferentes partes de la ciudad como Los Próceres, Pradera y Tikal Futura. Este contexto de recuperación del consumo y nueva dinámica urbana favoreció enormemente a las cadenas de comida rápida. Después del estancamiento de la década anterior algunas de ellas experimentaron una nueva fase de crecimiento, mientras otras, en general las que contaban con menor concentración de capital y no estaban ligadas a empresas multinacionales, desaparecieron. Entre las empresas que perdieron esta “guerra de franquicias” se cuentan algunas que llegaron a ser muy populares y un referente cultural de la ciudad en décadas anteriores como Mixtas Frankfurt, Burger Shops y Rosti Pollo Chapín.

De las ganadoras, Pollo Campero fue la que logró mayor éxito al consolidar su posición dominante en el mercado nacional e iniciar un proceso de expansión a nivel

centroamericano , así se constituyó en la primera multinacional del país. Este proceso inició en 1994 mediante un modelo de franquicias, estrategia que para la empresa significó duplicar su número de restaurantes en la ciudad y llegar ya no sólo a las ciudades importantes del país, sino a la mayoría de cabeceras departamentales así como a otros pueblos medianos. Entre 1987 y 1991 Campero duplicó la cantidad de restaurantes en el país (Inman, 1998:80).

En el cuadro no. 2 extraído del estudio de Crist Inman (Ibid), puede observarse el crecimiento en ventas que experimentaron las cadenas de comida rápida en la primera mitad de los años 90, también muestra que la mitad de estos establecimientos pertenecen a empresas nacionales.

Ganancias de establecimientos de comida rápida en Guatemala			
Origen de los dueños	1992	1993	1994
<i>-- millones de dolares \$ --</i>			
Dueños extranjeros	25.7	32.5	40.5
Dueños estadounidenses	24.2	30.5	34.5
Dueños nacionales	52.3	66	85.5
Total	78	98.5	123.1

Cuadro No. 2. Fuente: Inman, 1998.

El cuadro no. 3 muestra que por número de establecimientos las cadenas de comida rápida pertenecientes a guatemaltecos son más del doble que las de extranjeros, también ilustra la gran concentración de este tipo de establecimientos en la Ciudad de Guatemala, casi 6 veces mayor número de restaurantes que en el resto de la república.

Número de cadenas de comida rápida en Guatemala				
Origen de las empresas	Cadenas	Total	Ciudad de Guatemala	Otras ciudades
Establecimientos de Cadenas extranjeras	17	99	91	8
Establecimientos de cadenas nacionales	47	237	196	41
Mercado total	64	336	287	49

Cuadro No. 3. Fuente: Inman, 1998.

Siguiendo el estudio de Crist Inman se evidencia la fuerza de la compañía Pollo Campero en el mercado familiar, por el hecho de que las ventas en general se incrementan durante el fin de semana, el 72% de las ventas se producen entre los jueves y el domingo. El domingo en particular representa el más importante por volumen de ventas con un 21.1% de las ventas semanales (Ibid: 79).

En este último cuadro No. 4, puede observarse la cantidad de restaurantes de comida rápida que existía en la ciudad de Guatemala hacia finales de los años 90. El autor del mismo solo tomó en cuenta a las franquicias de comida rápida internacionales, no así a las empresas nacionales, enfocadas en los sectores de menores ingresos económicos, a pesar de su tamaño y la proporción del mercado con que contaban. En el mismo es notorio el dominio del mercado por parte de Pollo Campero seguido por la

multinacional Mcdonald's.

Nombre de la empresa	Número de locales
Pollo Campero	59
McDonald's	22
Pizza Hut	16
Burger King	16
Domino's	15
Wendy's	12
Taco Bell	5
Jimmy John's	5
Pizza Inn	4

Cuadro No. 4. Fuente: Inman, 1998.

III.5- PANORAMA ACTUAL

III.5.a) La Comida Rápida

De acuerdo a reportes de prensa en el año 2004 en Guatemala se invertía cada fin de semana un promedio de Q. 12.4 millones en consumo de comida rápida. Tres cuartas partes de este mercado estaban controladas por dos empresas: McDonald's y Pollo Campero. Según algunos reportes, la primera de estas empresas es líder del mercado y según otros es la segunda. Por número de restaurantes Pollo Campero es con mucho la empresa más grande, contando en la actualidad con más de 100 locales en el país, le sigue McDonald's con 61 locales. La pizza ocupa la tercera posición, después del pollo frito y las hamburguesas. En el país hay alrededor de 225 restaurantes y 157 puntos de venta a domicilio de los cuales los mayores son Domino's Pizza (61), Al Macarone (45), Pizza Hut (27) y Tele Pizza (24) (Dardón, 2008).

Otro cambio es la oferta por parte de las mayores cadenas de comida rápida de paquetes económicos que compiten en precio con la comida "callejera", lo cual puede estar relacionado con la actual crisis económica que vive el país. Por ejemplo Burger King ofrece paquetes de sandwich y bebida por 10 quetzales, a su vez Pollo Campero ofrece paquetes de Hot Dog acompañado de papas fritas y bebida por 15 quetzales. McDonald's parece escapar a este tendencia, enfocándose menos en el público de clase media baja y más en sectores de mayores ingresos. Esto contrasta con el status que McDonald's tiene en su país de origen y en general en los países del primer mundo donde suele ser una de las comidas más baratas y se le identifica como destinada para los pobres.

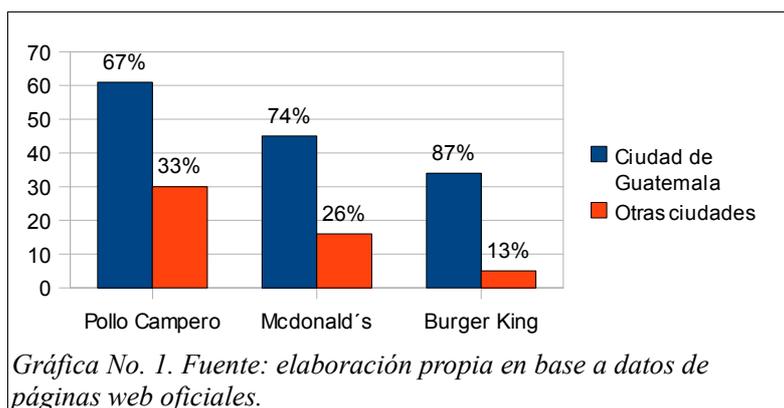
El panorama no ha cambiado mucho desde la década anterior, la tendencia sigue siendo a la expansión en las ventas de las cadenas de comida rápida. En el caso de Pollo Campero es notorio que ha seguido una estrategia de expansión hacia el interior de la república, aunque sigue manteniendo el doble de locales en la ciudad que los que se encuentran en el resto del país. McDonald's por otro lado sigue estando concentrado en la ciudad, en su caso la proporción entre locales capitalinos y foráneos es de 3 a 1. Este restaurante ha seguido explotando su posición como "lugar de reunión" de jóvenes y familias. Desde hace unos pocos años inició la instalación de McCafés en sus locales (existen 22 todos en la capital) lo que le permite que sus locales sean utilizados como cafeterías, puntos de reunión y socialización seguros y modernos para amplios sectores

de clase media.

En los siguientes cuadros se muestra el crecimiento de las cadenas de comida rápida durante los últimos diez años, la concentración de los mismos en el área metropolitana, así como el tamaño del mercado de comida rápida según recientes reportes de prensa. El último cuadro muestra cómo están distribuidos los porcentajes de mercado que controla cada empresa, que sigue dominado por Pollo Campero y McDonald's.

Número de establecimientos de las principales cadenas de comida rápida en Guatemala			
Empresas	Establecimientos	Ciudad de Guatemala	Otras ciudades
Pollo Campero	90	61	30
McDonald's	61	45	16
Burger King	39	34	5
Mercado total	190	140	51

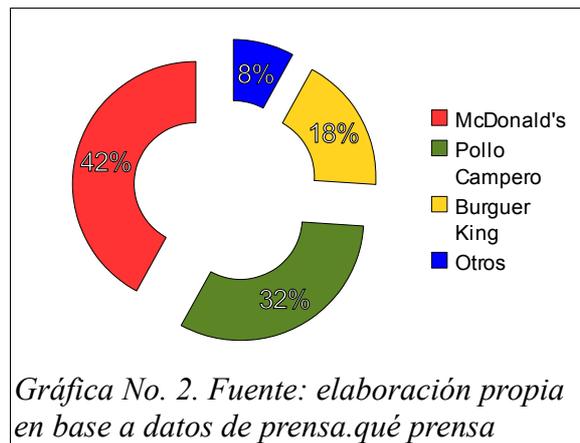
Cuadro No. 5. Fuente: elaboración propia en base a datos de páginas web oficiales.



Gráfica No. 1. Fuente: elaboración propia en base a datos de páginas web oficiales.

Empresa	Porcentaje del mercado	Ventas de fin de semana
McDonald's	42	Q5,544,000
Pollo Campero	32	Q4,224,000
Burger King	18	Q2,376,000
Otros	8	Q1,056,000
Total	100	Q13,200,000

Cuadro No. 6. Fuente: elaboración propia en base a datos de prensa.



III.5.b) La comida popular

Si bien la caída en el nivel de vida de amplios sectores urbanos favoreció la expansión de la comida rápida, al mismo tiempo la pérdida de poder adquisitivo y la expansión del área metropolitana de la ciudad de Guatemala favorecieron la expansión de la comida popular. Asociada a la necesidad de proveer alimentos baratos a la población trabajadora de la ciudad

Otro cambio impulsado por la globalización es el crecimiento de la cantidad de centroamericanos (principalmente de nacionalidad nicaragüense y salvadoreña) que se establecieron en la ciudad a causa de la situación de conflicto armado vivida en sus países y como parte del fenómeno de migración a los Estados Unidos. Según un estudio de la Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales (AVANCSO), realizado en agosto del año 2000, se cuenta con un estimado de 80,000 nicaragüenses en todo el territorio guatemalteco. No se tienen datos sobre la población salvadoreña, pero por la cercanía del país, la cantidad de negocios de comida salvadoreña y por experiencia cotidiana se sabe que son aún más numerosos que los nicaragüenses.

A través de estos migrantes se han hecho comunes en la ciudad los platos típicos de otros países centroamericanos, de Nicaragua: el baho, vigorón, indio viejo, sopa de mondongo, sopa de albóndigas, sopa de queso, nacatamales, chancho con yuca y el gallo pinto. Los salvadoreños por su parte han popularizado su platillo nacional: las pupusas. Este plato ya era conocido en la ciudad desde los años 70, cuando se preparaban de manera distinta a las originales. Desde los años 90 proliferaron las pupuserías al “auténtico” estilo salvadoreño -con nombres como “Santa Tecla”, “Merliott” o “San Miguelito”- en las calles de la ciudad, colonias y centros comerciales.

La migración también trajo nuevas influencias culinarias desde el norte, ; muchos guatemaltecos emigrantes que han residido en México o se han familiarizado con su comida en los Estados Unidos trajeron al país las carretas de tacos. Al igual que las pupusas, este plato se conocía en Guatemala y se preparaba “al estilo chapín” -sin chile y usando tortillas doradas-. La versión que se popularizó en los años 90 -los tacos al pastor y las gringas- es más parecida a los originarios de México. Este nuevo tipo de tacos también se han hecho populares tanto en la calle, como en locales de comida rápida o restaurantes formales.

La migración interna también aportó nuevos platos al menú callejero, desde el norte del país, Zacapa e Izabal llegaron las tortillas de harina gigantes. Del occidente llegó la versión de venta callejera del Pollo Campero – el pollo con papas-. Como vimos

anteriormente los restaurantes de Pollo Campero se concentraron en la ciudad de Guatemala hasta la década de los 90, por lo que se inició su reventa no solo en los aviones sino también en las camionetas para llevarlo a otras ciudades. Posteriormente en varios pueblos del occidente se empezó a preparar una versión artesanal, que se hizo popular en pueblos como Chichicastenango, Panajachel o Los Encuentros. En los años 90' este plato regresó a la capital de la mano de los emigrantes indígenas por lo que se puede encontrar en espacios como La Terminal o diversos mercados cantonales y cada vez más en otros lugares.

Sin embargo la comida emblemática de la ciudad de Guatemala en la actualidad son los hot dogs, ahora también conocidos como "shucos". Durante la década de los 90' las carretas de hot-dogs se apoderaron de las calles de la ciudad, se expandiéndose más allá de las zonas donde se originaron, así por ejemplo el campus de la USAC es uno de los lugares donde hoy podemos encontrar mayor concentración de puestos . La mayor cantidad de puestos con el respectivo aumento de la competencia favoreció la transformación de los mismos y la aparición de nuevas variantes e ingredientes: carne, adobada, salami, tocino, carne asada, etc.

Actualmente podemos encontrar "shucos" en muchas zonas de la capital e incluso en espacios antes reservados para la comida rápida, como se ha dado este proceso y que significa en términos de representación de identidades mediante el consumo de comida popular es el tema del siguiente capítulo.

CAPITULO IV: SHUCOS EN LA TACITA DE PLATA

INTRODUCCIÓN

En los capítulos anteriores se delinearon las principales características de la comida guatemalteca, iniciando en sus orígenes prehispánicos, para luego analizar su proceso de mestizaje a lo largo del periodo colonial y durante el siglo XIX. Se afirmó que la ideología étnica prevaleciente en Guatemala durante este largo periodo histórico, basada en la negación de lo indígena, mantuvo la diferenciación jerárquica, heredada de la colonia, entre las prácticas culinarias de la élite que se distinguían por el uso de ingredientes y recetas europeas en contraste con la cocina del maíz y otros ingredientes autóctonos. A pesar del consumo de las elites de platillos mestizos, el peso de la ideología étnica impidió la conformación de una “cocina nacional” en la que se incluyeran las muchas cocinas regionales del país y propició que únicamente la comida tradicional de los sectores ladinos de la zona central se identificara como nacional o “típica”.

En el segundo capítulo el estudio se hizo énfasis en las transformaciones de la comida popular de la ciudad de Guatemala, mediante el análisis de su proceso histórico de desarrollo y la definición de algunos de los dignificados sociales de su consumo. Para esta revisión se utilizaron las ideas sobre la ideología de la blancura prevaleciente en Guatemala desarrolladas González Ponciano (2003). Este autor define a esta ideología como una invención de la élite blanca, que históricamente ha promovido la sustitución de un sentimiento mestizo por el culto a la blancura expresada por la admiración extrema por la cultura y costumbres europeas y norteamericana. Como resultado, en la Guatemala actual, la división dicotómica que separa a los guatemaltecos en indígenas y ladinos coexiste con otra jerarquía racial y de clase, que divide a la población entre “gente decente” y “gente ordinaria”, basada en el fenotipo y el poder de compra, en las maneras, valores y hábitos de consumo que son utilizados como marcadores de superioridad o inferioridad cultural.

Al utilizar estas ideas para estudiar la comida popular en la ciudad de Guatemala apreciamos como desde de esta capital hasta la actualidad, el concepto de restaurante ha estado ligado al de comida internacional y la comida tradicional guatemalteca se ha reproducido principalmente en espacios privados familiares o en espacios públicos populares. Los sentimientos hacia la comida tradicional mestiza han sido ambiguos, entre la exaltación romántica y la vergüenza por la herencia indígena, debido al peso de esta admiración excesiva hacia la cultura, personas y estilos de vida y consumo occidentales. Como indica Ponciano, se ha generado entre los sectores ladinos de capas medias y hasta dentro de la élite oligárquica “una mezcla ambigua y contradictoria de admiración por lo blanco y desprecio por lo indígena que puede observarse más fácilmente en los complejos de inferioridad del ladino frente al blanco y de culpa desprecio frente a lo indígena” (*Ibid*, 2003:145).

Por otro lado la descripción larga del recorrido histórico de la comida popular de la ciudad permitió hacer patentes las múltiples formas de apropiación y transformación de los hábitos alimentarios nacionales por parte de sectores urbanos dominantes y subalternos. En este proceso muchos productos y hábitos de consumo originados en los sectores dominantes han pasado a los sectores populares y viceversa; creando en el proceso diversos productos híbridos en los que se entremezclan rasgos tradicionales y modernos, nacionales y extranjeros.

Al final del capítulo III se analizó como la relación entre la ideología de la blancura y

las características propias del proceso de modernización guatemalteca, -considerada regresiva por estar basada más en el consumo de modernidad que en el acceso a servicios sociales o en el ejercicio de ciudadanía- , favoreció el proceso de *cocalización* de la comida guatemalteca, proceso definido por Luis Lujan en los años 70' como la adopción de hábitos de consumo, ingredientes y restaurantes de comida rápida estadounidense y la consecuente pérdida de comidas y costumbres culinarias tradicionales. Mientras el proceso de urbanización y metropolización, junto las condiciones socioeconómicas de la mayoría de la población urbana creaban nuevos espacios para la reproducción y el aumento en el consumo de la comida popular de venta callejera.

En este capítulo final, se pretende utilizar estos antecedentes para mostrar cómo uno de estos productos alimenticios populares de venta callejera, los *hot dogs* actualmente también conocidos como *shucos*, ha transitado por diversos sectores sociales que los han consumido y transformado física y simbólicamente a lo largo de los últimos 70 años. Con el objetivo de demostrar que actualmente los *hot dogs* bajo la etiqueta de *shucos* constituyen la comida popular más importante de la ciudad de Guatemala, no solo por sus volúmenes de producción y consumo sino por el hecho de haberse constituido en un nuevo referente identitario de los capitalinos. Compitiendo o según mi opinión sustituyendo al platillo que tradicionalmente se ha considerado ocupaba este lugar: “los chuchitos”. Para lograr tan ambicioso objetivo se estudiarán las formas en que algunos sectores de clase media urbana, en especial los jóvenes están reconstruyendo actualmente las representaciones de sus identidades y diferencias, en el contexto de los actuales procesos de globalización y transformaciones de los espacios urbanos.

Es necesario iniciar anotando la importancia del nuevo contexto urbano, pues si tomamos en cuenta que a partir de la década de 1990 la ciudad se ha segregado aún más que antes, al mismo ritmo en que las zonas consideradas peligrosas por la élites, las clases medias y, cada vez más, también por los sectores populares han crecido y han generado como respuesta la construcción de espacios de socialización “seguros” y privados. De modo que para muchas personas de las capas medias y altas, la vida transcurre en el aislamiento de los residenciales privados, colegios privados, gimnasios o clubes y en los cada vez más grandes y numerosos centros comerciales. Los sustitutos de los viejos espacios públicos son ahora centros comerciales que según Florencia Quesada (2006) constituyen “nuevos 'pseudo espacios públicos' que imitan la cultura estadounidense y [son] controlados por grandes franquicias extranjeras” (párrafo 13). En el mismo sentido, según Sarlo (2001) citado por Emilia Bermúdez (2004) en su estudio sobre los *malls* y el consumo cultural en Maracaibo, “los Shopping Center han desplazado al llamado centro de las ciudades”.

En este escenario de creciente segregación, continua contracción del espacio público justificada por el discurso de la violencia criminal, aunada a la ideología de la blancura y el imperialismo cultural (Ponciano 2003), podrían dar la idea de que el proceso de *cocalización* de la cultura alimentaria guatemalteca debería, ahora sí, estar completo. En una ciudad donde amplios sectores medios y populares consumen comida rápida en la exclusividad, seguridad y limpieza de estos pseudo espacios públicos, construyendo nuevas identidades no asociadas a la pertenencia a la ciudad como lugar particular sino en su capacidad de consumir (Voyce, 2006).

Sin embargo, la situación no es tan simple, ¿Por qué es posible observar en los últimos años una reivindicación de los *shucos* como marcador identitario de algunos capitalinos equiparado a otros símbolos mediáticos del “orgullo chapín” como la cerveza

Gallo, Pollo Campero, la “garra chapina” o Carlos Peña?. Para responder es necesario considerar los efectos culturales de los actuales procesos de globalización tanto en sus efectos homogeneizadores, consecuencia de los intentos de convertir a toda la población del planeta en consumidora de productos culturales occidentales; como en sus efectos contrarios que han permitido que se produzca en el seno de la globalización una fuerte revitalización de las identidades étnicas y comunitarias. Según Héctor Díaz-Polanco la globalización en su dimensión cultural ha implicado la sustitución de los preceptos homogeneizadores del colonialismo e imperialismo anteriores, por una búsqueda del aprovechamiento de la diversidad en favor de los grandes intereses capitalistas. Según su argumentación, el sistema globalizador busca destruir las bases comunitarias de la identidad de los pueblos, mientras promueve su sustitución por nuevas formas de “identificación”. Este concepto refiere a la creación de nuevas formas identitarias individualizadas sin sustento colectivo. La respuesta de las comunidades a esta individualización ha sido el afianzamiento y reafirmación su identidad comunitaria. Mientras que entre aquellos grupos cuyas bases comunitarias han quedado destruidas, ha surgido la búsqueda por crear “nuevas comunidades”. En muchos casos, cuando esto no ha sido posible la necesidad de construir nuevas identidades ha derivado en la adopción de nuevos marcadores de “*identificación*” mediante el consumo de productos culturales (2006:156-189).

En Guatemala, este proceso de identificación es fácilmente visible mediante la apreciación de uno de los mecanismos más efectivos para el aprovechamiento de la diversidad en favor de la consolidación del sistema de consumo el: “marketing cultural” impulsado por las grandes empresas. Al parecer, este mecanismo está dando pie a la creación de nuevas identidades nacionales, que rebasan las divisiones históricas de clase y etnia mediante el consumo de ciertos productos que llegan a identificarse con lo guatemalteco. (Morales, 2004. Díaz-Polanco, 2005:167). En los últimos años los discursos multiculturales de los medios de comunicación son una muestra de ello, por ejemplo las campañas publicitarias de la empresa mexicana “Zeta Gas” que impulsó durante el 2007 la publicación de los suplementos “Voces Ancestrales” bajo el slogan: “*Conozcamos la diversidad cultural de Guatemala. ZetaGas, conservando nuestra riqueza cultural*”. Sin embargo en Guatemala, donde grandes sectores no se sienten identificados con el imaginario nacional es necesario entender en la cuestión de la construcción de una nación es que el quid pasa por la construcción de homogeneidad. Así productos como la cerveza Gallo o el Pollo Campero ejemplifican este proceso donde el marketing ha sustituido a mecanismos anteriores para lograr esa homogeneidad, como el ejercicio de la ciudadanía, y el acceso a la educación, las fiestas cívicas, las festividades de los santos patronos, el deporte o el arte (Entrevista personal a Arturo Taracena, septiembre 2007).

Otro efecto social de la globalización ha sido la migración internacional de los guatemaltecos iniciada con fuerza desde los años 70’ e intensificada durante el periodo de implementación de las políticas económicas neoliberales de los años 90’. La nación guatemalteca ha rebasado sus límites geográficos y políticos, pasando a conformar un espacio “*transnacional*” con un porcentaje importante de guatemaltecos residiendo y trabajando en el exterior, sobre todo en Estados Unidos y Canadá. La nación guatemalteca es ahora imaginada en un espacio transnacional. El fenómeno migratorio también ha venido modificado a lo largo de las últimas décadas la construcción simbólica de la nación; a nivel económico el masivo envío de remesas ha transformado el significado el consumo de ciertos productos como indicador de superioridad cultural. A nivel del consumo cultural si observamos el consumo de alimentos autóctonos tradicionalmente despreciados, la transnacionalización está modificando imaginarios y marcadores culturales lo que ha permitido una cierta revalorización de la comida popular.

Por ejemplo en el caso de las comidas populares, el surgimiento de los mercados nostalgia (concepto comercial se refiere a la exportación de productos autóctonos para el consumo de las comunidades emigrantes en otros países), muestra la paradoja de que se exporten a los Estados Unidos productos congelados que difícilmente se encuentran en un supermercado de la ciudad de Guatemala, por ejemplo los tamales de chipilín, tacos, dobladas, jocotes o nances.

La historia de los hot dogs nos dice que son una invención totalmente híbrida que en sus orígenes como *Mixtas Frankfurt* incorporó las tortillas indígenas, junto al aguacate y el chile con la imagen moderna de los *hot dogs* estadounidense y una serie de símbolos e ingredientes relacionados con las tradiciones populares alemanas. En este primer periodo las mixtas estuvieron ligadas a los sectores de élite de la ciudad de Guatemala. Posteriormente, al convertirse en “hot dogs ejecutivos”, acompañaron el proceso de modernización de la ciudad de Guatemala consumidos por los entonces pujantes nuevos sectores medios, ligados a la industria el gobierno y los servicios durante las décadas 60 ‘ y 70’. Posteriormente se desarrollaron en medio del crecimiento urbano explosivo, la crisis económica, la informalización de la economía y la indigenización de la ciudad. Durante los 80’ los *hot dogs* se expandieron por toda la ciudad y dejaron de ser *ejecutivos* para pasar a ser llamados *shucos*, incorporando en el camino nuevos ingredientes y preparaciones. Esta historia singular de transformaciones y apropiaciones simbólicas puede explicar el doble vínculo de los hot dogs o “shucos” con la tradición y al mismo tiempo con el proceso de modernización de la ciudad. Los hot dogs son al mismo tiempo “tradicionales” e identificables como auténticamente guatemaltecos y modernos. Lo que permite que sean precisamente los hot dogs los ahora reivindicados como plato nacional en vez de otros platillos más tradicionales como los tamales. Parafraseando a Peter Wade se puede decir que “los *shucos* se han convertido en un recurso para la tradición y la modernidad guatemalteca” (2007:391).

La celebración de una comida de la calle y su llegada a espacios de socialización y reproducción simbólica de la blancura, como son los centros comerciales, puede verse como parte de los procesos de construcción de una nueva idea de nación y ciudadanía que menciona Gonzalez Ponciano en sus escritos (2003). Esto podría darnos claves sobre los niveles de apropiación de los sectores medios urbanos de los nuevos discursos multiculturales, promovido por las luchas del movimiento maya y promovidos a nivel de discurso por el Estado e influenciados por las políticas de la identidad impulsadas por la globalización. Por un lado la celebración de un producto ligado a la calle y a los sectores populares rompe de alguna manera con la ideología de la blancura de los sectores medios urbanos que según los estudios de González Ponciano (*Ibid*) tradicionalmente han exaltado las ideas de orden, la higiene y los métodos autoritarios y represivos contra la delincuencia que se expresan en el mito de la “tacita de plata”. Sin embargo al mismo tiempo que estas nuevas construcciones identitarias rompen con viejos complejos y prejuicios hacia los espacios, costumbres y objetos relacionados con la “gente ordinaria”, no están exentas de contradicciones y ambigüedades. Como se verá en el capítulo, el propio nombre de los shucos esta relacionado a la vilificación de lo popular estigmatizado como sucio. En este sentido el termino *shuco* utilizado para referirse a los hot dogs esta emparentado a otros, surgido como él durante los años 80’ y 90’ como son *shumo* o *muco*.

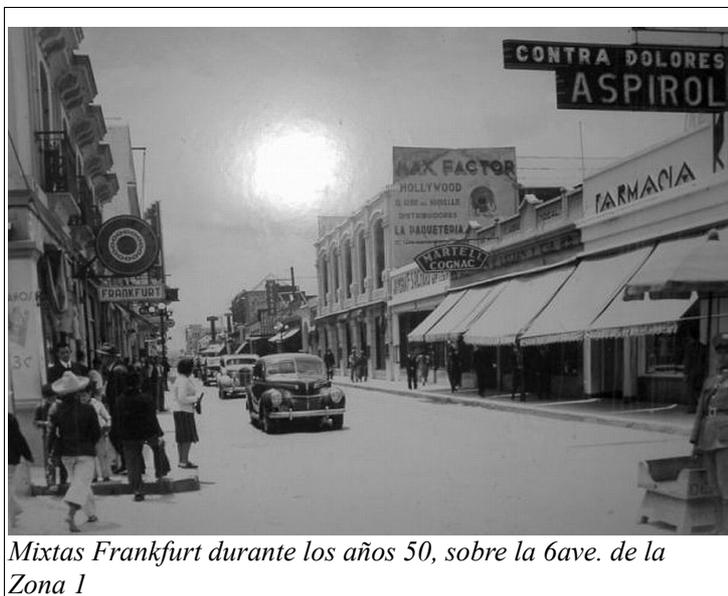
Las preguntas más importantes serían ¿Puede verse este nuevo orgullo popular ladino como parte de los procesos de construcción de una nuevas idea de nación que de alguna forma rompen con las viejas ideologías de la blancura? ¿O este nuevo orgullo popular ladino producirá una “identificación” inocua al sistema y creará “falsas

identidades” basadas únicamente en el consumo?. Responderlas es algo que supera los alcances de esta tesis, pero creo que debe ser el horizonte hacia donde apunten investigaciones futuras.

El siguiente capítulo se presenta dividido en dos secciones: en la primera se presentan los resultados del trabajo de campo realizado en algunos sectores de las zonas 4, 9 y 10, donde se llevó a cabo una pequeña etnografía a partir de observación, encuestas y entrevistas a productores de hot dogs. La segunda parte analiza la construcción discursiva de los shucos por parte de sus consumidores mediante una investigación basada en el análisis de las comunidades virtuales de guatemaltecos en Internet.

IV.1- RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

IV.1.a) Los Orígenes: Las Mixtas Frankfurt



Mixtas Frankfurt durante los años 50, sobre la 6ave. de la Zona 1

En la esquina de la sexta calle y 6ta Avenida de la Zona 9, al interior del centro comercial Plaza Tívoli, se ubica el restaurante “Mixtas Frankfurt”, sus dueños actuales son el señor Edgar Asturias y su esposa. Don Edgar es sobrino del fundador del restaurante y lleva trabajando en el mismo, cerca de 50 años: *“trabajo aquí casi desde que nací”* dice al ser entrevistado. Por los anuncios y por su relato sabemos que este establecimiento se fundó en el año de 1930, fecha en que fue fundado por el señor Carlos Dorión al regresar a Guatemala después de haber cursado sus estudios universitarios en la ciudad de New

York. Allá había conocido los *hot dogs* y regresó al país con la idea de venderlos en Guatemala. Su suegra, quien según nos cuenta don Rodrigo era costarricense, le aconsejó que los hiciera de tortilla: *“le dijo que en Guatemala lo que se comía era tortilla y que si los hacía de pan no iban a tener éxito, que tenía que adaptarlos al gusto chapín, después se les ocurrió ponerle el guacamol para que no fuera el plato tan simple”*.

El producto emblemático del restaurante son las mixtas. Estas se hacen con una tortilla de maíz, rellena con repollo, salchicha, mostaza y salsa de chile elaborado en el restaurante, la receta original no lleva salsa ketchup ni mayonesa (éstas son adiciones posteriores). También se venden hot dogs, que se preparan de la misma forma, sustituyendo la tortilla por pan desabrido “tipo alemán”, que en sus inicios fueron llamados “panes mixtos”. Panes y tortillas se han acompañado tradicionalmente de cerveza Gallo o de una “Orange Crush fría”. La receta, los platos de aluminio, las botellas de chile de cristal, cuya tapa es un corcho horadado en una de sus orillas que permite que la salsa salga en pequeños chorros, son todos originales, no han variado en más de 60 años.

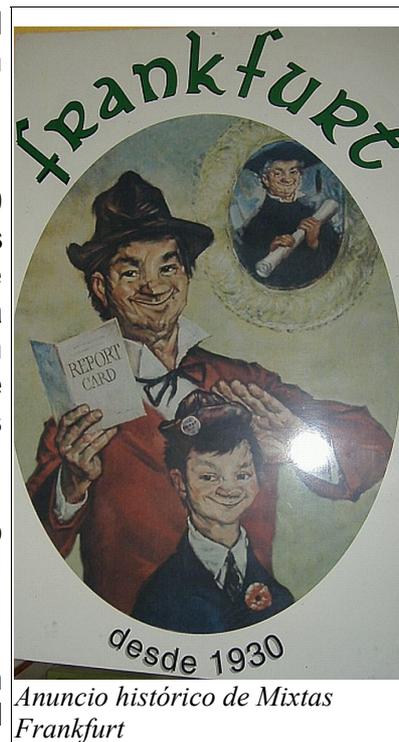
La primera tienda que se abrió fue en la sexta avenida y doce calle de la zona uno, tienda que estuvo abierta más de 50 años: *“Ya son cuatro generaciones de familias que*

llegan a comer, son los llamados mixteros” nos dice don Edgar Asturias. En la década de los cincuenta era un local juvenil, abrían hasta las once de la noche y allí se juntaban los jóvenes a comer mixtas, charlar y tomar cerveza.

Ya en los años 70, en su época de mayor expansión, el negocio fue pionero en la venta de franquicias, entre 1970 y 1983 llegaron a tener , 22 locales cubriendo casi todas las zonas de la ciudad capital. También fueron propietarios de unidades móviles, una de las cuales se ubicó en la Universidad San Carlos de Guatemala de donde la tuvieron que sacar debido a las amenazas de que fueron objeto de parte de otros vendedores de comida dentro del campus universitario.

El declive del negocio de “Mixtas Frankfurt” se dio *“cuando se liberaron los alquileres en la ciudad, en esta época hubo locales que quintuplicaron su renta. Además la zona uno se transformó en lo que es ahora, que esta llena de vendedores informales.”* La última sucursal que tuvieron estaba ubicada en el tercer nivel del centro comercial “Géminis.” . Esta se cerró cuando las autoridades del centro comercial decidieron cerrar todos los comedores y cancelaron los contratos de arrendamiento. Hace seis años, en el 2001, se cerró el local original de las Mixtas Frankfurt en la sexta avenida. El señor Asturias dice que debido al comercio informal y la inseguridad que se vive en la zona uno *“ya no era posible mantener un local que fuera agradable al público”*.

Para don Edgar Asturias, Hoy en día, la mayor competencia para las “Mixtas Frankfurt” son las carretas callejeras que venden un producto similar pero no de la misma calidad ni con la misma higiene. Las califica de *“competencia desleal”* ya que *“Mixtas Frankfurt siempre a tenido que cumplir con las exigencias de higiene y salubridad, el pago a los empleados más la renta de los locales”*. También reconoce que es difícil competir con cadenas más grandes e internacionales como Pollo Campero Campero y Mcdonald’s.



Anuncio histórico de Mixtas Frankfurt



Anuncio de Mixtas Frankfurt de los años 80

Actualmente el horario de atención es de ocho a cinco de la tarde, la hora de mayor venta es la del almuerzo entre las doce y las tres de la tarde. Antes, el restaurante se abría hasta las ocho de la noche, pero dejaron de hacerlo porque no podían garantizar la seguridad de los empleados que salían a esa hora hacia sus hogares y porque *“a esas horas era muy poco el movimiento”*. La clientela esta conformada principalmente por los empleados de las empresas y oficinas de la zona 9 en las cercanías de la Plaza Tívoli que salen a almorzar. Frankfurt es una marca patentada, la receta, el nombre comercial y la decoración (logotipos, afiches, slogan, así como el estilo de los locales).

Una de las mayores satisfacciones del matrimonio Asturias es haberse mantenido como empresa familiar y saber que su receta y sus comidas hayan gozado del favor del público guatemalteco por más de 70 años. También se enorgullecen de haber mantenido siempre precios populares. Los hijos laboraron un tiempo en la empresa, pero tuvieron también oportunidad de hacerse profesionales y ahora trabajan por su cuenta, aunque uno de ellos en áreas afines al ramo de los restaurantes. Don Edgar Asturias confía en que cuando su esposa y él no sean ya capaces de atender la empresa, uno de sus hijos se hará cargo de la misma y continuará la tradición.

IV.1.b) Los Hot Dogs Ejecutivos del Liceo



"Pirata" o "Jalador" de los hot dogs del Liceo

El señor Juan Pablo Gómez, más conocido en la ciudad como "el Chino," es el actual propietario del restaurante "Hot Dogs del Chino" ubicado en la 10ma avenida de la zona 5 justo en frente al Liceo Guatemala. Tiene 55 años y casi 47 años de dedicarse a la venta de hot dogs. Es yerno del iniciador de la tradición de los Hot Dogs del Liceo, Don Francisco Ramos Muñoz quien falleció hace poco menos de dos años *"después de casi medio siglo en el negocio del hot dog"*.

El Chino relata que Don Francisco empezó en los años 50 vendiendo refacciones en el campo de Marte. *"Los hizo por primera vez don Francisco Ramos, quien falleció el año pasado, él fue el mero mero inventor"*. Empezó haciendo panes con frijol, después, con guacamol y salchicha. Tenía puestos en varios lugares. *"También vendía frente al Cine Reforma donde ahora está el 'Pare de Sufrir' y ya luego se fue acercando a la entrada del Liceo"*. No hace ninguna mención a la receta de las Mixtas Frankfurt que en aquella época eran de los restaurantes más populares del país.

El Chino inició como empleado durante los años 60 trabajando para su suegro y *"de ahí me independicé, yo, siendo empleado puse carretillas y no dejaba mi trabajo, mi empleo pues. Ya cuando me sentí seguro puse mi primer local en la Avenida Elena por los laboratorios Roldan, ahí puse un local pero no me surtió tanto"*. Entonces desocuparon la esquina de aquí del liceo Guatemala, ahí fue que empezamos con más éxito, 23 años estuvimos allí". Hace cinco años rentó un local donde instaló su restaurante actual, el negocio tiene cerca de 10 empleados e incluye su propia panadería especializada en pan desabrido "tipo alemán" para preparar los hot dogs *"producimos para nosotros y también vendemos a otros hot doqueros, hacemos varias entregas"*.

A diferencia de Frankfurt, desde sus inicios, los hot dogs del Liceo se han especializado en panes, sólo después de estar bien establecidos empezaron a vender mixtas que nunca han llegado a venderse tanto como los panes. Recientemente se han incorporado más embutidos a los tradicionales, salchicha y chorizo, como salami, tocino o carne. El producto más vendido es el llamado Súper un pan del doble del tamaño normal relleno de toda la variedad de embutidos.

Según cálculos de Don Juan Pablo, en la zona del Liceo se llegan vender diariamente un aproximado de 5 mil panes, aunque afirma que el negocio ha mermado en los últimos años a causa de la competencia. Antes eran pocas carretas establecidas en la

zona, la mayoría eran de su propiedad o de su suegro, ahora hay cerca de 15 negocios en las cercanías del Liceo Guatemala y existen tres propietarios grandes, de más de una carreta o de locales grandes y varios propietarios independientes.

Además de la tradición y la receta tradicional, algo que diferencia a los hot dogs del Liceo es la clientela, compuesta en gran parte por personas de las capas media y media altas



Carretas de hot dogs del "Chino" frente al Liceo Guatemala: extraído de?

que acostumbran consumir los alimentos desde el interior de sus carros. Para atenderlos trabajan en cada carreta o local varios "piratas", jóvenes que hacen de meseros callejeros llevando pedidos y cobrando directamente en los carros. En la siguiente nota periodística se detalla esta modalidad de venta:

"¿De chorizo, longaniza o salchicha? ¿Cuántos, jefazo? Dos... tres... cuatro. ¿Cuántos?, grita el pirata mientras corre a la par del vehículo color gris que recién llega al lugar,

sin soltarse de la ventanilla. "Allí hay parqueo", señala. Sabe que con esto los tripulantes del vehículo podrían detenerse y comprarle, y así ganarse Q1 por cada uno de los hot dogs que venda. [...] Por todos lados se ven vehículos parqueados. Algunos de modelos muy antiguos, otros, en cambio, de modelos recientes. No es raro ver a los tripulantes de camionetas agrícolas Toyota, Mazda, Mitsubishi modelo 2004 comiendo o comprando shucos del Liceo. Prensa Libre. Los Shucos del Liceo, 2004

IV.1.c) La actualidad: de Hot Dogs a Shucos

Como se narró en el capítulo anterior a partir de los años 70 y durante los 80 los hot dogs comenzaron a expandirse por la ciudad, sobre todo en las zonas comerciales de mayor circulación de personas. Hasta el día de hoy la zonas 1, 9 y 12 son las que concentran mayor cantidad de carretas. Los "shucos" surgieron de la combinación entre la receta de las Mixtas Frankfurt, la forma de preparación y comercialización los hot dogs del Liceo y los nuevos ingredientes de los Chéveres populares durante los años 70' y 80'. En ellos se incorporó en un primer momento el pan tostado al carbón, el repollo cocido y la salchicha asada de los hot dogs del Liceo con la salsa ketchup y la mayonesa y la salsa picante industrial de los Chéveres. Con el tiempo los *shucos* se transformaron y diversificaron incorporando nuevos ingredientes y preparaciones, entre las más importante están la vuelta de las mixtas transformadas en "churrasquitos" o tortillas con carne o chorizo en vez de salchicha. A partir de los noventa los shucos se crecieron al mismo tiempo que lo hacían los restaurantes de comida rápida y siguieron incorporando nuevos ingredientes. Las nuevas recetas se iniciaron en algún puesto o zona y conforme se popularizaron fueron incorporados por otros puestos.

Por ejemplo, una de las primeras carretas en vender panes con carne acompañadas de cebolla y cilantro fue la de Don Mincho ubicada en la esquina de la Avenida Elena y el Anillo Periférico en la zona 1; en el campus de la USAC se supone fue donde por primera vez se agregó chimichurri al hot dog; actualmente en la zona 13 se venden *shucos con queso* o *shucos a la tortrix*. Esta tendencia ha seguido y actualmente pueden encontrarse "shucos" de cualquier clase de embutidos, carne asada, adobada y hasta pollo. El cambio más reciente es el surgimiento de empresas medias que lo han

llevado a espacios de consumo de capas media y media alta, como los campus de universidades privadas y centros comerciales. Según estos nuevos empresarios los *shucos* se han transformado en “shukos”, al ser preparados bajo normas de higiene equiparables a las de la comida rápida.

Actualmente son la comida callejera más popular de la ciudad y un nuevo elemento de identificación de los capitalinos. Lo que se refleja en que durante los últimos años han aparecido varios artículos de prensa y reportajes de televisión sobre ellos y en Internet son innumerables las menciones que se hace de los mismos. Para dar un ejemplo, al realizar una búsqueda en *Google* usando la palabra “shucos” o “shukero” se obtienen cientos de resultados relacionados con los “hot dogs chapines”. La siguiente cita tomada de un reportaje de prensa ilustra la importancia de los shucos como parte fundamental de la cultura popular de la ciudad de Guatemala:

En el primer día de clases en la Facultad de Derecho de la Universidad de San Carlos de Guatemala (Usac), Julio Ortega, capitalino, le dice a Juan Pirir, de San Juan Sacatepéquez: “Te invito a un shuco”. Juan, sorprendido, responde: “¿Y aquí venden shucos, pues?” Lo que Juan conoce con ese nombre es un atol de su pueblo [...] pero con lo que se encontró fue varias carretillas que venden panes con salchicha, guacamol y repollo, “Julio me presentó los shucos de la Usac”, cuenta, un tanto apenado.” (Elperiódico. 01-08-2005. “A los hot dogs chapines se les llama shucos”).

Los años 90’ fueron de gran expansión de los hot dogs, y también el momento en que se popularizó el nombre de “shuco” sobre cuyo origen y significado ampliaremos más adelante. Junto a este término que ha transformado el significado histórico de la palabra *shuco* referido a algo sucio por el de hot dog, han surgido otro asociado: *shuquero* o *shukero* que se refiere a la persona que prepara los *shucos*.

Producción y comercio de shucos en la Ciudad de Guatemala

La definición general de la economía informal concibe a esta, como toda actividad económica no regulada. Según la Encuesta Nacional de Empleos e Ingresos (ENEI) del 2004, el 61.9% de la Población Económicamente Activa urbana, trabaja en el sector informal, mismo que representa aproximadamente el 30% del PIB nacional (CIEN, 2001:21). En las encuestas del Instituto Nacional de Estadística INE, dentro de este sector se encuentran además de empleados domésticos, los peones o jornaleros, los empleados familiares no remunerados y otros. Los vendedores callejeros urbanos son un sector diferenciado dentro de la economía informal por el lugar en el que desempeña su trabajo y por dedicarse al comercio y a la prestación de servicios. Al mismo tiempo pueden pertenecer a alguna de las anteriores categorías, como trabajadores familiares no remunerados u otros. La venta de hot dogs en la ciudad de Guatemala pertenece casi en su totalidad a la venta callejera, a su vez parte del sector informal de la economía. Comparte las tendencias de este sector en el que se puede decir que a nivel general es mayor la tasa de informalidad dentro de los grupos indígenas que dentro del resto de grupos.

No existen a la fecha estudios específicos sobre el sector de vendedores de comida en la calle. Los datos disponibles más actualizados y completos proceden de la Dirección Financiera de la Municipalidad de Guatemala, específicamente del área de Ingresos que se encarga del cobro de arbitrios al sector informal. De acuerdo al Ingeniero José Estuardo Rodas del Valle, actual Coordinador de Ingresos, en esa dependencia municipal se lleva *“un padrón, donde esta registrada toda la economía informal que incluye de todo, desde los puestos de comida hasta las ventas de música pirata. En este*

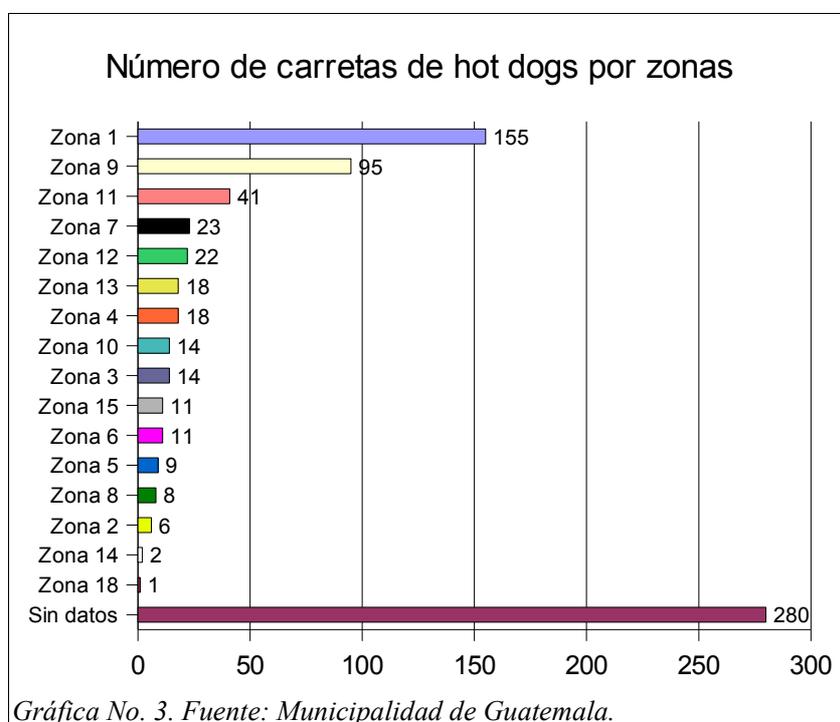
registro se incluyen las 23 zonas de la ciudad”.⁸

Sin embargo, es obvio que existe un subregistro en los conteos municipales, por lo menos en lo que se refiere a las negocios de venta de *hot dogs*, pues no todos cuentan con los permisos municipales correspondientes o se encuentran en lugares fuera de la jurisdicción municipal, por ejemplo las ventas ubicadas al interior del campus de la USAC, o dentro de estacionamientos, centros comerciales, iglesias evangélicas, etc. También sucede que los *shucos* se venden en locales que también venden otros productos y no aparecen registrados en los registros de la municipalidad como “carreta de hot dog”. También existen problemas de información incompleta sobre los negocios que si están registrados, de los que no se cuenta, por ejemplo, con la dirección donde están ubicados.

A pesar de estos problemas los datos proporcionados por la municipalidad, permiten dar un panorama general sobre la magnitud del negocio de venta callejera de hot dogs, así como de algunas características generales del mismo.

Zona	Número de carretas
Zona 1	155
Zona 9	95
Zona 11	41
Zona 7	23
Zona 12	22
Zona 13	18
Zona 4	18
Zona 10	14
Zona 3	14
Zona 15	11
Zona 6	11
Zona 5	9
Zona 8	8
Zona 2	6
Zona 14	2
Zona 18	1
Sin datos	280
Total	728

Cuadro No. 7.



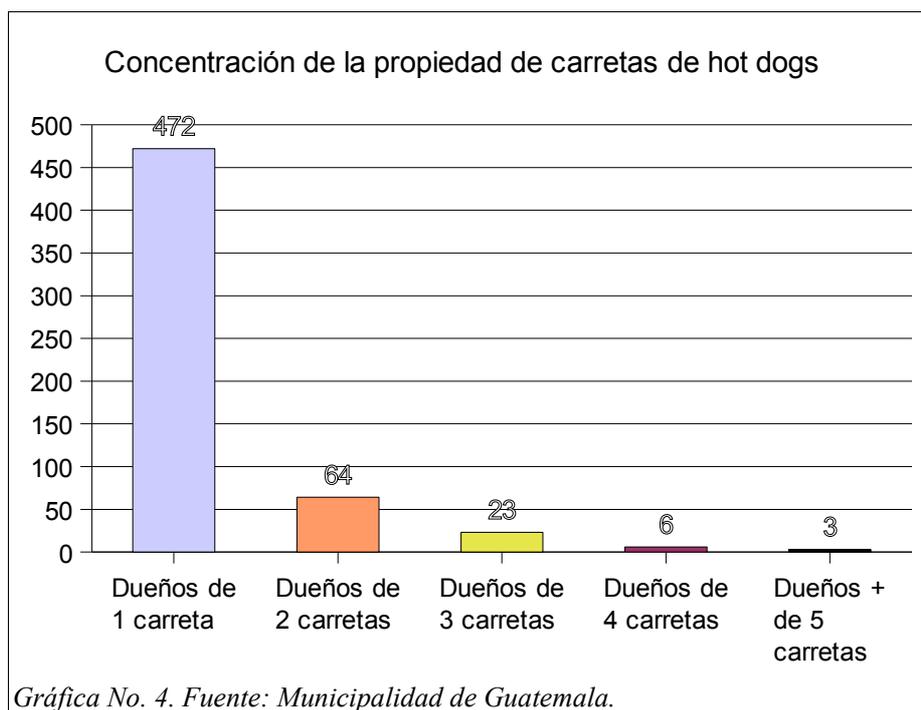
Gráfica No. 3. Fuente: Municipalidad de Guatemala.

En la municipalidad aparecen registradas un total de 728 carretas repartidas en la ciudad, las zonas con mayor concentración de las mismas son en primer lugar la número 1, seguida por la 9 y la 11. Entre las tres concentran más de un tercio del total de puestos de venta. Este dato es importante pues demuestra la vinculación del expendio de hot dogs con las zonas de mayor actividad comercial y de servicios. En zonas de uso mayoritariamente residencial, la cantidad de carretas es mínima. Cuando se encuentran, estas se ubican en puntos de intersección de vías de comunicación y en otros casos en los puntos de entrada a industrias maquiladoras o de otro tipo.

Otro aspecto importante es la desconcentración en la propiedad de este tipo de negocios, de los 728 propietarios registrados el 86% posee únicamente una carreta, el 9% posee dos y el 5% restante 3 o más. Esto significa que las ventas callejeras de hot dogs son en efecto microempresas intensivas en trabajo y de bajo nivel de capital. En muchos

⁸ Entrevista realizada el 17 de Agosto del 2007.

casos se trata de empresas familiares que involucran el trabajo no asalariado de varios miembros de la familia.

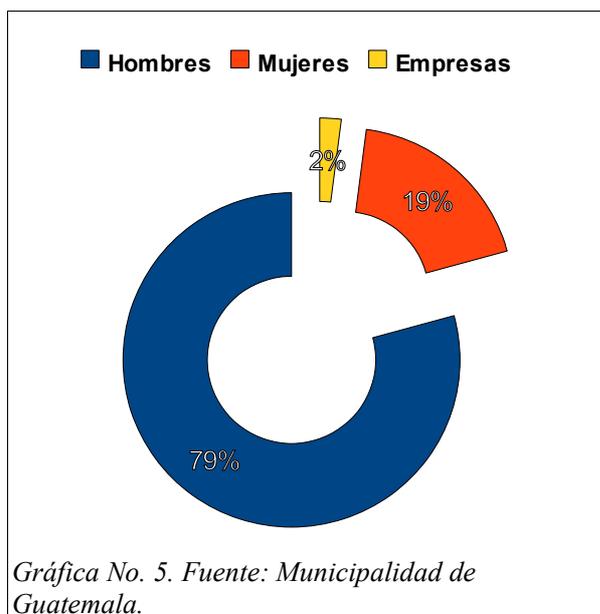


El carácter familiar de este tipo de ventas se refuerza al constatar que el 20% de las carretas esta registrada a nombre de mujeres. Este dato al ser contrastado con la poca presencia de mujeres atendiendo puestos de hot dogs indica que las mujeres participan en la administración de los puestos, encargándose de la administración financiera o de la logística de las mismas, dejando el trabajo de preparación y atención a clientes en manos de familiares hombres o de empleados.

El 80% de los negocios están registrados por hombres, lo que coincide con la imagen del expendedor masculino de hot dogs (shukero). Un pequeño porcentaje aparece registrado a nombre de empresas en particular la embotelladora *Pepsi Cola* que es dueña de una flotilla de carretas.

Sexo de los dueños de carretas	Número
Hombres	577
Mujeres	136
Empresas	15
Total	728

Cuadro No. 8. Fuente: Municipalidad de Guatemala



Gráfica No. 5. Fuente: Municipalidad de Guatemala.

Un dato que no existe en los registros es la cantidad de empleados por puesto, lo que si existe es la cantidad de metros cuadrados que tienen autorizados los puestos, dato que puede brindar una idea del tamaño de los negocios, infiriendo que a mayor tamaño mayor número de empleados. En este aspecto el 70% tiene autorizado menos de 1 metro, 2% tienen autorizados 1 metro y el 27% restante 2 metros o más, siendo los puestos más grandes autorizados de 4.5 metros. En los registros municipales aparece que cada carreta paga un arbitrio mensual de Q. 45.00 sin importar la zona o la cantidad de metros que tenga autorizados el puesto.

La etnicidad de los dueños o trabajadores de las carretas de hot dogs, no consta en los registros municipales. El único dato que puede darnos alguna idea al respecto son los nombres de los dueños registrados. Al revisar las listas de los dueños registrados, es notoria, la abundancia de apellidos de origen indígena como: Xiloj, Lux, Ixcoy, Cotton, Tipaz, Samuc, Chaj, Baquix, Zapeta, Tojil, etc. Como investigador se debe tener claro que poseer un apellido indígena no es por si mismo un indicador de identidad étnica, sin embargo esta información si se puede complementar, con la observación directa y con los resultados de estudios anteriores sobre el sector informal, los cuales demuestran la alta presencia de indígenas en este sector, para asegurar que dentro de los vendedores de hot dogs una alta proporción, quizá la mayoría, de dueños de puestos y de trabajadores es de origen indígena.

IV.1.d) Estudio de Caso: Los vendedores de shucos de la zona 9

Para profundizar en el conocimiento de las características y el funcionamiento del mercado de venta de hot dogs se realizó una pequeña estenografía de las personas dedicadas a su producción y comercialización. El primer objetivo de la misma fue la consecución de datos precisos acerca de los trabajadores del sector, tales como sus características sociodemográficas, distribución espacial de los negocios, horarios de trabajo, salarios, formas de organización gremial y las problemáticas que enfrentan los vendedores para desarrollar sus actividades.

La otra parte del estudio etnográfico se enfocó en conocer las características del negocio, tipo de clientes al que se enfoca, que productos se venden, en que horarios, como estos últimos han variado en los últimos años y que distingue a un negocio de otros.

Se escogió un área de estudio que incluye la parte Norte de la zona 9 y el extremo Sur colindante de la Zona 4, adicionalmente se incluyeron en la muestra tres negocios ubicados en la vecina Zona 10, de los cuales dos funcionan en el *Centro Comercial Los Proceres* y uno en la avenida La Reforma. La razón para escoger esta área específica fue por una parte, que la zona 9 posee, la 2da mayor concentración de carretas de hot dogs en la ciudad, únicamente superada por la Zona 1. Por otro lado se trata de un sector donde pueden encontrarse juntas a las tres generaciones de mixtas y hot dogs: *Frankfurt*, *Los Hot Dogs del Chino* y *los Shucos*.

El primer paso de la investigación fue la realización un recorrido a pie por la zona, a lo largo de varios días y a distintas horas, durante el tiempo que duró la investigación: aproximadamente tres semanas. Durante los recorridos se contabilizaron todos los negocios de hot dogs del área y se hizo observación participante, (es decir la participación en el consumo cotidiano de hot dogs), y la toma de un diario de campo. Esta observación permitió ver las actividades principales de la zona, la afluencia de clientes a lo largo del día y los horarios en que se consume el producto. Durante esta etapa se pudo terminar de delimitar la zona de estudio y percibir lo que acontece en la vida cotidiana de la gente que utiliza esta zona, así como conocer algunos de los problemas a los que vendedores y consumidores se enfrentan. Además mientras se realizaban estos recorridos se realizaron varias entrevistas informales a vendedores y consumidores.

El mercado de los hot dogs

Como primer resultado se obtuvo un inventario de la totalidad del negocio del sector y una primera tipología de los diferentes tipos de negocios. Se encontraron 3 modelos básicos, el primero y más numeroso fue denominado: *Carreta Simple*, se trata de la conocida carreta móvil, generalmente decorada con los colores y logotipos de alguna marca de refrescos (*Coca Cola*, *Orange*, *Super Cola*, *Pepsi*, etc), atendida por una sola persona y en general con menos variedad de productos en venta que las carretas más grandes, panes y tortillas con chorizo y salchicha.

El segundo modelo por cantidad de puestos se denominó: *Puesto Grande*, se diferencia del anterior por utilizar un local más grande, que puede estar compuesto por varias carretas juntas que funcionan como un solo negocio o por una carreta o caseta grande atendida por más de dos personas. Este modelo se subdividió en dos subtipos:

- a) familiar, atendido por varios miembros de una misma familia y muchas veces asociado a otros puestos cercanos, por ejemplo a una venta de tortillas, un puesto de chicles y golosinas o de frutas.
- b) empresarial, administrado por el dueño y atendido por varios empleados, un ejemplo de este tipo son por ejemplo las carretas del Liceo, que emplean a uno o dos cocineros y hasta cinco “meseros” conocidos como “jaladores”.

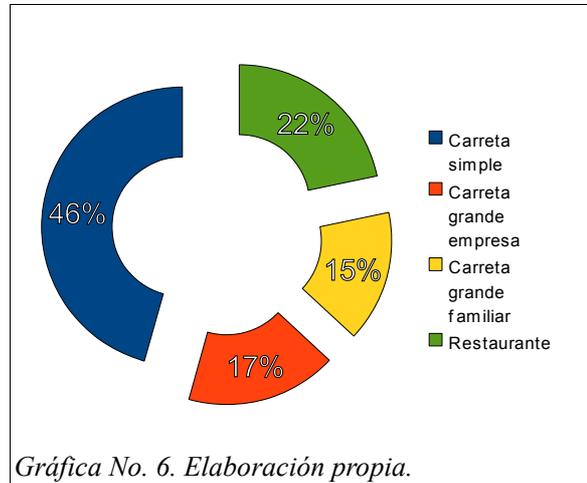
Por último, se encontraron *locales formales*, fijos dedicados a la venta de hot dogs, modelo que denominamos simplemente restaurantes. Este modelo también se subdividió en dos subtipos:

- a) restaurantes tradicionales compuestos por los locales con varias décadas de funcionamiento, específicamente las *Mixtas Frankfurt* y los locales del *Liceo Guatemala*.
- b) restaurantes modernos: más nuevos y que han adoptado el estilo de las cadenas de comida rápida.

En los siguientes cuadro y gráfica se muestran los resultados del inventario realizado, en el que se contabilizaron 46 puntos de venta, de los cuales casi el 50% corresponde a las carretas pequeñas atendidas por una sola persona. En este cuadro no se muestran los negocios que formaron parte de la muestra pero están ubicados fuera del área de estudio.

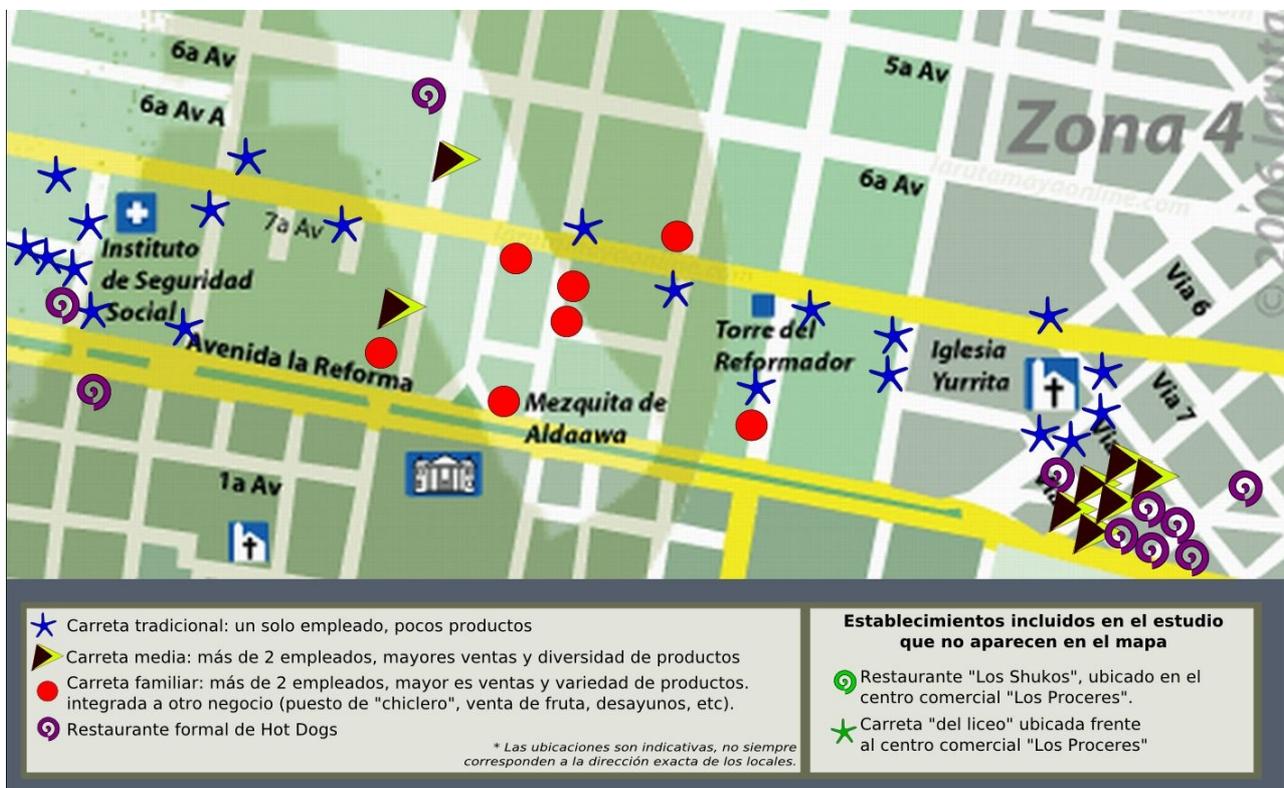
Tipo de negocio	Locales
Carreta simple	21
Puesto grande, empresa	8
Puesto grande, familiar	7
Restaurante	10
Total	46

Cuadro No. 9. Elaboración propia.



Gráfica No. 6. Elaboración propia.

La ilustración siguiente, muestra el área de estudio y la distribución espacial de los puntos de venta, así como los distintos modelos de negocio encontrados: simples, medianos y restaurantes. Sobresalen como zonas de mayor concentración de puestos, el área contigua al Hospital de Maternidad del IGGS y las inmediaciones del Liceo Guatemala en la Zona 4.



Descripción de la cotidianidad

Durante los recorridos realizados, se pudo observar que la actividad comercial empieza

desde las siete de la mañana, en algunos lugares incluso antes, como en el caso de la maternidad del IGGS. Durante las primeras horas de la mañana las comidas que se venden son las tradicionales para este tiempo de comida: *atol*, panes con frijol, tortillas con huevo duro, café y muchos otros platillos.

Los vendedores de *hot dogs* empiezan a llegar a sus puestos de trabajo desde las siete de la mañana hasta las ocho o las nueve. Muchos llegan empujando su propia carreta, la cual generalmente se guarda en uno de los muchos estacionamientos públicos de la zona o en bodegas cercanas, mientras otros, los menos, remolcan sus carretas con carros. En el caso de los puestos familiares, los vendedores se instalan muy temprano pues combinan varios negocios juntos: por ejemplo en una familia de 5 miembros la madre se encarga de los desayunos, el padre cobra y administra los negocios, mientras dos de los hijos atienden la carreta de hot dogs y un tercero atiende un puesto de jugos de naranja contiguo. Esto les permite cubrir más segmentos de mercado mediante la ampliación de los horarios de venta y el control estratégico de toda una calle o un sector de esta.

Los vendedores de carretas simples por su lado ocupan sus primeras horas en encender el fuego, preparar los ingredientes: picar y poner a cocer el repollo y las salchichas, asar, pelar y triturar tomates para el *chirmol*, picar grandes cantidades de cebolla y cilantro, preparar la carne poniéndola en salmuera, poner las aguas a enfriar, etc. Por último cerca de media mañana se ve a los *hotdoqueros* o *shuqueros* poner a asar la carne y los chorizos. En el caso de los puestos grandes es más común observar que traigan sus ingredientes ya preparados o semi-preparados, lo que puede deberse a que en general cuentan con más recursos para movilizarse y mayor número de empleados.

A las diez u once de la mañana, a la hora de la refacción, empieza a concurrir clientela. En muchos casos los puestos son muy antiguos y gran parte de la clientela es fija, muchas carretas atienden casi exclusivamente a una empresa o a un edificio. Aunque todas dependen también de los transeúntes ocasionales. *!Que onda chinoj, !Quiubo chatoj, !Colochoj* son las formas más comunes de los clientes hombres de dirigirse a los vendedores, Aunque parece ser que la mayoría de los *shukeros* de la ciudad son apodados "Chino", posiblemente por ser éste un apodo común para las personas con rasgos considerados indígenas como los ojos rasgados. También los vendedores conocen los nombres o los apodos de muchos de los clientes y es común verlos bromear. Después de los saludos y las "*chingaderas*" se hacen los pedidos al gusto del cliente: *!Dos de chorizo, rapidito porfa, !Sin repolloj, !Sin mostazaj !Bien tostaditoj, etc.* Las mujeres no parecen establecer relaciones de tanta confianza con los vendedores y en todo caso en general parecen ser menos numerosas que los hombres.

Resulta admirable la habilidad y rapidez de los vendedores para manejar las pinzas con que se preparan todos los productos, sin manipularlos con las manos. Atender tantos pedidos, recordar las especificaciones de cada uno y evitar que los panes se quemen en el carbón utilizando siempre unas tenazas metálicas es todo un arte. Se pueden encontrar *shuqueros* expertos y novatos, por la misma razón, dependiendo de la cantidad de clientes en el puesto, se puede esperar desde un par de minutos hasta un cuarto de hora para recibir un pedido. Muchos de los pedidos son para llevar, para lo que el vendedor tiene que envolver los panes en papel, introducirlos en una bolsa plástica que después sella usando el calor de la parrilla, logrando un ingenioso empaque hermético que conserva el calor.

Todos los puestos venden dos productos básicos: panes y tortillas con chorizo y

salchicha. Desde hace ya algunos años, la carne asada se incorporó a la oferta de la mayoría de puestos y con ella, el chirmol y más recientemente la cebolla con cilantro y en algunas otras el *chimichurri* una salsa a base de ajo y hierbas. Además de la carne de res se han agregado nuevos embutidos: salami, tocino, longaniza y algún otro, también carne adobada e incluso pollo. También han aparecido los panes gigantes y los Súper que incluyen todas las carnes. Además del aumento en variedad se puede observar la especialización de algunos puestos en un producto, los hay cuya especialidad son los panes con carne adobada o las tortillas con carne o simplemente la calidad de sus salsas.

La hora más ocupada de todos los puestos es la del almuerzo, entre las 12 y las 2 de la tarde. En algunos casos, carretas que están atendidas solo por una persona reciben apoyo de otra en este horario, ya sea de parte del dueño, que generalmente se encarga de cobrar o de otro empleado o familiar. Algunos puestos empiezan a limpiar el puesto y a desmontarlo inmediatamente después del horario de almuerzo, aunque la mayoría todavía atiende un par de horas más a los rezagados. A partir de las cuatro de la tarde, casi todos están recogiendo y para las 6 de la tarde ya es difícil en algunas áreas encontrar un "shuco". Esto varía mucho dependiendo del área y de la circulación de gente, en el área del Liceo Guatemala suelen trabajar hasta más tarde, aproximadamente hasta las 6 de la tarde, al igual que en la maternidad del IGGS.

Por el contrario los puestos de las calles, que venden más a empleados de empresas e instituciones cercanas, se suele cerrar más temprano. Los empleados de las empresas raramente se detienen a comer un shuco al salir del trabajo pues salen con prisa para sus casas o para la universidad. También influye en los horarios que muchos de los vendedores de hot dogs viven en la periferia de la ciudad, lo que implica para ellos un largo trayecto de vuelta a sus casas. Entrada la noche las calles lucen "silenciosas", es casi imposible encontrar un *shuco* en la calle, si hace hambre es necesario acudir a otro tipo de puestos de comida callejera o a los restaurantes.

Las entrevistas

Los entrevistas informales hechas durante los recorridos, demostraron la dificultad de realizar entrevistas en la vía pública y durante el horario de trabajo de los sujetos de estudio. Sin embargo hasta donde se pudo averiguar estos no pertenecían a ningún grupo organizado, ni existía ningún espacio que los reuniera. Las alternativas para realizar entrevistas más a profundidad con ellos consistían en buscar a los trabajadores en su lugar de residencia, lo que se descartó por falta de tiempo y recursos o hacer una encuesta general opción que también fue descartada por el tamaño de la muestra necesaria y por considerar que no permitiría profundizar ni obtener información cualitativa clave. Considerando estas circunstancias se decidió realizar entrevistas, semi-estructuradas, todo lo profundas que las condiciones permitieran.

Es necesario señalar las dificultades enfrentadas para la realización de esta etnografía, en primer lugar se dispuso de un tiempo muy limitado y de escasos recursos económicos, que impidieron realizar una permanencia prolongada en el área de estudio que hubiera facilitado el establecimiento de relaciones de confianza con el grupo estudiado o la ubicación de informantes claves. El segundo obstáculo fue la disponibilidad de tiempo de los vendedores para conceder entrevistas, pues estos están ocupados a lo largo de toda la jornada de trabajo. Debido a esta razón muchos de los entrevistados declinaron conceder una entrevista por falta de tiempo, este problema se dio sobre todo entre los trabajadores de carretas simples, pues se encontraban solos. Otro obstáculo que se presentó fue la desconfianza de algunos vendedores y su renuencia a brindar información, nuevamente los empleados de las carretas simples se mostraron más

desconfiados de la naturaleza del estudio, en algunos casos los trabajadores adujeron no tener autorización de los dueños para dar entrevistas. La realización de entrevistas en plena vía pública supuso otra serie de dificultades y retos, en muchas ocasiones aprovechando momentos de descanso de los vendedores si inició una entrevista solo para interrumpirse minutos después por la llegada de algún cliente, también el ruido del tránsito y la constante circulación de gente dificultó la grabación y transcripción de las entrevistas.

A pesar de estas dificultades se obtuvieron 12 entrevistas de las cuales 3 fueron hechas a empleados de carretas simples, otras 3 a dueños o trabajadores de puestos grandes familiares y 6 a dueños o trabajadores de restaurantes. En este último sector fue que se encontró mayor anuencia la realización de entrevistas, en parte por que se trató en muchos casos de los dueños de los negocios que contaban con mayor disponibilidad de tiempo y que mostraron mayor interés por el estudio. El siguiente cuadro muestra el resumen de las entrevistas realizadas.

Tipo de Negocio	Frecuencia
Carreta simple	3
Puesto grande	3
Restaurante	6
Total	12

Cuadro No. 10. Elaboración propia.

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas, presentando primero las características socio demográficas de los entrevistados, luego detalles sobre el negocio y por último sus apreciaciones generales sobre su clientela y el origen y significado del nombre del producto.

Perfiles sociodemográficos

La mayoría de negocios son relativamente antiguos, con una media de entre 5 y 15 años de funcionamiento (excluyendo a las *Mixtas Frankfurt* y los *Hot Dogs del Chino* con varias décadas de antigüedad). Los lugares de más reciente inauguración son los restaurantes modernos que se han instalado en los últimos dos años. En el caso de los puestos antiguos, varios iniciaron como una carreta simple que ha ido creciendo e incorporando más trabajadores con el tiempo.

Tipo de Negocio	menos de 2 años	menos de 5 años	entre 5 y 10 años	más de 20 años	Sin datos
Carreta simple	1		1		1
Puesto grande			1	2	
Restaurante	3	1		2	
Total	4	1	2	4	1

Cuadro No. 11. Elaboración propia.

La muestra incluyó a 8 hombres y a 2 mujeres. De las doce entrevistas realizadas 8 correspondieron a empleados de los negocios y cuatro a dueños. Las edades de los entrevistados fluctuaron entre los 14 y los 65 años. Entre los vendedores el promedio de edad es muy bajo, se entrevistaron a 2 menores de edad que trabajaban como cocineros: una muchacha de 14 años trabajadora de una carreta simple y un muchacho de 17 años, cocinero en el restaurante *Shucos Inn*. El promedio de edad es en general más alto entre los dueños.

Sexo	Frecuencia
Masculino	10
Femenino	2
Total	12

Cuadro No. 12. Elaboración propia.

Edad	Vendedores	Dueños
	14	29
	17	34
	18	60
	18	65
	26	
	27	
	29	
	32	
promedio	20	47

Cuadro No. 13. Elaboración propia.

Los niveles de escolaridad resultaron bastante altos, para lo que se esperaba, en base a los resultados observados en estudios anteriores sobre el comercio informal. Si bien el nivel universitario solo se encontró entre los dueños de restaurantes la única persona que aparece con nivel primario, corresponde a uno de los dos menores de edad entrevistados.

Escolaridad del entrevistado	Carretas	Restaurantes
Primaria		1
Secundaria	2	
Bachillerato	2	2
Universitario		2
Sin datos	2	1
Total	6	6

Cuadro No. 14. Elaboración propia.

Respecto al lugar de origen de los entrevistados, muchos de los trabajadores resultaron ser emigrantes a la ciudad, principalmente del departamento de San Marcos. Los dueños de negocio fueron todos originarios de la ciudad capital. Al preguntar a los emigrantes sobre la cantidad de años que llevan residiendo en la ciudad, la mayoría manifestó llevar más de 2 y varios más de 10. Unos pocos son recién llegados con menos de un año de haber llegado, estos corresponden a los más jóvenes de la muestra.

Lugar de origen del entrevistado	Carretas	Restaurantes
San Marcos	4	1
Jutiapa	1	0
Quetzaltenango	1	0
Ciudad de Guatemala	5	5
Total	6	6

Cuadro No. 15. Elaboración propia.

Años de residir en la ciudad	Frecuencia
1 o menos	1
Aproximadamente 2	2
Entre 5 y 10	1
Más de 10	3
Originarios de la capital	5
Total	12

Cuadro No. 16. Elaboración propia.

Sobre los salarios las entrevistas indican que en las carretas simples, los trabajadores perciben salarios que apenas llegan al salario mínimo, en uno de los casos correspondiente a una muchacha de 14 años de edad su salario es apenas de Q. 1000 mensuales. Los empleados tanto de restaurantes como de puestos grandes empresariales tienen ingresos medios de entre Q. 2000 y Q. 2500, quienes reciben mayores ingresos son los trabajadores de puestos grandes familiares, posiblemente por que la distribución de las ganancias sea más equitativa.

Tipo de Negocio	Salario mínimo	Q. 2000	de Q. 2000 a Q. 2500	mas de Q. 3000	Sin datos
Carreta simple, un empleado	3				
Puesto grande				2	1
Restaurante		2	4		
Total	3	2	4	2	1

Cuadro No. 17. Elaboración propia.

Los horarios de trabajo de los negocios son eminentemente diurnos y enfocados en la venta de almuerzos. En general los trabajadores laboran largas horas, pues además de las horas de atención a clientes deben preparar los alimentos, además de limpiar y recoger los puestos por las tardes. Únicamente en un caso se trabaja por la noche, se trata del restaurantes *Los Shukos* que se ubica en el interior del *Centro Comercial Los Próceres*. Todos los entrevistados coincidieron en señalar que su horario esta asociado al de su clientela, que en la gran mayoría de casos se compone principalmente por empleados de las empresas cercanas a los negocios. La falta de “movimiento” y los problemas de inseguridad fueron señalados como las principales razones que impiden ampliar los horarios de venta.

Tipo de Negocio	9:00 am a 6:00 pm	7:00 am a 5:00 pm	8:00 am a 3:00 pm	9:00 am a 9:00 pm	8:00 am a 7:00 pm	6:00 am a 8:00 pm
Carreta simple	1	1			1	
Puesto grande	1	1	1			
Restaurante	3	1		1		1
Total	5	3	1	1	1	1

Cuadro No. 18. Elaboración propia.

El mercado de hot dogs en toda la zona estudiada tiene una envergadura considerable, según estimaciones de Juan Pablo Gómez de los Hot Dogs del Chino, se venden diariamente unos 5 mil panes solo en la zona del Liceo Guatemala. Si multiplicamos el número de carretas contabilizadas por el promedio de venta obtenido de las encuestas obtenemos cerca de 9000 piezas entre panes y tortillas. Si a esto se agrega la venta de aguas pueden estimarse las ventas diarias en alrededor de 60 mil quetzales.

Los negocios. Similitudes

Los negocios que forman parte de la muestra comparten muchas características, para empezar se especializan en la venta de panes y tortillas con carne y diversos embutidos. Esto no implica que puedan vender otros productos de manera complementaria.

Todos utilizan los mismos ingredientes básicos y preparan los alimentos de la misma manera, por ejemplo casi todos utilizan carbón para cocinar los alimentos. También coinciden en el horario de venta, básicamente diurno y enfocado al almuerzo. Dependen de los empleados de empresas cercanas, quienes constituyen su mercado principal, al

que se adaptan tanto en precios como en horarios. Respecto a la clientela hay algunas diferencias, sobre todo en el sector del Liceo Guatemala, el lugar más tradicional y conocido de hot dogs que atrae a clientes de otras zonas y atiende a los estudiantes del colegio cercano y a sus familiares, únicamente en este sector la mayoría de la clientela no es de los trabajadores del sector.

Al cuestionarles sobre la competencia con otras comidas y restaurantes, todos consideraron que compiten principalmente entre ellos mismos y con otros puestos callejeros que ofrecen otros productos del mismo rango de precios, como tacos o hamburguesas. No consideran a las cadenas de comida rápida como competencia directa, sobre todo por la diferencia de precios y en menor medida por el tipo de productos.

A nivel de precios tampoco se dan diferencias muy grandes, en las carretas los precios oscilan entre los Q. 5 que cuestan los panes y tortillas con salchicha y longaniza, hasta los 8 que pueden llegar a costar los de carne asada, pollo o carne adobada. En el sector del Liceo los precios suben un poco, el pan *Súper* cuesta Q. 15 pero se trata de un pan más grande y que lleva aproximadamente cinco embutidos. En algunos de los restaurantes se ofrecen los mismos precios de la calle, mientras en otro según la ubicación pueden subirlos, hasta llegar a los niveles de precios de la comida rápida.



"CHEV'S" puesto de Don Aurelio en la 6ta. Calle de la zona 9

Diferencias. Las carretas simples

Como se mencionó antes estas son atendidas por una sola persona la mayor parte del tiempo, y en algunos casos reciben ayuda de otra durante las horas de mayor afluencia. Venden en general menos variedad de producto que los demás, algunos todavía venden únicamente los productos tradicionales: tortillas y panes con salchicha y chorizo. De aderezos ofrecen ketchup, mayonesa, mostaza y chile industrial. Sin embargo la tendencia actual es la adopción de nuevos productos, como la carne asada y adobada. Así como los nuevos aderezos como , *chirmol*, *cebolla con cilantro* y *chimichurri*.

Estos puestos en general venden menos que los otros tipos, aunque el nivel de ventas varía según la ubicación, la competencia de otros puestos, la antigüedad y la habilidad del vendedor/cocinero. Según el puesto se pueden vender más tortillas, panes o bien la misma cantidad de las dos cosas. El vendedor con menores ventas calculó 50 unidades diarias entre panes y tortillas mientras que quién reportó mayores ventas calculó 200 unidades diarias.

En estos puestos se encontraron los mayores índices de explotación: mayor cantidad de horas de trabajo, sueldos más bajos y contratación de menores de edad y así como de emigrantes de zonas rurales con poco tiempo de residir en la ciudad.

Puestos medios y grandes: micro empresas

La principal diferencia con el modelo anterior es el tamaño de los puestos, el mayor volumen de ventas y la cantidad de trabajadores. En el caso de las carretas del Liceo Guatemala, estas pueden tener uno o dos cocineros y varios “jaladores”. En otras zonas muchas veces se trata de dos cocineros y un cobrador, “mesero”. En general ofrecen mayor variedad de productos y tienen niveles de ventas mayores que las carretas simples.

La mayoría de puestos de este tipo no tiene nombre, lo que los distingue de las demás es generalmente, alguna especialidad, es decir una forma de preparar los panes o un producto diferente a los demás. Una excepción es la carreta ubicada en la 6ta. Calle de la zona 9, que se distingue por que utiliza el nombre comercial de *Chevi's* y cuenta con trabajadores uniformados con delantal y gorro rojo.

Micro empresas familiares

Estos comparten en lo general las características de los puestos empresariales, pero se distinguen por que algunos funcionan encadenados a otros puestos ubicados en la vecindad. En algunos casos una familia abarca toda una cuadra o una esquina junto a puestos de fruta, desayunos, tortillas, hot dogs y los conocidos como puestos de chicles.



Desayunando en "Burger Shucos".

También resultaron ser los negocios más antiguos, por lo tanto son muy conocidos y presentan elevados niveles de venta. Pocos utilizan el nombre y son identificados más por el nombre de sus dueños o por la dirección en que se encuentran. Venden gran variedad de productos y tienen alguna especialidad que los diferencia de los demás. Por ejemplo uno de los puesto vende hamburguesas junto con los hot dogs y otro ofrece como especialidad panes y tortillas con carne adobada muy apreciados por la clientela.

En las entrevistas realizadas a dueños y trabajadores de puestos familiares, se pudo constatar que en su totalidad se trató de familias indígenas, varias procedentes del departamento de San Marcos, con muchos años de residir en la ciudad. En otros casos alguno de los trabajadores de los puestos era “nuevo”, un familiar recién llegado a la ciudad, que se encontraba aprendiendo el negocio.

Los Restaurantes. Tradicionales

En esta sección se incluyen únicamente a las *Mixtas Frankfurt* y los Hot Dogs del Liceo, que ya fueron descritos, solo queda por mencionar que ambos negocios buscan diferenciarse del resto reclamando la “autenticidad” de sus productos.

En el caso de las *Mixtas Frankfurt*, el dueño considera a los hot dogs callejeros como “competencia desleal”. Relató como en una ocasión, hace ya varios años, acudió personalmente a la municipalidad a presentar una queja en contra de las ventas callejeras

de hot dogs, que en algunos casos se instalaban frente a los locales de Frankfurt. En aquella ocasión le explicaron las autoridades municipales que cada carreta estaba debidamente localizada por ellos, y que contaban con sus permisos correspondientes. Le pidieron que redactara un reclamo y se los presentara por escrito, riesgo que el señor Asturias no quiso asumir, por temor a represalias de parte de los vendedores informales

En el negocio el producto mas vendido son las mixtas. Estas se hacen con una tortilla de maiz, repollo, salchicha, mostaza y chile elaborado en el restaurante. Tradicionalmente acompañadas de cerveza *Gallo* o de una *Orange Crush* bien fría. También se venden hot dogs, que en sus inicios fueron llamados “panes mixtos”, preparados igual que las mixtas. La receta original no lleva salsa ketchup ni mayonesa, “eso es cuestión de las carretas de la calle, al producto que vendemos aquí no se le llama shucos”. (Edgar Asturias, propietario de Mixtas Frankfurt).

Por su parte, el dueño de los hot dogs del chino, recalca que la receta original de los hot dogs es de ellos, y que esta no lleva ketchup, mayonesa ni chirmol. Califica a estas adiciones como “mezcolanza” No rechaza el termino *shucos* pero sigue utilizando el más tradicional termino de *hot dog*, solo lamenta que alguien halla patentado el término *shuco* antes que él mismo.

El hot dog siempre aquí se mantiene, es que los nuevos hot dog que nacen ahora en carretillas con gente del altiplano es que ellos les ponen mayonesa les ponen salsa dulce, hacen una su mezcolanza mera rara y mucha gente ya se habituó a echarles esas cosas. Aquí tenemos lo que quieren, tenemos mayonesa, tenemos salsa dulce, pero no se lo echamos al pan mientras lo estamos haciendo. Solo que ellos lo quieren, que ellos lo pidan. De ahí el tradicional hot dog solo lleva, salchicha, mostaza, guacamol y repollo, la mayonesa y salsa dulce es opcional (Juan Pablo Gómez, dueño de Hot Dogs del Chino).

Los restaurantes modernos

Se caracterizó como modernos, a los negocios de reciente inauguración, que han aparecido con un perfil de *fast-food*, es decir con las características de los restaurantes de comida rápida, por ejemplo *Los Shukos* que puede encontrarse en el primer nivel del *Centro Comercial Los Próceres*, junto a otras opciones de comida rápida como *McDonald's* o *Pollo Campero*.

Desde el mismo nombre de los negocios se puede inferir que se trata de un producto tradicional producido bajo estándares apropiados a los tiempos de globalización. La decoración y el diseño de los menús no se pueden diferenciar de otros de comida rápida. Sin embargo su oferta de productos es muy parecida a las de la carreta de “shucos” que se encuentra en la calle frente al centro comercial, la diferencia es que en *Los Shukos* se



Mostrador de "Shucos Inn"

ofrecen “Combos” como el número uno que incluye “un shuco, papas y refresco por 26 quetzales”, tal como lo hacen los locales de “modernos” de comida rápida.

En las zonas 4, 9 y 10 se han abierto varios locales, que si bien no tienen el nivel de inversión de *Los Shukos* siguen esta misma tendencia. Todos adoptan el término “Shuco” o “Shuko” en los nombres de sus locales, agregándole a este algún adjetivo que los distancie de sus orígenes en las carretas callejeras, así tenemos *Shucos Inn*, *Shukos con Klase* o *Shucos VIP* y otros en el mismo estilo. Otro aspecto de la creación de este nuevo concepto de venta de hot dogs dentro de los “estándares” de la comida rápida es la preocupación por crear estilos modernos alejados del “tradicional” comedor popular que se caracteriza como decorado con imágenes religiosas, anuncios o fotos de mujeres de “Nuestro Diario”. Para distinguirse estos locales están decorados decorando siguiendo las pautas de un restaurante de comida rápida o de un bar deportivo.



Logotipos de varios restaurantes “modernos” de shucos.

Otro de los contrastes que se remarcan en estos restaurantes para distanciarse de la calle y acercarse al ambiente de las tiendas de comida rápida es la limpieza; un factor preponderante de prestigio frente a los consumidores. Todos los dueños de estos restaurantes (irónicamente llamados “shucos”) dijeron cumplir con estrictas normas de higiene y acusaron a los hot dogs de la calle de ser antihigiénicos. Como podemos leer en las siguientes transcripciones de entrevistas:

Yo iba a comer shucos, pero siempre la mayoría de veces no te los hacían como querías, o no hallabas donde sentarte o había un solo sabor de agua o mirabas vos que no era muy higiénico. La idea me nació a mí de años de poner un local, y la idea era ponerlo lo mas bonito posible, o sea, decente, limpio. La idea nació para gente así que realmente le gusta comer limpio. [...] Aquí también ponemos música, no para bailar, sino para que la gente se distraiga un poco, pongo música de todo, guatemalteca, argentina, en ingles, cumbia, de todo lo que pida la gente. Tenemos decoración tipo bar deportivo, así le tratamos de dar para que la gente se despeje. Vos llegas allá abajo y lo que hay son pósteres de Nuestro Diario de Bremen o que se yo. Tratamos de darle una decoración diferente para no ser de lo mismo siempre (Manuel Chavez, dueño de *Shucos VIP*).

La diferencia es que aquí dentro del centro comercial a las personas les llama la atención que las cosas estén bien aseadas y en un lugar adecuado. A nosotros nos enseñan a aprender a prepararlos, como prepararlos, el tiempo que lleva cada cosa, la sazón, por que no solo así se se van a preparar, todo lleva su tiempo y su higiene más que todo (Sara Elizabeth Velásquez, encargada *Los Shukos*).

IV.2- CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DE LOS SHUCOS

Después de realizar la investigación de campo seguía faltando la perspectiva de los consumidores. Esto planteaba una nueva serie de retos metodológicos, como hacer una etnografía de los consumidores que fuera representativa, ¿donde buscarlos?, ¿en las mismas carretas?, ¿en sus lugares de trabajo? Después de evaluar varias posibilidades se decidió realizar una investigación amplia, en vez de un estudio de caso.

Por razones prácticas y de investigación se decidió realizar una etnografía en Internet, la cuál a diferencia de la etnografía clásica se realiza mediante la observación, el registro y la participación activa y constante de lo que acontece en espacios de socialización en dentro de la Internet. En esta modalidad el investigador acompaña virtualmente a los actores sociales en sus actividades a través de sus espacios de socialización, redes sociales, foros, páginas Web, etc. Al igual que en la etnografía normal, a partir de los datos recabados, se busca interpretar los comportamientos, las ideas, los códigos, las representaciones y la memoria colectiva de los grupos sociales en Internet.

La meta es hacer comprensibles los procesos socioculturales que permiten la apropiación de las nuevas tecnologías por parte de los usuarios y las maneras que se sirven de ella para crear nuevas relaciones sociales, organizarse, debatir temas de su interés y cuestionarse acerca de su identidad, su memoria colectiva o su futuro. Considerar Internet en un sentido etnográfico supone igualmente problematizar la tecnología que la soporta y hacerlo en el contexto, histórico, político y social, de la sociedad donde se utiliza. En muchos casos se afirma que la Internet y las telecomunicaciones modifican las relaciones sociales entre las personas, pues brindan un espacio de expresión y comunicación en igualdad de condiciones para cualquiera. Sin embargo es obvio que la Internet tiene fronteras y limitaciones, en la misma existen centros y periferias, donde se marcan fronteras tecnológicas, lingüísticas y culturales. En el caso de Guatemala sus características de desigualdad social y económica se reproducen en el acceso a servicios de telecomunicaciones, especialmente Internet.

El acceso a estos servicios ha crecido de manera exponencial en la última década en el país, de hecho Guatemala ha mejorado su ranking en el Informe Global sobre Tecnología Informática 2007-2008, publicado por el Foro Económico Mundial, debido principalmente a la desregulación del mercado de telecomunicaciones que ha favorecido el desarrollo de los consorcios de telefonía⁹. A diferencia de la telefonía celular, la infraestructura informática se encuentra mucho más concentrada en la ciudad de Guatemala, de modo que la gran cantidad de nuevos usuarios de Internet provienen de la ciudad capital. Según el informe citado arriba, la brecha digital entre la ciudad y el campo en el país alcanza un nivel de 70%. Ver cuadro:

País	Población estimada	Usuarios de Internet, 2000	Usuarios de Internet, 2007	% actual de penetración	% de crecimiento
Guatemala	13110745	65 mil	1 millón	7.60%	1438.50%

Cuadro No. 19. Fuente: *Internetworldstats.com*

En base a las anteriores consideraciones se considera que al realizar una etnografía sobre comunidades virtuales de guatemaltecos en el Internet, en la misma estarán sobre representados sectores capitalinos de clase media y alta así como

⁹ Global Information Technology Report 2007-2008. World Economic Forum.

emigrantes guatemaltecos. Como método la investigación social acerca del Internet, es similar al estudio de otros medios escritos que implican una interacción entre varios sujetos entre ellos y para espectadores externos, su estudio resulta parecido al estudio de otros medios escritos donde no se conoce la identidad exacta del autor como los graffiti, los epitafios las tumbas funerarias o las cartas a un diario. (Hine, 2004).

Al mismo tiempo la escritura en los foros o Blogs de Internet posee características propias, pues su escritura se ha descrito como una “escritura oral” o forma oral de escritura. Además esta escritura, es muy contextual y poco explicativa, es decir esta basada en el conocimiento recíproco de los participantes de los foros, personal o cultural, que comparten conocimientos y concepciones comunes de las cosas. El contexto también se enriquece por el uso de material visual para acompañar los textos (videos, gráficos, colores, etc). Todo lo cual permite explicar aspectos universo simbólico en que viven los participantes de los grupos electrónicos. (Cortázar 2005:137). En definitiva las publicaciones en línea y las comunidades sociales virtuales pueden ser estudiadas como extensiones tanto del mundo real de los sujetos como de los medios de comunicación tradicionales. Su análisis permite comprender cómo las actividades asociadas a Internet son parte de las actividades cotidianas de los individuos, discusiones, temas debatidos y las representaciones que hacen de sí mismos como parte de la comunidad urbana. (Ibid, 133-134)

Considerando que estos procesos no operan de forma autónoma en el Internet, sino que allí se catalizan y radicalizan procesos y movimientos presentes con anterioridad en la sociedad guatemalteca. Internet se conforma así en uno de los lugares donde se construye la nueva unidad simbólica de Guatemala. Por ello resulta válido el estudio de la gran variedad de “publicaciones”, foros, páginas de Web, videos y noticias que tocan el tema de los “shucos” en el Internet

La primera parte del trabajo de recolección de información consintió en una búsqueda exhaustiva mediante palabras clave, dentro de motor de búsqueda de Google para encontrar todo lo referido a los “shucos”. Se encontró que las temáticas giraban en torno a la calidad de los shucos como parte integral de la comida “chapina”, y como parte del paisaje y la cotidianidad urbana. Algo propio que identifica al país y por lo tanto es motivo de orgullo. También muchas explicaciones sobre en que consiste un “shuco”, como se prepara, se consume. Algo muy valioso para el estudio fueron la gran cantidad de explicaciones sobre el significado de los términos *shuco* y *shuquero*. Aquí tratamos de enfocarnos en los contextos son mencionados y asociados con los “shucos” tratando de explicar su significado externo y como este ha variado.

La muestra estuvo compuesta por material variado obtenido del Internet: artículos de prensa, artículos llamados en la jerga de Internet *posts* publicados en *Blogs* (sitio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores) y Foros de Internet, así como videos publicados principalmente en el sitio *Youtube*. Se escogieron en total 35 artículos, la mayoría de los cuales son artículos de *Blogs*. En el cuadro siguiente se resume la cantidad y tipo de información analizada. Es necesario aclarar que todas las citas tomadas de los comentarios en los diferentes sitios Web han sido transcritas tal cual, sin corregir errores de ortografía o gramaticales.

Tipo de publicación	Los “Shucos” son el tema principal	No es el tema principal
Artículos de prensa	7	4
Artículos de Blogs	12	4
Videos	4	4

Cuadro No. 20. Elaboración propia

De los diversos espacios estudiados destacan tres que corresponden a colectivos “virtuales” diferentes. Guate360 una página Web que se define a sí misma como “un sitio creado por guatemaltecos que aman a su país”, esta a su vez alberga al “Blog de Guatemala” uno de los más grandes, por cantidad artículos publicados y con mayor participación de usuarios en sus foros. En este *Blog* predominan las temáticas nacionalistas en diversas secciones como “nuestra tierra” y “nuestra gente”, las mismas tratan sobre lugares, costumbres, artesanías, símbolos patrios y la comida típica. También se brinda información actual sobre los movimientos artísticos y culturales del país.

Otra de las características de este espacio es la amplia participación de emigrantes guatemaltecos, principalmente en los Estados Unidos, pero no exclusivamente. También es notoria la participación de gente de todas las edades, con mucha participación de gente adulta, es decir no se trata de un espacio exclusivamente juvenil. Para dar un ejemplo en el siguiente cuadro se presentan las notas que han generado mayor debate en el Blog en el que se entremezclan temas referidos al “orgullos nacional”, temas cotidianos como el uso de celulares, iconos pop nacionales, tradiciones de Guatemala y las experiencias de el siempre creciente número de emigrantes.

Tema de la ota publicada	Número de comentarios
Ricardo Arjona.	1025
"El Cejudo" ¿Ya pasó de moda?	675
Voy con mi celular en la mano...	616
La Siguanaba, El Sombrero y Cia.	578
La vida de un chapín desde una tierra lejana	572
¿Qué ha aportado Guatemala al mundo?	566

Cuadro No. 21. Fuente: www.guate360.com

La imagen siguiente muestra el logotipo y portada del sitio Guate360, el nombre del sitio y la imagen pretenden dar la idea de una visión panorámica amplia del país. En un extremo se observa a una niña indígena y en el otro el moderno edificio de *Tikal Futura*, entre un extremo y otro se pasa por diferentes imágenes de monumentos, paisajes y naturaleza distintiva de Guatemala. Esta imagen se expresa la idealización de Guatemala en los términos tradicionalistas y románticos que exaltan el paisaje, dentro del cuál se incluye a los indígenas, al mismo tiempo que se exalta la modernidad del país ejemplificada en la imagen de los pequeños rascacielos.



Logo del sitio web: www.guate360.com

El segundo espacio es una serie de *Blogs* relacionados bajo la etiqueta de *Blogs Chapines*. Este tipo de Blogs más que como foros de Internet funcionan como una verdadera “comunidad virtual” de jóvenes residentes en Guatemala que utilizan este medio de comunicación entre ellos mismos, para organizar actividades como comidas o fiestas además utilizarlos como forma de publicar sus ideas. Aunque también se observa una retórica nacionalista en estos, las temáticas son más diversas, entre las que predominan aquellas relacionadas con la cotidianidad urbana, los artículos de opinión sobre temas actuales del país, así como temas de interés compartido por los grupos por ejemplo, tecnología, deportes, etc.

Finalmente y de manera adicional se revisaron publicaciones sueltas del Internet, como videos publicados en el popular sitio *Youtube*. El ejemplo más emblemático de este tipo de publicaciones son los *Doblajes al buen chapín* realizados por la productora guatemalteca *Sáquencela*. A finales del 2007 estos videos cómicos se convirtieron en un fenómeno de masas en la ciudad capital, al punto de que se les dedicaran varios artículos de prensa.

Analizar estos tres espacios permitió en cada caso conocer como se construye discursivamente a los “shucos” como un símbolo nacional en un espacio transnacional con amplia participación de emigrantes y con un fuerte discurso nacionalista como el sitio Guate360. En el caso de los *Blogs Chapines*, se puede observar como un grupo de jóvenes de las capas medias urbanas construyen la representación de su identidad y diferencia en un espacio virtual, y la apropiación de este como espacio de recreación y socialización. En el caso de los *Doblajes al buen chapín* constatamos la apropiación de los *shucos* como marcador identitario y su asociación a otros productos industriales cuyo consumo otorga a sus consumidores algún sentido de identidad “nacional” como son la *Cerveza Gallo* o el *Pollo Campero*.

Al mismo en los tres espacios virtuales analizados se observa como los *shucos* como producto cultural esta asociado a otras expresiones de la identidad popular urbana como la capacidad de ridiculizarse a sí mismo y ridiculizar al otro mediante la utilización de insultos que incluyen el sexo, el alcohol, los prejuicios raciales, en un mismo discurso “al buen chapín”. Estas expresiones populares o en términos de Gonzáles Ponciano, propias de la gente ordinaria, “ponen de manifiesto el poder catártico de la oralidad y la violencia simbólica” que puede servir como arma de afirmación política o cultural para cuestionar el orden existente o para reafirmarlo”. (1999:25).

IV.2.b) Origen, significado y aceptación del término “Shucos” según los consumidores

En muchos de los artículos sobre los *shucos*, se inicia explicando el significado del término. Esto se explica por ser un término polémico y relativamente nuevo. De acuerdo a

la información recopilada se puede afirmar que el significado tradicional del termino ha sido modificado, pues ahora incluye el significado de “hot dog al estilo chapín”. Por ejemplo en una recopilación de “chapinismos” publicada en el “Blog de Guatemala” del sitio “Guate360”, que incluimos en parte, se incluye el termino shuco referido a la suciedad, así como a la versión guatemalteca de los hot dogs.

caquero	Presumido.
chonte	Peyorativo de policía.
hueco	Cobarde // Homosexual.
pisado	Ver serote.
serote o cerote	Amigo // Enemigo // En referencia a heces fecales // otros muy variados. Ver Cartas para los amigos No. 1
shuco	Sucio // Hot Dog según la receta guatemalteca. Ver Los shucos.

Cuadro No. 23. Fuente: www.Guate360.com

A pesar de ser actualmente un nombre de uso común y cotidiano en los foros sobre el tema es frecuente encontrar comentarios que preguntan por el origen del nombre y/o que afirman que no los conocieron así. Esto se explica en parte por que un nombre utilizado sobre todo por los jóvenes y que si bien pudo haber aparecido hace más e 20 años solo en la última década es que se ha generalizado su uso. Otra razón es un nombre que puede resultar ofensivo por lo que algunos consumidores prefiere no usarlo, del mismo modo que algunos productores no lo aceptan.

Si no mal recuerdo los ‘Shukos’ ya van a cumplir o cumplieron unos 20 años verdad? pero alguno de ustedes sabe por que se denominaron ‘Shucos’ y luego evolucionaron a ‘shuKos’??. Que relación existe entre los hot dogs y las alpinas que vendian en el Blvd Las Americas? y como fue que se re-bautizó el hotdog con guacamol con la palabra que normalmente en caló se utiliza para asqueroso/sucio/apestoso?. De cualquier manera, salud! eso sí acompañado de un Shuko! (D.A. -Guate360-).

La comida de venta callejera en general presenta problemas de salubridad, derivados de las pobres condiciones sanitarias disponibles para los vendedores y la falta de una infraestructura y en algunos casos de conocimientos técnicos sobre el manejo apropiado de alimentos para el consumo público. En muchos países se acusa a la comida de venta callejera de ser un peligro de salubridad y se impulsan campañas de información capacitación para vendedores y consumidores.

En el caso de Guatemala, la gran mayoría de comentarios no apuntan directamente a las condiciones higiénicas del producto o a su peligrosidad sanitaria, sino a las costumbres poco higiénicas de que quienes los preparan. En otras palabras es a los *shuqueros* a quienes se acusa de sucios no tanto por la falta de condiciones e infraestructura en los puestos de venta como por sus costumbres y practicas shucas.

Esta estigmatización como sucios que se asigna a los vendedores, contrasta con los esfuerzos realizados por estos por ofrecer un producto limpio. A diferencia de otras comidas de venta callejera como las tostadas o las hamburguesas, los hot dogs nunca son manipulados con las manos por quienes los preparan. Ser shuquero implica aprender la habilidad de utilizar un par de tenazas para realizar todo el proceso de preparación de un hot dog con la misma velocidad que se haría con las manos.

A continuación se presenta una selección de comentarios, dados por consumidores, que explican el origen y significado del termino. Muchas se presentan en tono de broma o son

directamente chistes, mientras las dos últimas son explicaciones serias, expresadas en diversos foros, por consumidores de shucos.

Hace años, los Guatemaltecos han llamado a los hot dogs, Shukos. ¿Porqué?, por que el que los prepara tiene la maña de tener las manos sucias u orinadas (Shuko=Sucio), pero eso es normal para el guatemalteco promedio, ya que esta atascado de lombrices en todo su sistema digestivo, el cual les es imposible a las bacterias infectar ese estomago ya podrido de acero que tienen los guatemaltecos, asi que para los guatemaltecos comerlos no es cosa dificil (sin nombre -Inciplomedia-)

Ahora bien ¿por qué usar la palabra shuko para nombrarlos? Según la hipótesis del por qué del nombre de por lo menos el sector de mi casa y que obviamente es en tono de broma, es:

P.-¿Donde le hace filo al cuchillo el shukero?

R.-En la banquetta(acera) donde previamente ha orinado un chucho.

P.-¿Donde va al baño el shukero?

R.-En el terreno descampado de la esquina.

P.-¿Donde se lava las manos el shukero?

R.-En el agua del congelador de las aguas.

P.-¿Que cae encima de todos los ingredientes del shuko?

R.-El humo de los escapes de los carros.

Por lo tanto los Hot Dogs están Shukos (SCD -historiasyopiniones.blogspot-)

Pues siempre esta el chiste aquel del hot dogero limpio que todo lo tomaba con la tenaza: el pan, la salchicha, el repollo y todo; y luego cuando iba al baño también se la sacudia con la tenaza. Sorry, no aguanté la tentación de contarle porque mi hepatitis me la cogí con esos hot dogs de carreta celeste (L.F. -historiasyopiniones.blogspot-).

1. El pan utilizado no lo venden en cualquier lugar y tiene un sabor peculiar que recibe a través del moho que mantiene la carretilla en su interior y por las partículas que despiden las cucarachas[.]. 2. El recipiente de la salsa, el picante, la mayonesa y la mostaza nunca se lava, pueda que esté por terminarse el ingrediente, pero este se deposita siempre a medio llenar y se desecha cuando definitivamente ya no da una. 3. El aguacate se prepara en la misma palangana que se utilizó para regar la banquetta y lavar la carretilla. [4] .el pan y asando el pedazo de carne (de qué, no sabemos), que degustará, frente al muchacho que sudor en frente y brazos sin cubrir, le cobrará con las mismas manos, manipulando billetes y monedas que han estado deambulando por lugares inimaginables. Buen provecho (Lengua Calva. -LosIngess, BlogsChapines-).

aqui en Guatemala, tenemos nuestro hot-dog chapinizado llamado "shuco". Y porque ese nombre? La palabra shuco en Guatemala significa sucio, no se si en otros paises utilizan dicho termino. Pues era y en algunos puntos de venta es aun común ver condiciones y practicas muy insalubres por parte de la persona quien prepara dichos panes y por ende se le donomió "shucos" a estos "hot-dogs" (El Gato. -Blog.tayuyo-).

IV.2.b) Origen, significado y aceptación del término *Shucos* según los productores

Una sección de las entrevistas a los productores de *hot dogs* de la zona 9 trató sobre el origen y significado del termino *shucos*. Al preguntársele a los entrevistados si los clientes se referían de esa forma a los productos que ellos vendían, todos respondieron que sí, exceptuando a las *Mixtas Frankfurt*.

También se preguntó su opinión sobre el nombre, si lo aceptaban o lo consideraban ofensivo, al respecto las respuestas fueron diversas. Desde quienes lo rechazan por considerarlo ofensivo hasta quienes lo promueven. Entre los propietarios de restaurantes, con la excepción de Frankfurt, es donde más se acepta y celebra el nombre. Muchos explican el significado ambiguo del termino, que si bien pudo ser ofensivo en su origen este ha perdido esta connotación negativa y ha ayudado a la popularización de los hot

dogs.

Ya es su nombre. No es por que sean shucos sino que ya es el nombre que les pusieron así (Sara Elizabeth Velásquez, encargada *Los Shukos*).

Ahora ya no es una palabra despectiva, por que al principio la palabra shuco para nosotros era así, sucio, pero ahora ya la palabra hot dog ya nadie la usa, ya nadie dice vamos a comer hot dogs al Liceo, sino dicen vamos a comer shucos (José Luís García, encargado de *Shucos Station*).

Pero como es un nombre bastante conocido, el nombre ese de shucos, entonces cualquiera dice un shuquito. A nosotros no nos ofende, no es "chuco" de una vez, sino "shuko" como con K (Juan Pablo Gómez "el Chino", dueño de *Hot Dogs del Chino*).

Entre los trabajadores y dueños de carretas en general no celebran el nombre, es decir no anuncian sus productos bajo esta etiqueta. Las opiniones sobre el mismo están divididas, hay quienes consideran despectivo el nombre mientras que otros lo aceptan.

Cuando me dicen que quieren un shuco les digo que no son shucos sino que son panes (Rosa Guadalupe, vendedora de carreta simple).

Si muchas gentes que así les dicen, pero nosotros no, si nos piden así yo les digo que no tengo, solo panes tengo, les digo yo (Juan Pérez Baquix, dueño de carreta familiar).

Al preguntarles sobre el origen del nombre la mayoría de los vendedores de carretas respondieron que no sabían o hicieron referencia al hecho de ser una comida preparada en la calle, asegurando que sus productos son higiénicos.

Me imagino que por que son manipulados en la calle. O sea partiendo que te lo preparan [en la calle]. Es el significado que ha tenido (Adalberto García López, trabajador de puesto familiar).

Por el contrario la mayoría de los dueños y trabajadores de restaurantes calificaron a los *hot dogs* de venta callejera de antihigiénicos. Entro los dueños de restaurantes, al preguntarles por que son sucios los *shucos* callejeros, no se refirieron a la falta de infraestructura sanitaria de los puestos sino a las costumbres de quienes lo preparan, es decir calificaron de "sucios" o "antihigiénicas" a las propias personas que se dedican a preparar y vender "shucos".

Es aquello como decir esta gente es shuca para trabajar, por que no tiene baño lavamanos y todo esto. Entonces se dice aah, son *shucos* (José Luis García, encargado de *Shucos Station*).

Siempre e sido aficionado a los shucos. Tal ves [les empezaron a llamar así] por la manera en que los hacían [risas] son ricos, pero son antihigiénicos, shucos los señores que lo hacen. Por eso se le empezó a llamar así (Manuel Chavez, dueño de *Shucos VIP*).

Sobre el momento exacto en que surgió el termino algunos le calcularon hasta 20 años de antigüedad, justamente cuando empezó a crecer el número de puestos frente al Liceo Guatemala y se instalaron las primeras carretas en la Zona 9. La mayoría coincide en señalar que el nombre se popularizó durante los años 90. En los puestos cercanos al Liceo Guatemala y entre muchos de los dueños de restaurantes se señala a los estudiantes de este colegio como los autores del nombre. Dentro de los trabajadores de carreta la respuesta más común es que no saben quién inventó el nombre.

Aproximadamente se les empezó a decir hace como 8 a diez años. Antes era solo hot dogs. Shucos es un nombre que los estudiantes del liceo Guatemala nos lo pusieron como apodo. Pero es un sobrenombre que ha llegado a patentizarse, por que hubo uno mas listo que yo,

que patentizó *Shukos* (Juan Pablo Gómez “el chino”, dueño de Hot Dogs del Chino).

¡A la gran!, yo tal vez tenía unos siete años, cuando mi papá... mi papá trabajaba en *Cofal*, por que el [también] trabajó aquí en *Cofiño* y ya le decían así. Si tengo 25 años, hace mas o menos 18 o 17 años. Había una carreta aquí en la esquina del Liceo. Incluso el es mi amigo, por que yo llegaba de años, incluso me daba crédito, siempre comí panes ahí (Manuel Chávez, dueño de *Shucos VIP*).

Ya aquello que les quedó [el nombre] eso fueron los patojos del liceo y se fue regando tan así que todos los lugares los conocen como shucos (José Luis García, encargado de *Shucos Station*).

Los Shucos en una historia de vida

De los varios artículos o *posts* que presentan relatos anecdóticos sobre los shucos y la cotidianidad urbana, se escogió este como ejemplo ilustrativo por ser uno de los más completos. El relato es útil para confirmar los datos obtenidos del estudio de campo sobre el perfil de los consumidores de *shucos*, y los espacios sociales y de consumo a los que se asocia este producto. También permite conocer aspectos sobre la relación que se establece entre *shuqueros* y consumidores; cómo han cambiado los shucos a lo largo de los últimos 20 años; por qué se les llama shucos; y finalmente por qué y por quienes es utilizado como símbolo de identificación de lo “nacional”.

En este relato de tipo autobiográfico se describe el perfil de un consumidor promedio de shucos: hombre, de aproximadamente 30 años, capitalino, de clase media. El autor identificado como *Andy* realizó estudios primarios y de nivel medio en colegios privados. Asistió a la universidad donde cursó una carrera relacionada con la computación, presumiblemente ingeniería. Al mismo tiempo se desempeñó como técnico en computación en una empresa de la zona 9. En su perfil se declara aficionado al heavy metal y al rock clásico; las películas estadounidenses de ciencia ficción y fantásticas y seguidor de los del equipo de fútbol Municipal. Actualmente reside en otro país y según sus propias palabras inició su *Blog* “como un medio alternativo para mantener el contacto con la familia y los amigos”. Los temas que publica son muy variados, pero abundan aquellos referidos a las vivencias de la niñez y juventud durante los años 80’ y 90’ en la ciudad de Guatemala.

En el relato “*Y a vos... ¿Cómo te gustan los shucos?*” narra como los shucos han estado presentes en lo largo de las etapas de vida del autor, desde los años de escuela primaria marchando con la banda de guerra de unos de los colegios de clase media más tradicionales de la ciudad, hasta sus primeros años como trabajador y estudiante universitario. Cabe resaltar que también hace un homenaje a los *shuqueros* que ha conocido, en el que resalta la relación de amistad y confianza, que se estableció con muchos de ellos. Además menciona los mejores *shucos* de la ciudad y sus diferentes especialidades.

Y a vos... ¿Cómo te gustan los shucos?

A mí me gustan así:

- * De chorizo y salami.
- * El pan bien tostado.
- * Con el repollo bien cocido y poco.
- * Sin mostaza.
- * Con chile.
- * Acompañados de una Orange Crush o una Uva.

Ese sería el set básico de un buen shuco para mí, aunque claro, me gustan de otras muchas formas. Vamos a ir por partes. En primer lugar, para nuestros amigos internacionales, un

Shuco, es la versión Guatemalteca de un Hot-Dog, y de hecho, no se llaman Shucos. Shuco, es un sinónimo local de Sucio. En el blog de Historias & Opiniones, hacen un estudio muy interesante sobre por qué los shucos se llaman shucos sin llamarse shucos. La idea es más o menos esa.

El Shuco promedio, se prepara calentando y llegando incluso a tostar el pan al carbón, poniéndole un poco de guacamol, una salchicha, un poco de repollo cocido, algo de mayonesa, ketchup, mostaza y según el caso, picante y cebollita picada. Ese es el Shuco original si lo podemos llamar de esa forma, pero a partir de allí han surgido infinidad de versiones como para mencionar de chorizo, de longaniza, de salami, de tocino, de salchicha de pollo, de carne, mixtos y demás.

Son una delicia de comida callejera. En cualquier zona de la ciudad pueden verse las incontables carretillas donde se preparan tan buenos panes. Aunque a huevos, hay lugares clásicos donde comerse un shuco es casi un ritual. Entre los mas conocidos podemos mencionar "Los Shucos del Liceo", los del Campo Marte, los de Los Arcos en la Av. De las Américas, los de la Avenida Elena, los Alpina que estaban en los Museos pero que creo que ya no están, y bueno, cada uno tiene su gracia en lo particular.

Quiero desde aquí enviar un gran saludo a los Shuqueros, esos abnegados trabajadores que temprano en la mañana van empujando su carreta hacia el puesto que les corresponde, después de comprar los aguacates, el repollo, el limón y todo lo demás. Esperan que pasen los panaderos, los repartidores de embutidos, los del hielo, los camiones de gaseosas dejando unas cuantas cajas, van encendiendo el carbón y se preparan para cuando lleguen los Guatemaltecos a ingerir los sagrados alimentos de ese día, preparando los panes siempre con algún chiste, con alguna palabrota, pero con ganas.

Un gran saludo al que tenía su carreta atrás del Geminis 10 como en 1987, que de allí me llevaba los panes mi papá, nunca supe su nombre pero incluso mi papá lo casó (Las mejores mixtas de chorizo). Otro gran saludo al que se ponía en la esquina de la séptima av. y octava calle de la zona 1, en la esquina del Infantes, y que le comprábamos los panes desde la ventana de la clase (Con ketchup B&B). Otro saludo para el Campeón, del Campo Marte, que no es el mismo que el Champion que conocimos los del Infantes, siempre tenía la cebollita con culantro bien picada para ponerle a los panitos después de los ensayos de marcha, y que ya para el 95 se había mudado a la esquina de atrás de CC Los Próceres (Con una granizada y un poco de chilito, espectaculares para ir a estudiar después de gastar zapatos marchando). Más saludos para el Darío, que tenía su carreta en la Plazuela España y nos alimentó durante el bachillerato, siempre tenía chirmolito de tomate para los clientes VIP (Los mejores Shucos de carne asada del mundo). Mas saludos al Chepe, con su carreta en la séptima avenida y séptima calle de la zona 9, y donde comía por lo general durante mi primer año trabajando y muchas veces desayuné con un par de panes preparados por aquel (Siempre me guardaba mi Salvavidas Uva). Un lugar muy especial en los saludos para el legendario Aurelio López, El Chino, que en realidad era El Chivo, pero alguien oyó mal y le empezaron a decir Chino, con su carreta en la 6 calle de la zona 9, gran cuate y que más de una vez me invitó a almorzar. Se fue a los Estados Unidos pero me contaron que ya regresó (Los shucos mas amistosos de Guate. Una vez hicimos una apuesta, si el Caballo y yo nos comíamos 5 panes con todo cada uno, comíamos gratis, pero si nos faltaba uno, pagábamos el doble. Le ganamos al chino y honradamente cumplió su apuesta). Más saludos para el otro Chino, el de la esquina de la 11 calle y 5 avenida zona 10, con su ayudante y cobradora La Tonita (Los shucos mejor tostados que he probado). También saludos, como no, para el señorón de la caseta de Los Arcos, con sus Panes Jumbo, con dos chorizos, dos longanizas, dos salchichas, tocino y queso kraft, infaltables antes de toda jornada alcohólica en Dannys Marisco Rock (La hartada de shucos mas brutal de la historia, Salud Lev!!!). Al final pero no de último, saludos al otro Chino, un chino mas, el del Liceo, que ya ha amenizado un par de fiestas del Ruletero trasladando su carreta hasta el estacionamiento del susodicho. (Los mejores panes de chorizo y salami, indudablemente)

Ahora les toca a ustedes. ¿Cómo les gustan los Shucos? Y aprovechen a mandarle un saludo a los shuqueros memorables que recuerden. *Andy. -El Ruletero-*

Evolución de los Shucos

A través de los comentarios de los foros es posible reconstruir la historia de los hot dogs y comprobar su proceso de transformación. Los participantes de mayor edad, que ahora rondan entre los 50 y los 60 años, recuerdan los orígenes de esta comida en los años 60, la mayoría menciona a los hot dogs del Liceo Guatemala pero hay quienes afirman que en la misma época ya se vendían los mismos panes en las cercanías del puente olímpico de la zona 5 o en el centro de la ciudad, aunque no utilizaban el nombre de hot dog, llamándoles simplemente panes.

No se han encontrado muchos comentarios que hablen de las Mixtas Frankfurt, antes de los años 60. Al parecer en este caso se hace patente la brecha generacional entre los usuarios de los foros de Internet, en los que parecen no participan mayores de 60 años:

Recuerdo allá por 1960, ex alumno del liceo en la misma esquinita donde ahora hay muchas carretías de hotdog que era como se les decía en nuestros tiempos después del colegio los que nos quedábamos a jugar fut esperábamos la tarde para echarnos un especial que era un pan con guacamol nada más y nos costaba 5 centavos bueno eso era fabuloso y si lo queríamos completo con salchicha costaba 10 cent. (C.H. -Guate360-).

Les siguen quienes recuerdan su juventud entre los años 70 y 80, época en la que los Chéveres y las Mixtas Frankfurt eran las modalidades muy populares de hot dog de la ciudad. Algunos identifican a los Chéveres más que a las mixtas como antecesores directos de los shucos actuales:

si me acuerdo que en la capital monte burra de a 5 len, fui al cine (en la Antigua que es donde vivo) a luneta 25 len, preferencia 10 y galería 5 len, compre ricitos de a 2 len la bolsa (creo que eran Edición para escuelas) compre aguas gaseosas a 8 centavos..compre el LP de Michael Jackson de Thriller a 7 quetzales (uuuta que caro!!!) tuve mis bracos..mi casio...miraba a las 6 de la tarde Los magnificos!!!Canal 3 empezaba su transmision a eso de las 7 u 8 de la mañana..Compre cheveres de a 30 centavos..me hecha mis Mixtas en Frankfurt..Uta!!!!!! parece que ya soy viejo (munidejocotenango. -sologuate.blogspot.com-).

También habría que recordar a los antecesores de los shucos, (Los Chéveres) que se ubicaban en varios puntos de la ciudad a finales de los años 70 y principios de los 80. Uno de sus locales más famosos se ubicaba también frente al Liceo Guatemala y aunque en ese entonces ya existían los “shucos” los que más se consumían eran los “chéveres”. En fin, el hot-dog guatemalteco ha evolucionado a un sabor más chapín que se logra por la combinación con el guacamol y el repollo. Hoy en día cada carreta tiene sus variedades y cada uno de los “hotdogeros” hace sus aportaciones a esta comida rápida guatemalteca (Chapín Pata de Chucho -Guate360-).

Recuerdo lo que cuenta Chapín pata de chucho, allá por los años 80, mi madre me compraba cada domingo un chévere acompañado de un conito de naranja crush que por cierto no se si lo cobraban o lo regalaban. Mis shucos favoritos: Los que están frente a Paiz Américas en la zona 13, pruebenlos (M.R.M. -Guate360-).

Por su parte los consumidores actuales hablan de sus puestos favoritos, de los apodos de los “shuqueros”, y de sus variedades de shucos favoritas. A través de sus relatos se verifica la creciente popularidad de los mismos y el surgimiento de nuevas variedades, innovaciones simples como servirlos en plato, agregar nuevos ingredientes, como queso, e innovaciones más exóticas como el “*el shuco a la tortrix*”:

En fin, me uno a la recomendación de pampa de la carreta de Don Juanito, en la que creo es la 6 avenida de la zona 10, atrás de uncentro. Don Juanito instaló la carreta en la entrada del garage de una casa y allí hay banquitos para que uno coma sentado y no “al paraguay”.

Además tiene el detalle de dar los panes en plato, sin perder el clásico papel que los envuelve. Tiene una carta bastante amplia, y les recomiendo el shuco de chorizo con cebollita picada y el torito con guacamol...impresionante. Las hijas de este señor instalaron al lado una venta de licuados de frutas, así que pueden disfrutar de su shuco con un licuado de melón, de piña, etc. (Andy -Guate360-).

Lo mejor de lo mejor sin importar donde los compres es comprar los shukos a la tortrix (R. P. - Guate360-).

Carácter “popular” de los shucos

En los espacios virtuales del estudio se verificó varias discusiones sobre el carácter popular o de élite de esta comida. Su revisión permitió evaluar la disputa por los símbolos populares del país entre diferentes estratos sociales. Algo que reafirma la idea inicial de este estudio, respecto a las posibilidades de utilizar la comida como forma de entender el cambio cultural y los conflictos sociales.

En el *Blog de Guatemala* de *Guate360* se inició una discusión a propósito de los nuevos restaurantes Los Shukos ubicados en el centro comercial Los Proceres y en Plaza Futeca de la zona 14. El debate es interesante por que al parecer los consumidores reivindican el carácter popular de los “shucos” asociado a la calle como espacio propio para su producción y consumo. Se argumenta que fuera de la calle los panes no saben igual y que al venderlos como comida rápida y/o cambiar su nombre “shuco” por “shuko” con K, estos pierden su “autenticidad”. También se acusa a quienes los consumen de ser “caqueros” o que consumen en estos establecimientos para aparentar ser de la “high”. Finalmente se cuestiona que haya que pagar más por un producto no original en vez de acercarse a una carreta callejera a disfrutar unos “auténticos shucos”.

- Y por cierto, qué opinan de los vivos que sacaron la marca “Los shucos” y pusieron venta en Proceres, Plaza Futeca, etc.?. Cvander . -Guate360-
- son buenos, pero como dice Pampa, les falta ese smog de las camionetas que les da su saborcito especial (Paburmester. -Guate360-).

[..] yo dije que “Shukos”, la empresa era para idiotas, porque qué mula el no comer shucos porque chis, pero si te lo ponen en la zona 10 y lo ponen poco original, con “K”, entonces sí, las colas de gentesita de la “high”, o que quisiera ser de la “high” para comerse la misma babosada pues. Los ricos ni quieren gastar, entonces no sé porqué se mulean pagandolo más caro... (Bretero. -Guate360-).

Que tal mara, comentando acerca de lo delicioso de los shucos, siempre ibamos a comer en las casetas que estan afuera del hall central despues de arresto, comision o marcha, eran buenisimas las variaciones,con salami, salchica, carne, longaniza etc. y acompañados con una lemon, una orange, spur que buenos aquellos tiempos!!!! por cierto comparto la opinion de muchos de aqui, los chavitos de la high decidieron crear sus Shukos pero nada que ver esa es mara caquera, los originales se comen en las carretas en las calles (Luis. -Guate360-).

Esta discusión podría entenderse de algún modo como una forma de resistencia simbólica a la apropiación de los símbolos populares por la élite que en el actual clima intercultural a adoptado como moda la utilización de textiles indígenas para realizar “roda de diseño”. Otros casos similares que se pueden mencionar son la adopción de términos del habla popular por parte de jóvenes de la élite.

Desde otro punto de vista puede entenderse como parte del humor popular chapín y la capacidad de las personas de burlarse de sí mismas. Es decir aceptar la necesidad de consumir productos alimenticios de venta callejera, a pesar de saber que son sucios, pero

es necesario consumirlos por ser la opción más económica, y al mismo tiempo al burlarse de ellos convertir el estigma de “shuco” en emblema y motivo de orgullo.

El sitio *velocidadmaxima.com* es un foro de discusión y comunidad virtual dedicado a temas relacionados con carros, mecánica o la modificación de motores. En este existe una sección dedicada a temas generales en el que se propuso una encuesta sobre comida de venta callejera, preguntando a los participantes cuál era su comida favorita. Los productos en la encuesta fueron: tortillas con carne o churrasquitos, choripanes de la empresa “Los Gauchitos” y los shucos. El propósito era la realización de un estudio de mercado informal, entre los participantes:

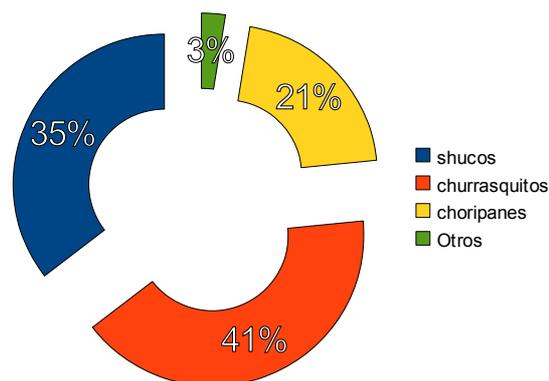
Shucos, choripanes o churrasquitos, que prefieren?? Sin mas palabras y al grano, estoy en la estrategia de armar un negocio donde tengo en mente implementar comida, mi unica duda es saber que prefiere la mayoria y teniendo un sondeo llevar a cabo mi plan, no tengo margen de error asi que espero en Dios y la vida poder hacer de este negocio un exito....mas adelante les dare detalle del negocio, como siempre habra un precio especial a los velmaxianos Saludos (Turboed. -velocidadmaxima.com-).

La encuesta obtuvo 158 respuestas. Ganaron con el 41% de preferencias los churrasquitos. Sin embargo muchos aclararon que los “shucos pueden ser de carne asada” o que “la mayoría de carretas venden las dos cosas”.

Producto	Frecuencia
Churrasquitos	65
Shucos	56
Choripanes	33
Otros	4
Total	158

Cuadro No. 22.

Fuente: www.velocidadmaxima.com



Gráfica No. 7. Fuente: www.velocidadmaxima.com



Puesto de frutas y carreta de hot dogs en esquinas opuestas de la zona 1.



Carreta de hot dogs en la 6ta. Avenida de la zona 1.

Shucos e identidad

BlogsChapines es un directorio de blogs escritos por guatemaltecos y de temas relacionados con Guatemala. Como se mencionó arriba las personas que participan en estos foros y son parte de esta comunidad virtual pertenecen en general a un sector urbano de clase media relacionado con el ámbito universitario, sobre todo a carreras de tipo técnico como ingeniería o computación y el ambiente empresarial de las zonas 9 y 10 de la ciudad. Entre ellos comparten intereses, como la computación y dentro de esta el movimiento por el “software libre”, gratuito y de código abierto. Los entusiastas de la publicación de Blogs en Guatemala, llamados así mismos “Bloggers” se han convertido en una comunidad real más que virtual mediante la organización de encuentros para conocerse, divertirse e intercambiar información.

En fechas recientes este grupo ha dado pasos para realizar actividades en conjunto de tipo voluntario, por ejemplo para su tercera reunión se propusieron juntarse para recoger la basura acumulada en el Cerro de la Cruz en la Antigua Guatemala para posteriormente comerse unos shucos (si los encuentran). Uno de los símbolos de esta pequeña comunidad, además de los propios Blogs, son los shucos. Así sus encuentros se han llamado “Shucos y chelas” o “Shucos y Blogs”. Las ilustraciones a continuación son los logos de algunas de las reuniones de este grupo.



Logos de los encuentros shucos y chelas. fuente: <http://shogis.blogspot.com>

Shucos y nacionalismo

En una de sus columnas periodísticas Mario Roberto Morales habla de la creación de un imaginario de “identidad nacional interclasista e interétnico”, mediante el consumo de ciertos productos identificados con lo guatemalteco:

En el caso de Guatemala, dos productos cuyo consumo otorga a sus consumidores este sentido de identidad "nacional" son la Cerveza Gallo y el Pollo Campero, cuya publicidad relaciona su sabor y demás virtudes con el paisaje físico y étnico del país y con sus tradiciones populares, haciéndolos pasar a formar parte de la noción de "lo propio" o "lo nuestro" en el imaginario popular (La Insignia, 2004).

Esta afirmación se verifica al revisar las muchas referencias a estos productos y otros como orgullos de Guatemala. Al mismo tiempo en los foros y sitios Web analizados en este trabajo, son muy numerosos los comentarios que hacen esta misma relación entre los shucos y lo guatemalteco. En muchas ocasiones los productos industriales mencionados por Mario Roberto Morales aparecen asociados, o dentro de la misma categoría que los shucos. La diferencia estriba en que los shucos al contrario de la *Cerveza Gallo* y el *Pollo Campero* no son impulsados por campañas publicitarias de ningún tipo, son una expresión netamente popular exaltada por algunos sectores de la clase media urbana. Como se puede observar en las siguientes citas.

En el primer caso se trata de expresiones que los equiparan con otras comidas

tradicionales o simplemente los exaltan como parte de las costumbres del “buen chapín”.

Bueno, los famosos “shucos” son parte ya de los platillos típicos o tradicionales de un buen chapín (K. C -Guate360-).

Lo mas loable de los shucos en si no es lo sabrosos que son sino que son Nuestros! puros Guatemaltecos! gracias al ingenio de nuestros vendedores ambulantes por ganarse la vida honradamente, apoyemos y que vivan los shucos por siempre! (C.A. -Guate360-).

En otro tipo de comentarios se entremezclan la reproducción del nacionalismo mediado por el consumo, del que habla Morales (2004), con la tradición escatológica y machista presente en la cultura oral de los chistes y el “arte de maltratar” propia de los ladinos populares de la ciudad de Guatemala a la que se refiere Ponciano (1999).

para todos los pizados que qieran venirce a guate... cuando vengan no pueden dejar de provar: los "shucos", la "cerveza gallo", y las putas de "Caprichos".... y si qieran comer algo diferente... el "pollo campero" es la mera verga!!! la verdad no hay tierra mas deahuevo que guatemala!!!!. (wizzard366. -foros.3dgames.com.ar-).

[Bravehearth] Hijos de Tecún, yo soy la mera verga.
[Soldado] -No es cierto vos sos güicoy.
[Bravehearth] -Con que esas tenemos, vení aquí decímelo, marica. Que putas no
tenés güevos, pisado, careverga, hijo de puta, mal parido.
[Bravehearth] -Silencio, putos, ahora si, o acaso se les ha olvidado que son chapines,
el tamal, los shucos, Campero, la garra chapina, los malacates. ¿verdad
que si les gusta? quiero sentirme orgulloso.
[Bravehearth] -Si soy chapin y que putas.
[Soldado] -!Nos vamos a poner bien a verga;
(Kill Wally. -Doblajes al Buen Chapín-)

- [Soldado] - Señor no encontramos la receta
- [Darth Vader] - ¿Revisaron todas las carretas? -¿Qué han hecho con la receta?
- [Darth Vader] - Te hablo de la milenaria receta de los shucos chapines. ¿Dónde está
la quiero...
- [Darth Vader] - Que alguien me traiga una cerveza Gallo y también putas, esta goma
me esta pegando cholero....
(La Venganza del Shumo. -Doblajes al Buen Chapín-)

Como contraste presentamos la única opinión dentro de los foros consultados, que contradice a las anteriores al poner en duda el “carácter nacional” tanto de los shucos como de sus ingredientes. Esta persona propone en cambio al Fiambre como un plato verdaderamente “nuestro”.

Tradicion guatemalteca unos hot dogs que son parte de la cultura gringa?Que clase de sociedad somos que eso pensamos??No hablen por hablar,el guacamol es de Mexico,y nosotros lo copiamos.Para que no digan que no: “El guacamole (guacamol en Centroamérica y Cuba) es un mole, una salsa o aperitivo originario de México y preparado a base de aguacate o palta. El nombre guacamole proviene del náhuatl “Ahuacamolli” traducido al español mexicano, que se compone de las palabras “Ahuacatl” (aguacate) + “molli” (mole o salsa). No se hasta donde llega nuestra ignorancia o mas bien nuestro descaro de querer hacer nuestras cosas que evidentemente no los son y ahora sonb “tradiciones” solo nuestras.Ya de una vez digamos que las pizzas tambien son nuestras.Nuestro el fiambre ese si! (Edgar. -Guate360-).

Shucos y nacionalismo

Para finalizar este capítulo se analiza un documento audiovisual, publicado por una

estudiante de un colegio de clase media alta, en el que se realiza una reflexión sobre la nacionalidad chapina y se plasma la respuesta en un video. Este se titula “Qué nos hace ser chapines”. Es un ejercicio escolar, para la clase de música, la autora es una estudiante de nivel medio del Colegio Capouilliez.

El video arranca a con un fondo de marimba, mientras la narradora se pregunta ¿Qué nos hace ser chapines?. Posteriormente ofrece varias posibilidades: se debe a “nuestras tradiciones”, a “nuestra gente” (mientras se muestran rostros de niños indígenas), a nuestros “paisajes” o a “nuestra flora y fauna”.

Q nos hace ser chapines??



Q nos hace ser chapines??



Fotogramas del video: *Q nos hace ser chapines??*. Autora: *xntliax137*.

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=10A1S5VdrNE>

En la siguiente sección la autora concluye que ninguna de estas opciones representa de manera completa a los guatemaltecos. En consecuencia propone: “*nuestra esencia de ser chapines radica en nuestra forma de ser*” y para demostrarlo presenta una serie de entrevistas a compañeros y maestros que se expresan con expresiones coloquiales guatemalteca, llamados por ella “chapinismos” de los que se ofrecen traducciones por medio de subtítulos. El primer entrevistado responde y la autora traduce entre paréntesis: “*patojo (niño); shumo (corriente); chucho (perro)*”; poco después otro estudiante agrega “*Échate unos shukos (come un hot dog)*.”

En la segunda parte del video se pregunta al espectador: *Y para ustedes... ¿Qué es ser chapín?* A modo de respuesta aparecen en escena 4 estudiantes del colegio. El 1ro de los cuales afirma: *-Para nosotros es apoyar a todo lo que es nuestro, todo lo que es de Guatemala*. El segundo refuerza *-Es un orgullo a nuestras tradiciones y costumbres chapinas -¡Los Shuukooos!* Grita otro de los integrantes del grupo; cierra la escena la única mujer del grupo afirmando: *-Ser chapín es estar uno orgullosa de si misma*.

En las siguientes entrevistas los shukos son mencionados por varios estudiantes, junto a los tamales, los chuchitos y el Pollo Campero, como símbolo del “ser chapín”. Una diferencia curiosa, es que a los “shukos” no se los menciona de la misma forma que otras otras comidas! Los Shukoos¡ es siempre un grito que se escucha en la grabación pero no se sabe exactamente quién lo dice.

En la tercera sección y final se pregunta: *¿Cuáles considerás que son los valores chapines?* Ahora las respuestas vienen de la propia realizadora y las imágenes tomadas en el colegio son acompañadas por una pieza musical del grupo guatemalteco de rock “Razones de Cambio”. Los valores que se proponen son: *somos casaqueros*,

colaboradores, trabajadores, deportistas, y amorosos. El video cierra con una reflexión final de la autora: *Cada gesto que hacemos, cada palabra que decimos, incluso lo que pensamos... nos hace ser verdaderos chapines.*

Q nos hace ser chapines??



Q nos hace ser chapines??



Fotogramas del video: *Q nos hace ser chapines??*. Autora: *xntliax137*.

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=10ALS5VdrNE>

En este video se repasan los elementos tradicionales y conservadores de los sectores ladinos urbanos de capas medias y alta, que a través del “romanticismo chapín” exaltan los símbolos patria: la marimba, el paisaje, la bandera, el himno, etc. También se aprecia la identificación de lo indígena como parte del paisaje y de la naturaleza o en el mejor de los casos como parte del “patrimonio” nacional. Desde una visión paternalista, las imágenes que se presentan de ellos, son en su mayoría de niños y se les llama “nuestra gente”.

Sin embargo, estos símbolos tradicionales de la identidad son negados para afirmar que la esencia de la nacionalidad radica en los rasgos y la forma de ser de quienes rodean cotidianamente a los autores, expresados por el uso de “chapinismos” y del “voseo” por parte de los propios estudiantes del colegio. La serie de “chapinismos” utilizados por los propios estudiantes del colegio expresan la vigencia de la ideología de la blancura expresada en la utilización del término “shumo” traducido por la autora del video como “corriente” para referirse a la “gente ordinaria”, en términos de González Ponciano esta palabra es un genérico para referirse a los actuales habitantes marginales no blancos de la ciudad. (2005:119).

Resulta interesante la sustitución de los viejos “símbolos” de la cultura cívica nacional: la bandera, la ceiba, la monja blanca, la flor del café o el quetzal. Por símbolos más cercanos y relacionados con su vida cotidiana. Si bien muchos mencionan las “costumbres” de Guatemala, cuando se refieren a estas hablan casi exclusivamente de la comida, en especial de los tamales. Otros hacen referencia a productos culturales de consumo cultural como el fútbol nacional o el Pollo Campero y notoriamente a “los shukos”.

Otro detalle importante es que de parte de los maestros es visible la utilización de un lenguaje políticamente y “culturalmente correcto”, que hace patente la incorporación del lenguaje “intercultural” oficial a su discurso, por ejemplo cuando un profesor menciona “las culturas de los pueblos” como elemento de la nacionalidad. En definitiva el video refleja un nuevo discurso nacionalista intercultural, más receptivo hacia el

multiculturalismo, más consciente de las negociaciones, apropiaciones y contradicciones de su propia práctica intercultural y menos “avergonzado del mestizaje indígena”. Este se construye mediante la incorporación de marcadores culturales nuevos, considerados propios; en parte obtenidos de la cultura pop de consumo (ejemplificada en la música del grupo integrante de la *Garra Chapina, Razones de cambio*) tanto como de la cultura popular urbana representada por los “shucos”.

CONCLUSIONES

Al estudiar la alimentación en Guatemala es necesario abordar el sentido político de la transformación de los sistemas culinarios. Esto implica reconocer que la alimentación se organiza según estructuras sociales específicas, confiriendo roles y estatus además de la serie de prescripciones simbólicas y morales específicas que cada cultura atribuye al acto de comer.

Este trabajo se adhiere a los estudios de la alimentación que vinculan el conocimiento etnográfico y la dinámica sociopolítica, sobre todo los trabajos de Sidney Mintz, quien intenta dar cuenta de las dinámicas alimentarias a partir de las relaciones del contexto social nacional con la dinámica global, a través de las relaciones centro periferia. Tomando los estudios de Jeffrey Pilcher y Arjun Appadurai como inspiración esta perspectiva permite analizar cómo la comida participa y contribuye a las simbologías de identidad en el proceso de construcción de una “comunidad imaginada”, como la guatemalteca, y más específicamente la que conforma la capital del país.

La conclusión general de la tesis respecto al desarrollo de la cocina nacional es que la admiración por la cultura europea y estadounidense históricamente a llevado a las élites nacionales a adoptar productos y modelos “exóticos” extranjeros para afirmar sus conexiones con las metrópolis occidentales y al mismo tiempo diferenciarse de las dietas autóctonas de las sociedades tradicionales campesinas. El estudio demuestra la vigencia de la división colonia entre las cocinas de origen europeo y americano como marcadores de superioridad o inferioridad cultural. En este sentido la “cocina nacional” refleja el proceso de construcción de la *“identidad nacional guatemalteca”*, iniciado a partir de la independencia en 1821, en la que el ladino, no entendido como “mestizo” sino como “no indígena”, se convirtió en el representante de la nacionalidad guatemalteca. Estos factores frenaron la aparición de una “cocina nacional” e impidieron el surgimiento de un “patriotismo culinario” al estilo mexicano. En consecuencia, a lo largo del siglo XIX la comida guatemalteca fue definida en términos ladinos, y se mantuvieron las asociaciones jerárquicas en las prácticas culinarias.

Los sentimientos “ambiguos”, entre la vergüenza y la exaltación romántica, respecto a la comida tradicional por su obvia herencia indígena, no han permitido que la misma no halla sido incluida dentro del “nacionalismo guatemalteco” principalmente por que desde los sectores no indígenas de élite y de la clase media, se sigue negando la posibilidad de la herencia indígena. Lo que no implica que los sectores de élite no consuman comida mestiza, sino que no la reconozcan como tal a partir de la valoración de sus múltiples orígenes. De ahí que su comercialización sea limitada y no se haya desarrollado una “cocina nacional” sino que sigan existiendo cocinas regionales cuya comercialización es limitada. Estas comidas se consumen, desarrollan y reproducen principalmente en espacios privados y familiares.

La “condición moderna” regresiva propia de la ciudad de Guatemala (como la han definido autores como Ramón González Ponciano o Deborah Levenson,) ha sido particular, produciendo en ella la convivencia de aspectos “precapitalistas” y “modernos”. La experiencia de la modernidad se ha dado más mediante el consumo de productos industriales y culturales que mediante el acceso a servicios públicos o al ejercicio de derechos ciudadanos. En el ámbito de la comida estos factores han propiciado el desarrollo y expansión de las cadenas de comida rápida y la desestructuración / transformación de la cultura alimentaria tradicional. Las cadenas de comida rápida ha sido identificada con lo moderno, limpio, lo “decente” y moderno y han permitido a quienes la

consumen de algún modo vivir la “modernidad”.

Según Díaz Polanco la globalización en su dimensión cultural ha implicado la sustitución de los preceptos homogeneizadores del colonialismo e imperialismo anteriores, por una búsqueda del aprovechamiento de la diversidad en favor de los grandes intereses capitalistas. Uno de los mecanismos más efectivos para el aprovechamiento de la diversidad en favor de la consolidación del sistema es el “marketing cultural” impulsado por las grandes empresas. Este permite la creación de nuevas identidades nacionales, que rebasan las divisiones históricas de clase y etnia, mediante el consumo de ciertos productos que llegan a identificarse con lo guatemalteco. En Guatemala productos como la Cerveza Gallo, El Pollo Campero ejemplifican este proceso.

Los cambios económicos asociados al proceso de globalización, en especial la creciente “migración internacional han favorecido la movilidad social” de algunos sectores indígenas y rurales modificando sus patrones de consumo y creando una nueva comunidad guatemalteca transnacional. Estos cambios han transformado los imaginarios y marcadores culturales, incluyendo los espacios y significados de consumo de comida rápida y popular. La formación de una nueva comunidad guatemalteca transnacional está modificando imaginarios y marcadores culturales. Así por ejemplo el surgimiento de los mercados nostalgia ha permitido una cierta revalorización de las comidas populares.

La versión guatemalteca de los *hot dogs*, los *shucos* están siendo apropiados por sectores de clase media, en especial por los más jóvenes quienes están reconstruyendo las representaciones de sus identidades y diferencias mediante la utilización de esta comida como un símbolo del nuevo “nacionalismo intercultural” o postmoderno que está sustituyendo a algunos de los viejos “símbolos” de la cultura cívica nacional. Por que se ha escogido precisamente a este plato para tal propósito, puede explicarse por que a pesar de su vínculo con la comida tradicional, los *shucos* de la ciudad de Guatemala también están ligados a su proceso de modernización económica. Los *shucos* por lo tanto son a la vez tradicionales e identificables como auténticamente guatemaltecos y modernos. Esta es una de las razones de que sean los *shucos* los que se reivindiquen como elemento de la nacionalidad y no otras comidas con mayor historia y arraigo en la población, como los tamales o los chuchitos.

Finalmente la celebración de la comida de la calle y su llegada a espacios de socialización y reproducción simbólica de la blancura, como son los centros comerciales, puede verse como parte de los procesos de construcción de una nueva idea de nación y ciudadanía. Es claro que estas nuevas construcciones identitarias si bien rompen con viejos complejos y prejuicios hacia los espacios, costumbres y objetos relacionados con la “gente ordinaria”, no están exentas de contradicciones y ambigüedades. Así el propio nombre de los *shucos* está relacionado a la vilificación de lo popular, en ese sentido emparentado a otros términos como *shumo* o *muco*

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, Paris. (2007). La incorporación de lo cotidiano al estudio de la alimentación [Versión electrónica]. *Regiones suplemento de antropología*, 27, 2–3. Consultado Mayo 15, 2007 desde <http://www.elregional.com.mx/suplementos/Regiones27.pdf>
- Alvarado, Carlos. (2007, febrero 12). *Un pollo al que le quedó chiquita Centroamérica*. Consultado Mayo 15, 2007 desde <http://www.elperiodico.com.gt/es/20070212/actualidad/36679/>
- Appadurai, Arjun. (1981). Gastro-Politics in Hindu South Asia [Versión electrónica]. *American Ethnologist*, 8 (3), 494-511. Revisado Junio 20, 2007 desde <http://links.jstor.org/sici?sici=0094-0496%28198108%298%3A3%3C494%3AGIHS%3E2.0.CO%3B2-V>
- _____. (1988). How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India [Versión electrónica]. *Comparative Studies in Society and History*, 30 (1), 3- 24. Revisado Junio 20, 2007 desde: <http://links.jstor.org/sici?sici=0010-4175%28198801%2930%3A1%3C3%3AHTMANC%3E2.0.CO%3B2-V>
- Arana, Antonio. (Comp.). (2001). Comer cultura. Estudios de cultura alimentaria. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. Sevilla.
- Arenas Bianchi, Charlie R. Hale y Gustavo Palma Murga, G. (1999). *¿Racismo en Guatemala?: abriendo debate sobre un tema tabú*. Guatemala. Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales en Guatemala.
- Arias, Arturo. (sin fecha). *Conferencia sobre la literatura Guatemalteca*. [Versión electrónica]. Revisada 10/12/2007 desde: <http://www.casaxelaju.com/voces/archive/vol5/arias1.htm>
- Armas, Daniel. (1950). *Conozca la ciudad de Guatemala*. Guías DAL. No. 2. Guatemala. B Costa-Amic.
- AVANCSO. (2003). *El Proceso de crecimiento metropolitano de la ciudad de Guatemala. Perfiles del fenómeno y ópticas de gestión*. Guatemala. Asociación para el avance de las ciencias sociales en Guatemala.
- Armélagos, George. (1997). *Cultura y contacto: el choque de dos cocinas mundiales*. En Janet Long (coordinadora). *Conquista y comida : consecuencias del encuentro de dos mundos*. México, D.F. UNAM.
- Asturias, Miguel Angel. (1996). *El señor Presidente*. México. Alianza Editorial.
- Barrios, Mayra. (1994). Simbolismo de las comidas y bebidas ceremoniales en un área Q'eqchi'. Tesis de Licenciatura. Guatemala. USAC.
- Bastos, Santiago y Manuela Camus. (1995). *Los mayas de la capital: un estudio sobre identidad étnica y mundo urbano*. Guatemala, Guatemala: FLACSO.
- Bauer Paiz, Alfonso y Carpio Alfaro, Ivan. (1996). *Memorias de Alfonso Bauer Paiz: historia no oficial de Guatemala*. Guatemala, Centro América: Rusticatio Ediciones.
- Bermúdez, Emilia. (2002). "Malls" *Consumo Cultural y Representación de Identidades Juveniles en Maracaibo* [Versión electrónica]. Ponencia presentada en las jornadas de visión Venezuela celebradas en Maracaibo los días 13 y 14 de Julio del 2002. Universidad del Zulia. Consultado Abril 30, 2007, desde: <http://www-personal.umich.edu/~mmarteen/svs/jornadas/Bermzdez.pdf>
- Bernal, Victor., Arturo Márques., Bernardo Navarro y Claudia Selser. (1983). *El Alcoholismo en México negocio y manipulación*. Editorial Nuestro Tiempo. México D.F.
- Bourdieu, Pierre. (1991). *El sentido práctico*. Taurus. Madrid
- Bravo, Mario Alfonso. (2007). *Proceso De urbanización, segregación social, violencia urbana y "Barrios Cerrados" en Guatemala, 1944-2002*. Guatemala. CEUR.

- Brokmann Haro, Carlos. (1996). *La cocina mexicana a través de los siglos: mestizaje culinario*. Clío. Mexico, D.F.
- Campang Chang, José. (2000). *Matrimonio entre chinos*. La cuerda una mirada feminista de la realidad. 3: 30. Guatemala: Asociación la Cuerda.
- Camus, Manuela. (2005). *Estudio de caso colonia Iro. de Julio, Ciudad de Guatemala Los Mayas vistos por la izquierda y por los jóvenes de la Ciudad Capital*. Flacso. Guatemala.
- Carrasco, Noelia. (2004). *Antropología de los problemas alimentarios contemporáneos. Etnografía de la intervención alimentaria en la región de la Araucanía, Chile* [Versión electrónica]. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Antropología Social y Cultural . Consultado Junio 13, 2007 desde: : http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0216105-161938//nch1de1.pdf
- Carreño, Tania. (1997). *El pan de cada día. La Cocina Mexicana a través de los siglos*. Editorial Clío. México D.F.
- Carrera, Goubaud. (1964). *Estudio de la alimentación en Guatemala*. Indigenismo en Guatemala. 181-206. Seminario de Integración Social Guatemalteca. Guatemala.
- Castillo, Oscar. (2005). *Cultura Popular y Clases Sociales*. Centro de Estudios Folklóricos de la Universidad de la Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Cervantes, Mayán. (2007). Alimentación, tradición e innovación [Versión electrónica]. *Regiones suplemento de antropología* 27 , 4. Consultado Mayo 15, 2007 desde <http://www.elregional.com.mx/suplementos/Regiones27.pdf>
- Coe D., Sophie. (2004). *Las primeras cocinas de América*. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Contreras, Jesús. (1993). *Antropología de la alimentación*. EUDEMA. España.
- Córtazar Rodríguez, Francisco. (2005). Chicanos y mexicoamericanos en tres comunidades electrónicas. *Comunicación y Sociedad*. Universidad de Guadalajara. [Versión electrónica]. Consultado Mayo 15, 2008 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34600206>.
- De Vos, Jan. (2001). *Nuestra raíz / Ja Kechtiki / Te Jlohp'tik, Kibeltik, Lakwi'*. Ciesas-Clío, México.
- Díaz Méndez, Cecilia. (sin fecha). *La modernidad alimentaria. Los debates actuales en la Sociología de la Alimentación* [Versión electrónica]. Universidad de Oviedo. España. Revisado Junio 5, 2007 desde: <http://www.monografias.com/trabajos32/modernidad-alimentaria-debates-sociologia-alimentacion/modernidad-alimentaria-debates-sociologia-alimentacion.shtml>
- Díaz-Polanco, Héctor. (2006). *Elogio de la diversidad: globalización, multiculturalismo y etnofagia*. México D.F. Siglo XXI Editores.
- Díaz, Cecilia y Benito Cristóbal. (2001). Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación [Versión electrónica]. *Distribución y consumo*. 60, 5-24. Consultado Junio 13, 2007 desde: http://www.mercasa.es/es/publicaciones/Dyc/sum60/pdfs/sociologia_consumo.pdf
- Dosal, Paul J. (2005). *El ascenso de las élites industriales en Guatemala, 1871-1994*. Guatemala. Fundación Soros Guatemala.
- Castro, Elba., Juan C. Núñez y Sergio Dios Corona. (2006). *Sabor que Somos* [Versión electrónica]. Consultado Abril 30, 2007, desde <http://www.cultura.jalisco.gob.mx/cultpoplar/11saborqs.pdf>
- Escobar Urrutia, Gabriela. (2005). *Enfrentamientos y violencias juveniles en la ciudad de Guatemala*. Tesis de Licenciatura. Escuela de Historia. Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala.

- Escobar Urrutia, Gabriela y Francisco Rendón. (2002). "El rock en Guatemala". Informe de investigación de CIRMA-Fundación Ford. Guatemala.
- Ferreira de Almeida, Maria Candida. (2004). Las comidas tradicionales en tiempos de globalización: la arepa se (trans)viste en hamburguesa [Versión electrónica]. *Colección Monografías*. 6. Consultado Abril 30, 2007, desde <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>
- Frédéric Duhart. (2004). Consideraciones transcontinentales sobre la identidad cultural alimentaria [versión electrónica]. *Sincronía*. Revisado Mayo 28, 2007 desde: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/duhartf04.htm>
- Garcez, Cecilia. (2004). *Si nos viera nuestra maestra, se muere*. En Maicke, Heickt. Racismo en Guatemala - De lo políticamente correcto a la lucha antirracista. Guatemala: AVANCSO.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F. Grijalbo.
- García Rivas, Heriberto. (1988). *Cocina prehispánica mexicana la comida de los antiguos mexicanos*. México: Panorama Editorial. México.
- García, Diana. (2007). Guatemala: Juventud, violencia y sociedad [Versión electrónica]. *Diálogo*, 55, 1-8. Consultado Abril 29, 2007, desde <http://www.flacso.edu.gt/dialogo/55/55.pdf>
- Gellert, Gisela, y Julio César Pinto Soria. (1990). *Ciudad de Guatemala: dos estudios sobre su evolución urbana (1524-1950)*. Guatemala. Centro de Estudios Urbanos y Regionales.
- Gellert, Gisela. (1995). *Ciudad de Guatemala: factores determinantes en su desarrollo urbano (desde la fundación hasta la actualidad)*. Guatemala. FLACSO.
- Gellert, Gisela y Silvia Irene Palma C. (1999). *Precariedad urbana, desarrollo comunitario y mujeres en el área metropolitana de Guatemala: cómo estamos y cuáles son las percepciones y acciones institucionales?* Guatemala. FLACSO.
- Girón, Felipe. (1998). *Comer con las manos en un espacio del anonimato: Mcdonald's como un no lugar*. Tesis de Licenciatura. Escuela de Historia. Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Godínez, Jorge. (1996). *Rockstalgia: la novela rock*. Ciudad de Guatemala: Editorial Oscar de León Palacios.
- Gonzalez Ponciano, Ramon (2005). *De la Patria del Criollo a la Patria del Shumo* [Versión Electronica] : whiteness and the criminalization of the dark plebeian in modern Guatemala. Doctoral dissertation, The University of Texas at Austin. Revisado 28/05/07 desde: <http://hdl.handle.net/2152/325>
- _____. (2004). *La visible invisibilidad de la blancura y el ladino como no blanco en Guatemala*. En Darío E. Euraque, Jeffrey L. Gould, Charles R. Hale (Eds.), *Memorias del Mestizaje. Cultura política en Centroamérica de 1920 al presente*. Cirma. Guatemala.
- González Turmo, Isabel. (1995). *Comida de rico, comida de pobre*. Universidad de Sevilla. España.
- Goody, Jack. (1982). *Cooking, Cuisine and Class a study in comparative sociology*. Cambridge University Press. Inglaterra.
- Gracia Castillo, María. (2002). Construcción cotidiana de las territorialidades vecinales y barriales. *Cuicuilco*. (9), 25, 1-11. Escuela Nacional de Antropología e Historia. Mexico D.F.
- Grefe, Christiane. (1988). *El imperio de la hamburguesa*. Gedisa. Barcelona.
- Guatemala 100 años de Fútbol*. (s/f). Prensa Libre. [Versión Electrónica] Revisado 28/05/07 desde: <http://www.prensalibre.com/especiales/ME/guatefut/>
- Guerra Roldán, Mario. (2007). *Memorias de un pasado cercano: vivencias y relatos (1930-1950)*.

Guatemala. Artemis-Edinter.

- Henne G., Marilyn. (1980). La comida Quiche: su estructura cognitiva en Chichicastenango. *Guatemala Indígena*. XV, 1,2:111 – 135. Guatemala
- Hill M,Robert (2001). *Los Kaqchikeles de la época colonial: adaptaciones de los Mayas del altiplano al gobierno español, 1600–1700*. Cirma. Guatemala.
- Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. Colección Nuevas tecnologías y sociedad. Barcelona: Editorial UOC.
- Hsu, Carolyn. (2005). A taste of “modernity” Working in a western restaurant in market socialist China [Versión electrónica]. *Ethnography*, (6), 4,543-565. Revisado Junio 20, 2007 desde: <http://ft1.csa.com.proxy.lib.sfu.ca/ids70/resolver.php?>
- Inman, Crist. (1998). "A Central American Approach to QSR Development: The Case of Pollo Campero". *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 39 (3): 76.
- La venta de alimentos en las calles*.(1990) Estudio FAO de Alimentación y Nutrición. No. 46.
- Lara Figueroa, Celso. (1999). *Cocina guatemalteca: recetas típicas*. Guatemala: Editorial Artemis Edinter.
- Levenson, Deborah. (2005). *Hacer la juventud. Jóvenes de tres generaciones de una familia trabajadora en la ciudad de Guatemala*. Avancso. Guatemala.
- Loaeza, Guadalupe.(2004). *Las reinas de Polanco*. Océano. Mexico D.F.
- Long, Janet (Coordinadora). (1997).*Conquista y comida : consecuencias del encuentro de dos mundos*. UNAM. México, D.F.
- Long, Janet. Alvarez, Manuel. Camarena, Aránzazu. (1998). *El placer del chile*. Editorial Clío. México D.F.
- López García, Julián. (2003). Algunas consideraciones metodológicas en los trabajos de campo en antropología de la alimentación. Experiencia con mayas-ch’orti’ del oriente de Guatemala [Versión Electronica]. *Revista de Antropología Social* (223), 12, 223-241. Revisado 28/05/07 desde:<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/cps/1131558x/articulos/RASO0303110223A.PDF>
- Lopéz García, Julián y Brent E. Metz.(2002). *Primero Dios etnografía y cambio social entre los mayas ch’orti’s del oriente de Guatemala*. FLACSO. Guatemala.
- López, Carlos. (2005). *Voces de Guatemala*. Editorial Práxis. México D.F.
- Los 50 McDonald’s*. (2007 mayo 2) [Versión electrónica]. Revisado mayo 2, 2007 desde <http://www.sociedadonline.com/Enero07/107055105429.htm>
- Los shucos del Liceo*. (2004 diciembre 12)) [Versión electrónica]. Revisado mayo 2, 2007 desde www.prensalibre.com/pl/domingo/pdfs/rd121204.pdf
- Luján Muñoz, Luis. (1972). *Lybro de Cocyna*. CEFOL . Editorial Universitaria. Guatemala.
- Lujan Muñoz, Luis. (2003). en Mario Alberto Mencos. *La Guatemala de Ayer: Cartas a un mi amigo*. Artemis-Edinter. Guatemala.
- Marina Arriola, Aura Marina. (1995). *Tapachula, “la perla del Soconusco”, ciudad estratégica para la redefinición de las fronteras*. FLACSO. Guatemala.
- Martín Cerdeño, Víctor. (2005). Alimentación e Inmigración. *Distribución y consumo*.15(80):11-41. [Versión Electrónica]. Revisado Junio 15, 2007 desde: http://www.emp.uva.es/economiayconsumo/alimentacion_inmigracion.pdf
- Martínez Largaespada, Alina. *Nicaragüenses en ciudad de Guatemala: una aproximación a la identidad nacional* [Versión Electrónica]. Encuentro.71. Universidad Centroamericana, Managua. Revisado 28/05/07 desde:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/nicaragua/uca/encuen71/martinez.doc>

- Mencos, Mario Alberto. (2003). *La Guatemala de Ayer: Cartas a un mi amigo*. Artemis-Edinter. Guatemala.
- Mennell, Stephen., Anne Murcott y Anneke van Otterloo.(1992), The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture [Versión Electrónica]. *Current Sociology*, (40), 42. Revisado Junio 15, 2007 desde <http://csi.sagepub.com>
- Mintz, Sidney W. (2001).Food and anthropology: a brief overview [Versión electrónica]. *Revista Brasileira de Ciencias Sociais* (16), 47,31-42. Revisado Mayo 25, 2007 desde: : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092001000300002&lng=es&nrm=iso
- _____ (2003). *Sabor a Comida, sabor a libertad incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. México: Reina Roja.
- Mintz, Sidney y Christine Du Bois. (2002).The Anthropology of Food and Eating [Versión Electrónica]. *Annual Review of Anthropology* (31), 99–119. Estados Unidos. Revisado Junio 3, 2007 desde <http://arjournals.annualreviews.org>
- Morales Barco, Frieda. (2007). *Barrio Querido, Historias y Memorias de la ciudad de Guatemala. Guatemala*. Municipalidad de la Ciudad de Guatemala.
- Morales, Mario Roberto. (1998). *La articulación de las diferencias o el síndrome de Maximón*. FLACSO. Guatemala.
- _____. (2004 octubre 2). Los estudios culturales: una vuelta de revés. *La Insignia*. [Versión Electrónica] Revisado Junio 3, 2007 desde: http://www.lainsignia.org/2004/octubre/dial_001.htm
- Móbil, José Antonio. (2005). *Los móviles de Tono: trazos para una exposición*. Guatemala. Serviprensa.
- Negocios en sepia. Empresas centenarias: CabCorp, Panadería Las Victorias, Corporación Castillo Hermanos y Florida Ice & Farm (Fifco)*. (2007). Elperiódico. Guatemala.
- Neunenwander L. Helen y Shirley D. Souder. (1980). El síndrome caliente-frío, húmedo-seco entre los Quichés de Joyabaj: Dos modelos cognitivos. *Guatemala Indígena*. XV(1-2):141-169.Guatemala. Instituto Indigenista Nacional.
- Ortiz, Ana. Vásquez, Verónica. Montes, Margarita. (2005). La alimentación en México: enfoques y visión a futuro [Versión electrónica] . *Estudios Sociales*. (XIII), 25. Universidad de Sonora. Hermosillo, México. Revisado Mayo 20, 2007 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/417/41702501.pdf>
- Pérez de Antón, Francisco. (2002). *Memorial de Cocinas y Batallas La singular historia del nacimiento y desarrollo de Pollo Campero 1969-1984*. Editorial Aguilar. Guatemala.
- Pérez, José y Lawrence Pratt. (1997), *Análisis de Sostenibilidad de la Industria Avícola en Guatemala*, CLACDS (Centro Latinoamericano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible), Costa Rica.
- Pérez Sáinz, Juan Pablo. (1991). *Ciudad de Guatemala en la década de los ochenta: crisis y urbanización*. Guatemala. FLACSO.
- Pilcher, Jeffrey, M. (2001). *¡Vivan los tamales!: la comida y la construcción de la identidad mexicana*. México: Reina Roja.
- _____ (2008). The Globalization of Mexican Cuisine. *History Compass* 6 (2), 529–551. [Versión electrónica] Revisado Mayo 20, 2007 desde: <http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.1478-0542.2007.00509.x>
- Pinto Diaz, David. (1999). *Cultura y modernización en Guatemala "el caso de la maquila"*. DIGI –

USAC. Guatemala.

Dardón, Byron. (2008, 19 de Febrero). *Pizza un mercado que esta caliente*. Guatemala. Prensa Libre.

Presidente mundial de McDonald's visitó el país. Mike Roberts vino a conocer el éxito de su franquiciante en Guatemala. (2007, 12 de febrero) El Periódico. Guatemala.

Renzi, María Rosa. (2004). *Perfil de género de la economía del istmo centroamericano (1990-2002): consideraciones y reflexiones desde las mujeres* / María Rosa Renzi, María Angélica Fauné. Managua: PNUD.

Ritzer, George y Miguel Sautié.(1996). *La McDonaldización de la sociedad*. Sociologías, 1. Madrid. Editorial Popular.

Salazar, Ramiro. (2000). *Comida y Cultura: identidad y significado en el mundo contemporáneo* [Versión electrónica]. *Estudios de Asia y África*, 83-108. Consultado Junio 19, 2007 desde: http://revistas.colmex.mx/revistas/10/art_10_190_301.pdf

Schlesinger, María Elena. (2008). *De la vida cotidiana*. Guatemala. El Periódico.

Schnaubelt, Catherine. (2002). *Global Arches: A Cultural Look at McDonald's Franchises in Central Europe* [Versión Electronica]. *Journal of Undergraduate Research*, V, 49–54. University of Wisconsin-La Crosse. Revisado Junio 20, 2007 desde:<http://murphylibrary.uwlax.edu/digital/jur/2002/schnaubelt.pdf>

Scott M, Nina. (1997).*La comida como signo: los encuentros culinarios de América*. En Janet Long (coordinadora). *Conquista y comida : consecuencias del encuentro de dos mundos*. UNAM. México, D.F.

Smith A. Carol. (2004). *Las contradicciones del mestizaje en Centroamérica*. En Darío E. Euraque., Jeffrey L. Gould y Charles R. Hale. (Eds.), *Memorias del Mestizaje. Cultura política en Centroamérica de 1920 al presente*. Cirma. Guatemala.

Taracena, Arturo. Et al. (2002). *Etnicidad, estado y nación en Guatemala 1808 – 1944*. Nawal Wuj. Guatemala.

Taracena Arriola, Arturo. (2007). *Asturias Polémico*. Guatemala. El Periódico.

Tinker, Irene. (1997). *Street Foods: urban food and employment in developing countries*. Oxford University Press. New York.

Torres-Rivas, Edelberto. (2006). *La piel de Centroamérica: (una visión epidérmica de setenta y cinco años de su historia)*. Colección X aniversario de la paz en Guatemala, t. 1. [Guatemala]: FLACSO Guatemala.

Uribe, Fernando. (2006). *Las prácticas alimentarias, relacionadas con la búsqueda del ideal corporal* [Versión electrónica]. El caso de la ciudad de Medellín (Colombia). *Boletín de Antropología* (20), 37, 227–250. Revisado Junio 13, 2007 desde <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=55703712&iCveNum=5528>

Valadez Azua, Raul , Raul Garcia Chavez, Bernardo Rodriguez Galicia y Luis Gamboa Cabezas. (2001). *Los guajolotes y la alimentación prehispánica*. *Ciencia y Desarrollo*. XVII (157). CONACYT. México.

Vargas, Luis y Leticia E. Casillas. (1997). *Encuentro de dos cocinas: México en el siglo XVI*. En Janet Long (coordinadora). *Conquista y comida : consecuencias del encuentro de dos mundos*. UNAM. México, D.F.

Vázquez, Guillermo y Luis Villar.(2005). *La cocina tradicional guatemalteca de Cuaresma y Semana Santa*. *Tradiciones de Guatemala*. 63(161-170). Centro de Estudios Folkloricos de la Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala.

Velasquez, Idolina F. (sf). *Flores e insectos en la dieta prehispánica y actual de México*.

Universidad de las Américas. Puebla, México.

- Victor J. Martín Cerdeño. (2005) Alimentación e inmigración. Un análisis de la situación en el mercado español [Versión Electronica]. *Distribución y Consumo*. Marzo–Abril, 11-41. Revisado 28/05/07 desde: http://www.emp.uva.es/economiayconsumo/alimentacion_inmigracion.pdf
- Villar Anleu, Luis. (2005). Aportes etnobotánicos a la cocina popular tradicional guatemalteca. *Tradiciones de Guatemala*. 63(171–238.) Centro de Estudios Folkloricos de la Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Voyce, Malcom. (2006). Shopping malls in Australia: The end of public space and “consumerist citizenship?”. *Journal of Sociology*. 42(3):269-286. Sydney Australia. The Australian Sociological Association.
- Wade Meter (2007). *Identidad racial y nacionalismo: una visión teórica de Latinoamérica*. En Formaciones de Indignidad: Articulaciones raciales, mestizaje y nación en América Latina. Marisol de la Cadena Editora. Popayán Colombia. Enviñón Editores.
- Warman, Arturo. (1988). *Historia de un bastardo: maíz y capitalismo*. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Yacuzzi, Enrique. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación*. [Versión Electronica] Serie Documentos de Trabajo. Universidad de Cema. Revisado 28/05/07 desde:<http://www.cema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>