

---

ARTÍCULOS

---

**LA FRONTERA GASTRONÓMICA DE CHOLULA, PUEBLA:  
ENTRE LA GENTRIFICACIÓN Y LA TURISTIFICACIÓN**

THE GASTRONOMIC BORDER OF CHOLULA, PUEBLA: BETWEEN  
GENTRIFICATION AND TOURISTIFICATION

**Adrián Hernández Cordero<sup>1</sup>**

Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa

**José Antonio Vázquez-Medina<sup>2</sup>**

Universidad Autónoma de Occidente-Unidad Regional Mazatlán

Recibido: 28 de agosto de 2021; Aprobado: 16 de diciembre de 2022

**Cómo citar este artículo / Citation:** Hernández Cordero, Adrián y José Antonio Vázquez-Medina. 2023. «La frontera gastronómica de Cholula, Puebla: entre la gentrificación y la turistificación». *Disparidades. Revista de Antropología* 78(2): e017. doi: <<https://doi.org/10.3989/dra.2023.017>>.

**RESUMEN:** En este trabajo mostramos las tensiones que se generan en el paisaje alimentario de la demarcación de Cholula (México). En ésta existen dos municipios entre los que se genera una frontera culinaria. A partir de una aproximación cualitativa por medio de entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis de contenido en medios digitales, queremos demostrar que la existencia de la frontera gastronómica parece habilitar dos paisajes culinarios diferenciados que obedecen a distintos intereses. De esta manera, podríamos afirmar que la frontera gastronómica habilita y dinamiza fenómenos opuestos que favorecen el contraste en el ensamblaje gastronómico. Por un lado, la intención de la estatización del paisaje que obedece a lógica de la turistificación que apela a la recuperación de la tradicionalidad y la historia para favorecer los discursos en torno al turismo y al patrimonio. Por otro, el cosmopolitismo culinario que incentiva procesos de gentrificación alimentaria que evidencian los particularismos propios de la modernidad alimentaria.

**PALABRAS CLAVE:** Estudios socioculturales de la alimentación; Turismo; Consumo; Paisaje gastronómico.

**ABSTRACT:** In this paper we show some tensions displayed at the foodscapes of Cholula (Mexico). Based on a qualitative approach through semi structured interviews, participant observation and media content analysis, we aim to show that the existence of a culinary border enables two different foodscapes framed by several interests. Thus, we state that the culinary border stimulates two opposite phenomena that shows the contrast in the assembly of the local foodscapes. One the one hand, the aim of conservation of the foodscape due to a tourism intention that appeals narratives and discourses about heritage and traditionality; on the other

---

1 Correo electrónico: [ahernandez.cordero@izt.uam.mx](mailto:ahernandez.cordero@izt.uam.mx). ORCID iD: <<https://orcid.org/0000-0002-5736-1371>>.

2 Correo electrónico: [jose.vazquez@uadeo.mx](mailto:jose.vazquez@uadeo.mx). ORCID iD: <<https://orcid.org/0000-0002-4191-4744>>.

hand, the boost of a culinary cosmopolitanism that incentivizes food gentrification processes that shown the particularities of the food modernity.

**KEYWORDS:** Sociocultural studies of food; Tourism; Consumption; Gastronomic landscape.

**Copyright:** © 2023 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desarrolla en la Zona Metropolitana de Puebla y Tlaxcala, una región localizada en el altiplano central de México. Ésta tiene un papel relevante en el ámbito nacional por su importancia económica, así como por la cantidad de población que concentra, situándose como la cuarta a nivel nacional con cerca de 3 millones 200 mil habitantes. En dicha metropolización se encuentra nuestra zona de estudio: San Andrés y San Pedro Cholula, dos municipios semirurales contiguos a la capital del estado de Puebla.

En este trabajo entendemos Cholula como el continuum social y territorial entre los municipios de San Pedro y San Andrés en el Estado de Puebla (México), que constituyen hoy en día y debido a la cercanía con la capital, una región de suma importancia económica, social, económica y cultural a escala nacional.

Fue en 1970 que Cholula comenzó con su proceso de transformación gracias a la instalación del campus de la Universidad de Las Américas Puebla (UDLAP). Desde su inauguración, se modificó el paisaje rural sobre todo de San Andrés, debido a que se le dotó de infraestructura pública y los habitantes comenzaron a establecer negocios de hospedaje, restauración y bares nocturnos para la comunidad universitaria.

A finales de los años ochenta y comienzos de los noventa, los gobiernos del Estado de Puebla adoptaron el urbanismo neoliberal y diseñaron una estrategia de reconversión urbana en dos sentidos. Por un lado, se llevó a cabo un proceso de gentrificación en el Centro Histórico de la ciudad. Por otro lado, se ejecutó un ambicioso plan urbanístico que tuvo la finalidad de expandir la ciudad hacia el poniente de la zona metropolitana. En este contexto, Cholula se comenzó a volcar hacia las actividades turísticas, gracias a su capital patrimonial representado por los vestigios de la Pirámide, el Centro Histórico de San Pedro, las

prácticas rituales de la población autóctona de ambos municipios y el cosmopolitismo de sus residentes universitarios.

En diversas gestiones estatales se impulsaron una serie de acciones urbanísticas en la capital poblana que se sustentaron en la actividad turística. Cholula no se quedó atrás y obtuvo la designación de Pueblo Mágico que implicó diversas intervenciones en materias de obras e imagen urbana, principalmente en San Pedro Cholula. El potencial de Cholula como sitio de interés turístico también se ha capitalizado por el cambio en la promoción del modelo turístico a nivel federal que ha favorecido el turismo cultural en su inflexión experiencial.

El despegue de Cholula como clúster turístico ocurrió gracias al nombramiento que obtuvo como Pueblo Mágico (mencionado líneas arriba), debido a las gestiones políticas que se realizaron desde el Gobierno Estatal. La denominación fue particular porque abarcó a San Andrés y San Pedro, siendo el primer Pueblo Mágico que incluyó a dos municipios, cuestión que de algún modo implicó el trabajo conjunto de ambos gobiernos municipales. A pesar del intento de gestión turística compartida, la brecha entre ambos municipios se hizo más evidente, existiendo no solamente una frontera referente a los límites administrativos entre ambos sino que además existe un borde que separa las dinámicas sociales y territoriales, sobre todo, si se observa desde la óptica de la oferta culinaria.

Podemos sostener que en San Pedro se aprecia un fenómeno vinculado con la turistificación, a partir de los elementos con valor patrimonial con los que cuenta y que se manifiesta en la oferta gastronómica presente que tiende a explotar narrativas vinculadas con lo antiguo y ancestral. Mientras que en San Andrés se expresa la gentrificación y muestra mayor flexibilidad respecto al pasado, situación que posibilita la existencia de propuestas culinarias innovadoras, ecológicas y sofisticadas que apelan a la modernidad y al cosmopolitismo culinario.

Lo anterior ha devenido en un interesante ensamblaje de paisajes culturales que parecen utilizar la diferenciación de sus territorios no sólo para establecer fronteras sociales y culturales que evidencian la asincronía del metabolismo urbano de cada localidad, sino también para marcar experiencias diferenciadas para quien decida habitarlos o visitarlos a través de la puesta en valor de sus elementos distintivos, y que pueden analizarse a través de distintas expresiones del fenómeno alimentario en ambos municipios.

Es preciso mencionar la manera en que las diferencias entre ambos municipios se intensificaron. San Pedro tendió hacia la conservación y, de alguna manera, a ofrecer los imaginarios que busca el turismo cultural en México, ya que cuenta con una plaza central de origen colonial, una estructura urbana en forma de damero acompañada de fachadas antiguas y bien conservadas; todo ello enmarcado por una zona arqueológica que consta de una pirámide soterrada con una iglesia en la cima. Mientras que San Andrés no cuenta con tantos elementos patrimoniales como los del vecino, pero ha concentrado la oferta de ocio y gastronómica en amplios terrenos y/o locales que en San Pedro son complicados de conseguir por las normativas de preservación que regulan la arquitectura urbana del municipio. De este modo, San Andrés se ha caracterizado por su flexibilidad y dinamismo social y demográfico que ha generado la paulatina llegada de nuevos habitantes a los fraccionamientos cerrados construidos en otrora predios agrícolas.

Por lo hasta aquí expuesto, el objetivo del presente trabajo consiste, en primer lugar, en discutir la diferencia entre San Pedro y San Andrés que se expresa espacialmente generando una frontera que se hace visible a través de la oferta gastronómica que se ha instalado en cada municipio. En un plano más abstracto, el propósito de este trabajo es demostrar cómo dichas fronteras habilitan procesos diferenciados como la turistificación y la gentrificación alimentarias que puede evidenciarse a través de la alimentación. Partimos de la premisa de que en San Pedro existe un fenómeno vinculado con la turistificación a partir de los elementos con valor patrimonial con los que cuenta, cuestión que se manifiesta en la oferta gastronómica presente que apela a explotar narrativas vinculadas con lo antiguo y ancestral como valor turístico. Mientras que en el San Andrés se expresa la gentrificación y muestra mayor flexibilidad respecto

al pasado, situación que posibilita la presencia de propuestas culinarias innovadoras, ecológicas y sofisticadas. Así, en este trabajo queremos mostrar las tensiones que se generan en el paisaje alimentario existente entre ambas demarcaciones políticas y que generan una frontera culinaria, a pesar de los rasgos históricos y culturales compartidos.

## 2. COORDENADAS TEÓRICAS: LA ALIMENTACIÓN COMO UN MARCADOR CULTURAL DE LAS FRONTERAS

Raffestin (1980) ha señalado la manera en que el mundo y la vida social se han organizado a partir de la producción de territorios; es decir, porciones de espacio apropiadas física y simbólicamente por grupos sociales, quienes les imprimen ciertas características a partir de su actividad cotidiana. Éstos cuentan con unos bordes, a veces impuestos y otros naturales, que delimitan su extensión; estos lindes se conocen como fronteras.

Más allá de las delimitaciones espacio-territoriales que sus lindes indican, en relación con la alimentación, las fronteras ayudan a visualizar de manera más clara las fluctuaciones culturales y la relación que guardan los grupos humanos con sus alimentos y sus maneras de alimentarse. Como bien explican García, Mitchell y Dupuis:

La alimentación es una excelente manera de comprender lo que hacen las fronteras: lo corporal, lo social, lo cultural y las transformaciones territoriales que ocurren a medida que fluye el sustento físico a través de un límite, o se detiene en él (2016: 04)<sup>3</sup>.

En este sentido, las fronteras ayudan a trazar y visibilizar los particularismos alimentarios y los contextos en los que se enmarcan. También, evidencian la capacidad de la alimentación para cohesionar pero también para diferenciar: las fronteras ayudan a visibilizar la variabilidad social y cultural que se genera gracias a los contextos y a los territorios diferenciados.

Pese a ser relativamente incipientes las aproximaciones académicas que la problematizan, la relación que existe entre fronteras y alimentación, cada vez

3 Nuestra traducción

puede visualizarse más desde diferentes perspectivas mayormente adscritas a la antropología de la alimentación. Por un lado, en un plano macro, se encuentran aquellos trabajos que analizan la representación y ejecución de las cocinas nacionales fuera de los estados nacionales donde fueron creadas originalmente (Appadurai 1988; Parasecoli 2014; Wilk 1999; Calvo 1982). También, encontramos estudios que se dedican a analizar la fuerza laboral compuesta por comunidades migrantes que nutre los sistemas alimentarios en sus principales fases (García, Mitchell y Dupuis 2016). En un orden mezo y micro, se cuenta con estudios que ponen en cuestión las fronteras culturales en relación con las etnicidades y las identidades que se hacen evidentes a través de la alimentación. Para el caso de México, los estudios de Vizcarra (2002), Bertrán (2005), Mata (2019), entre otros, son especialmente ilustrativos para demostrar cómo cada grupo social puede establecer especificidades alimentarias como una manera de caracterización cultural dentro de un territorio compartido.

En este texto, asumimos que la relación entre la alimentación y las fronteras puede entenderse también como una manera de explorar las composiciones del ensamblaje de los paisajes gastronómicos en distintos entornos que tienen que ver con el ordenamiento territorial; específicamente, ponemos atención en algunos establecimientos de venta de comida como puntos nodales de estos ensamblajes donde no necesariamente se apela al sentido de la restricción, sino de la fluctuación en la oferta para entender los paisajes alimentarios que se articulan en Cholula y que demuestran la existencia de una frontera gastronómica.

Para poder desentrañar lo anterior, tomamos en consideración las reflexiones de Ayora (2018) para diferenciar el ámbito culinario del gastronómico. Mientras que el primer término apela quizá a un sentido de los procesos técnicos que son regidos bajo ciertos mandos de operación que a menudo se ejecutan en un ámbito doméstico, la arena gastronómica alcanza otras esferas de lo público y se rige bajo lógicas sociales, económicas y culturales más amplias. En este sentido, entendemos que las fronteras gastronómicas pueden visibilizarse a través de la diferenciación de la oferta culinaria que conforman parte del paisaje alimentario.

En otro texto (Vázquez-Medina *et al.* 2020), discutimos cómo la oferta culinaria de un espacio determinado puede ayudar a desentrañar las lógicas y dinámicas de los paisajes alimentarios urbanos. Utilizamos dicha premisa para plantear aquí la noción que los paisajes están contenidos por distintas fronteras y la habilitación de las últimas favorecen procesos sociales más amplios y diferenciados como lo son la turistificación y la gentrificación. Lo anterior corrobora también que los paisajes alimentarios tienen una implicación política (Matus 2012) que puede visibilizarse a través de distintas lógicas de producción, distribución y consumo alimentario a menudo constreñidas dentro de un territorio determinado.

### 3. GENTRIFICACIÓN ALIMENTARIA

El concepto de frontera también ha sido interpelado para analizar la dimensión urbana, sobre todo los fenómenos de gentrificación. Smith (1996) utilizó la metáfora de la frontera para mostrar la manera en la que la gentrificación se podía pensar como un hecho colonizador en el que los denominados pioneros urbanos; es decir, clases medias blancas e ilustradas fueron la primera línea del frente de batalla, avanzaron a través de su presencia en el mercado inmobiliario, así como del establecimiento de nuevos comercios. De este modo, los colonizadores fueron imponiendo aquellas conductas e imaginarios considerados como civilizados en sectores de barrios obreros -con un alto potencial de inversión- que se consideraban como salvajes y comunistas. La ocupación del territorio y el establecimiento de una frontera permitió la pacificación y domesticación de las calles, así como la progresiva imposición de nuevas conductas y la configuración de un renovado paisaje marcado por la etnia, la clase y el consumo.

Si volvemos a la discusión anterior sobre la frontera gastronómica, bien cabría pensar su vinculación con la gentrificación alimentaria. Antes de continuar, habría que recordar que la gentrificación, grosso modo, se entiende como el fenómeno de transformación social y territorial que implica la revalorización económica y arquitectónica de una zona de la ciudad, acompañada de la llegada de sectores de clases medias y el éxodo de los habitantes de la clase trabajadora. Por lo que hay un desplazamiento y conflicto de clase social,

cuestiones que han llevado a que sea una palabra vetada de ciertos ámbitos (Smith 1996; Slater 2011). En el mismo sentido, la gentrificación ha sido un concepto de amplia difusión en la esfera académica. De tal modo que se han acuñado derivaciones como la gentrificación comercial, la gentrificación de nueva construcción e incluso, se ha logrado colar a los estudios alimentarios a través de la denominada gentrificación alimentaria o como se le ha designado recientemente *gastrofificación* (*gastrofification*) (Lüke y Jäger 2021).

La relación entre alimentación y gentrificación ha sido estudiada mayoritariamente en el ámbito anglosajón con trabajos seminales como el de Roseberry (1986) o Zukin *et al.* (2017). Mientras que en las latitudes castellanoparlantes aún son pocas las referencias (González 2018; Vázquez-Medina *et al.* 2020; Hayden 2020 y 2021). En este contexto, la gentrificación tendría dos componentes relacionados. Por un lado, la manera en que las prácticas culinarias de origen popular -desde su origen, producción y consumo- experimentan una transformación que tiende a mostrar patrones de sofisticación y elitismo que se enfocan a satisfacer los paladares de sectores de clases medias que demandan este tipo de marcadores. A dicho fenómeno relacionado con *gourmetización* de las cocinas populares, también se le ha relacionado con la gentrificación de las cocinas (Matta 2013 y 2016). Por otro lado, los establecimientos se vuelven elementos centrales para impulsar los procesos de cambio social. Así, se comienza a hacer evidente la presencia de restaurantes en las zonas en proceso de cambio, que apelan a ciertos valores estéticos que son reconocidos y apreciados por comensales con amplia capacidad de gasto y con un alto capital cultural. De esta manera, los establecimientos se vuelven dinamizadores del mercado inmobiliario que progresivamente ve incrementar el precio del suelo. Sbicca (2018) ha denominado a este suceso como la gentrificación mediante la comida.

Entonces, valdría pensar la manera en que la gentrificación alimentaria y la frontera urbana son indisolubles, dando paso a la configuración de un paisaje de consumo en el que la comida es un elemento central que contribuye a la dinamización de otros procesos comunicativos. Un paisaje de consumo y alimentario que no solo atrae a los pioneros locales, sino que amplía su interés también hacia los turistas.

#### 4. TURISTIFICACIÓN ALIMENTARIA

Volviendo a Smith (1996), cabe mencionar la manera en que la gentrificación de ciertos barrios, en este caso Losaida y su vinculación con la industria cultural la llevaron a catalogarla como una meca cultural, generando una atracción de bohemios, artistas y turistas. Es preciso señalar en la forma en que las industrias creativas resultan fundamentales para generar y consolidar procesos de recualificación urbana, haciendo cada vez más difícil establecer la diferencia entre residentes y visitantes; ya que ambos responden a un perfil de clase media cosmopolita que comparte estilos de consumo (Mansilla *et al.* 2021).

Smith (1996) al estudiar el caso de la gentrificación en París, específicamente el Barrio Latino, interpretó que se había vivido un proceso de elitización desde tiempo atrás, haciéndola una zona altamente demandada por los sectores acaudalados, intelectuales y artísticos. Sin embargo, se percató de la manera en que dicho barrio en los años noventa ya vivía otra etapa que se caracterizaba por la presencia del turismo de masas, que en ese momento ya superaba a los *bobos* (*bohemian bourgeois*) locales. Así, lo que nombró dicho autor, pero que alcanzó a delinear fue la manera en que los sectores que han vivido un proceso de gentrificación pueden pasar a otro estadio en el que el turismo se vuelve la actividad principal. Este fenómeno comenzó a ser estudiado en los años noventa del siglo pasado por la geografía francófona y se denominó turistificación. Ésta, según Knafo (1992), se entiende como la manera en la que un espacio se produce como un enclave turístico a partir de su dimensión física; es decir, la construcción de equipamientos, así como el nivel imaginario que consiste en generar un conjunto de representaciones que favorecen la atracción de turistas. En este sentido, las gastronomías «locales» se han convertido en un vector de atracción de turistas que se han habilitado como mediadores culturales entre los turistas y las culturas locales; así, retóricas de la autenticidad (Frigolé 2014) y la tipicidad como cualidades diferenciadoras, han devenido en recursos mercantiles para promoción turística.

En este contexto también podríamos señalar la manera en la que la gastronomía cada vez tiene un mayor peso en el fenómeno turístico. Cada vez más parece una generalidad el hecho de que dentro de los motivos de viaje, la cocina y la gastronomía destaquen entre las principales razones para llevar a cabo los desplazamientos (Medina 2017). Asimismo, desde la

mirada estatal e institucional como la Organización Mundial del Turismo (OMT), cada vez se hace más presente en los discursos y agendas la importancia de la alianza entre gastronomía y turismo como una estrategia para el desarrollo local.

Dentro de los ámbitos de beneficio que más se destacan en el ejercicio de esta alianza, desde la perspectiva estatal, sobresalen las acciones de recuperación, conservación y valorización del patrimonio culinario; el *rescate*, la transmisión y preservación de las recetas consideradas como tradicionales o con cierta *profundidad histórica*, la creación de acciones y estrategias relacionadas con la producción de alimentos; la conservación de las formas de agricultura tradicional o el establecimiento de figuras de protección de los alimentos (Armesto y Gómez 2004; Clemente *et al.* 2008). Lo anterior ha sido introyectado con eficacia como narrativa para incentivar el turismo gastronómico en México en los últimos sexenios a nivel federal y sobre todo, con la inscripción de la Cocina Tradicional Mexicana en la lista de bienes inmateriales del Patrimonio Cultural de la Humanidad ante la UNESCO, sucedida en 2010.

Desde distintas agendas (políticas, académicas, sociales), casi como consenso parece indisoluble la relación entre gastronomía y turismo en los tiempos actuales. Como se ha discutido ampliamente en el campo de la alimentación, los turistas-comensales buscan aproximarse al otro a través de una necesidad compartida y familiar tanto por turistas como por locales. Así, desde principios del nuevo milenio, se ha producido una importante transformación de la actividad turística mundial como consecuencia de la aparición y crecimiento de una demanda que busca satisfacer a un turista más interesado no solo por conocer, sino por *vivir* una experiencia de cercanía en la cultura de los lugares que visita a través de la comida.

En este sentido, asumimos que el turismo hoy en día se puede concebir como una serie de estructuras cambiantes que modifican constantemente los espacios donde se lleva a cabo. Endesor (2001) señala que actualmente debe ponerse especial atención a la praxis del turismo que favorece la experiencia que no necesariamente debe ser opuesta a la de la vida cotidiana. Por ello, la alimentación local tiene un destacado interés entre los turistas, puesto que se considera como un producto álgido en la captación de la naturaleza típica de un lugar y de sus rasgos identificativos. Sin embargo, es preciso reconocer

que la gastronomía siempre ha estado presente en el turismo y es significativa en el conjunto del fenómeno turístico, puesto que representa un tercio del gasto de viaje (OMT 2017). En este sentido, Scarpato (2002) sostiene que el engranaje entre turismo y gastronomía entreteje una multiplicidad de actores, relaciones e interacciones a partir del intercambio de un bien y que dicha actividad se ha vuelto un motor de desarrollo económico y una herramienta de comercialización en las comunidades.

Más allá de los enfoques desarrollistas catapultados por la visión estatal, cada vez se evidencia la movilización que origina dentro de los actores de las comunidades donde se lleva a cabo la actividad turística. Distintos estudios sobre la relación de la gastronomía como recurso turístico en México (Thomé y De Jesús 2020; Zuñiga 2020; Vázquez-Medina y Medina 2020) han señalado desde una mirada crítica, como la promoción de la cocina tradicional como recurso ha originado relaciones desiguales entre los actores involucrados. En este sentido, estas aproximaciones apuntan que la promoción de la cocina tradicional no sólo descontextualiza ciertas prácticas culturales para mercantillarlas con fines turísticos, sino que también favorecen relaciones de poder que alteran las dinámicas sociales de las localidades en detrimento de éstas, además de que trastoca ciertas actividades con una fuerte carga cultural a la que se le confieren nuevos valores de uso con fines turísticos.

## 5. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

Esta investigación se sustenta en la metodología cualitativa por la naturaleza del objeto de estudio, que apela a la generación de conocimiento a partir de la comprensión de los fenómenos sociales mediante la indagación en las representaciones, imaginarios y motivaciones de los diversos actores sociales. En este sentido, en enero de 2020 delineamos un diseño de investigación que planteó realizar diversas visitas a Cholula para recopilar información y construir datos para su posterior análisis.

Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la observación participante y entrevistas semiestructuradas. Respecto a la primera, cabe mencionar que consideramos registrar las dinámicas cotidianas de la zona de estudio en diversos momentos y horarios para poder registrar los tiempos y los ritmos de consumo en la entidad. En esta línea, acudimos

como comensales a diversos establecimientos a partir del conocimiento previo de Cholula. La clasificación de las unidades de análisis que utilizamos para poder organizar los hallazgos fue la siguiente:

*-Restaurantes gentrificados.* Establecimientos con una oferta gastronómica sofisticada y que recurre a marcadores como lo artesanal, ecológico u orgánicos: elementos señales reconocidos por los sectores medios que han llegado a vivir a Cholula.

*-Restaurantes turistificados.* Locales con una oferta culinaria dedicada a los paladares viajeros, ofrecen platillos de la cocina poblana y mexicana. Suelen contar con escenografías que apelan a elementos mesoamericanos, así como a características folklóricas con cromáticas atractivas para los visitantes.

En los expendios prestamos atención en la ambientación para poder identificar las características que resultan atractivas para sus clientes. Igualmente, analizamos las cartas de alimentos con la finalidad de comprender el concepto del restaurante, la narrativa apelada, los alimentos ofrecidos, así como los ingredientes utilizados. También la observación participante permitió la interacción con otros comensales, meseros, dependientes y en su caso propietarios de los restaurantes. Evidentemente, fue posible degustar los platillos y apreciar sus emplatados. La observación se complementó con la exploración de sus redes socio digitales (Facebook e Instagram) con el objetivo de entender la manera en que construye su *branding* y estrategias de mercadotecnia.

El plan de trabajo original se truncó debido a la emergencia sanitaria que vivía el mundo. Por lo tanto, solamente nos fue posible realizar un par de visitas durante enero y comienzos del mes de marzo de 2020. Fue hasta marzo y abril del 2021 que existieron condiciones adecuadas para retomar el trabajo de campo, aunque los efectos de la pandemia se apreciaron en el cierre de restaurantes, así como en la parcial apertura de establecimientos en San Andrés Cholula y la restricción de comida *in situ* y solo el servicio para llevar que privaba en San Pedro.

Además, se recurrió a la entrevista como una técnica de investigación que permitió la interacción con los sujetos analizados. En este contexto, a partir del conocimiento previo con el que se contaba del ámbito

de estudio, se eligieron a 8 entrevistados. La selección se generó por bola de nieve a través del muestreo por conveniencia según el papel de incidencia en el objeto de estudio. Los interlocutores fueron clasificados de la siguiente manera: cocineros que trabajan en puntos de venta en la zona (2), ex funcionarios municipales relacionados con el turismo (1) y la promoción de la cultura (1), académicos (2) y promotores de la gastronomía tradicional y el turismo (1), así como a habitantes de la localidad que llegaron a vivir allí de manera reciente (1). De esta manera, se logró captar las diversas maneras de entender el paisaje gastronómico y sus transformaciones.

El trabajo de campo tuvo dificultades debido a la emergencia sanitaria de la pandemia generada por el Coronavirus, dicha situación nos impidió realizar las aproximaciones *in situ* que se habían programado. Además, en el transcurso de la cuarentena fueron ocurriendo diversas situaciones como la implementación de regulaciones para los establecimientos de comida que implicaron nuevos fenómenos como el *delivery*, así como el cierre de diversos establecimientos que no soportaron la crisis económica derivada. En ese sentido, el proceso de realización de las entrevistas resultó más complicado de lo habitual, debido a que por la situación sanitaria nos resultó imprescindible efectuar los encuentros mediante llamada telefónica y vídeo llamada. Finalmente, las entrevistas fueron transcritas y posteriormente analizadas a través de los ejes analíticos que guiaron este trabajo.

## 6. SAN PEDRO CHOLULA Y EL IMAGINARIO GASTRONÓMICO DE LA TRADICIÓN Y EL PATRIMONIO

A partir de la intervención estatal en San Pedro con la declaratoria como Zona de Monumentos Arqueológicos en la década de los noventa, que integró no solamente la pirámide, sino también el primer cuadro que comprende La Plaza de la Concordia (el zócalo) y su zona circunvecina, la arquitectura colonial se ha podido preservar de manera adecuada. Las regulaciones mediadas por la intervención del Estado han sido, en cierta medida, acatadas por la iniciativa privada que ha capitalizado sus intereses hacia el turismo en esta zona y ha entrado en sinergia con otras iniciativas estatales para la captación de visitantes.

La atmósfera creada por la arquitectura urbanística, los monumentos históricos, la zona arqueológica, los edificios religiosos como el exconvento de San Gabriel, la arquería que conforman los portales en la Plaza de la Concordia y los puntos neurálgicos de reunión y aprovisionamiento como el mercado municipal y el zócalo, han creado un entorno turístico propicio para construir una narrativa que utiliza las retóricas de la autenticidad, la tipicidad y la ancestralidad, para promover la localidad como un destino de interés para el turismo cultural-experiencial en las remanencias arquitectónicas del México antiguo.

En este sentido, a pesar de no ser una generalidad, en la oferta gastronómica que se dispone en este sector sobresale la intención de promover la «mexicanidad» con fines turísticos a través de las propuestas gastronómicas, tal y cómo refirió un emprendedor gastronómico y chef repostero de uno de los corporativos que poseen dos de los restaurantes más frecuentados por los turistas gracias su cercanía con la zona arqueológica, apunta sobre Ciudad Sagrada:

Es un restaurante 100% turístico por su ubicación, que está debajo de la pirámide. Pero también es un restaurante que de manera local, ha tenido una trayectoria de cinco años; entonces cuando yo trato de vender un producto, pienso ¿qué es lo que el turista requiere o busca cuando hace un viaje a México? Luego, a Puebla y luego específicamente a Cholula ¿no? Entonces dentro de esta parte, trato de rescatar sabores que sean totalmente locales y eso nos lleva a sabores de temporada también.

Debido a la cercanía entre las distintas atracciones turísticas de la entidad, las vías de acceso que las comunican han habilitado un corredor con una amplia oferta gastronómica que pretende satisfacer la alimentación de los turistas, y que presenció un aumento drástico de estos últimos a partir del polémico nombramiento como Pueblo Mágico en el 2012<sup>4</sup>. En este sentido, una académica de raíces

cholultecas especializada en estudios socioterritoriales de la alimentación, afirma que a partir del incremento en la afluencia de turistas, la propuesta culinaria se amplió en cuanto a su disponibilidad y accesibilidad, y aunque sostiene que también se ha incrementado la oferta de otros tipos de comida:

Se dieron cuenta que la comida era algo que también se podría convertir en un marcador que se les podría vender a los turistas y aunque siempre ha habido la oferta de antojitos<sup>5</sup>, de repente empezó a incrementarse.

A pesar de compartir dicha distinción con San Andrés, la promoción turístico-gastronómica de San Pedro ha privilegiado la puesta en valor de la tradición, sobre todo, desde la lógica patrimonial tal y cómo lo marcan las directrices de dicho programa. Lo anterior ha favorecido la creación de un imaginario turístico que apela a la ancestralidad del entorno en un intento de relacionarlo con la «autenticidad» de la inmersión en la visita a la localidad. Por ejemplo, en un estudio llevado a cabo por Ramírez y Yañez (2020) sobre el marketing de San Pedro como destino turístico, se afirma que uno de los principales motivos para visitar el municipio tiene que ver con la curiosidad por conocer «la historia y las tradiciones» de la localidad.

En materia gastronómica, el discurso anterior encontró la perfecta cuadratura con la puesta en valor de las cocinas tradicionales como patrimonio de la humanidad. A partir de su inscripción ante la UNESCO como parte de los bienes intangibles del Patrimonio Cultural de la Humanidad en 2010, la Cocina Tradicional Mexicana se ha convertido en un eficiente recurso turístico en su inflexión cultural que ha sido apropiado desde distintas instancias del Estado y la Iniciativa Privada para atraer visitantes al país, en el caso de turistas internacionales, y para favorecer el desplazamiento doméstico, en el interior del país por turistas nacionales.

El caso de San Pedro no escapa a ello: la oferta gastronómica que se encuentra en las calles y corredores que comprenden la demarcación del

4 La controversia de dicho nombramiento, según Fernández Poncela (2015) radica en que la localidad hace una excepción a la normativa en el número máximo de habitantes por población requerido en el programa, y por los tensiones políticas suscitadas por la iniciativa de la candidatura a

dicho nombramiento.

5 Se denominan antojitos a preparaciones diversas que tienen como base masa de maíz generalmente frita y que pueden ser consumidos a cualquier hora del día como aperitivo, o bien, como platillos únicos de fácil acceso.

Pueblo Mágico ofrece en su mayoría comida mexicana en sus variedades regionales donde se busca resaltar la autenticidad y tradicionalidad como valor de uso en dicha oferta. A pesar de que podemos hablar de una propuesta culinaria diversa y amplia que cada vez más incorpora cocinas e influencias extranjeras como restaurantes de cocina asiática, norteamericana o cocina fusión, es evidente el proceso de traducción cultural de dichos establecimientos que se adapta a los cánones estéticos y urbanísticos de la localidad y que sirve para poder caracterizar su paisaje alimentario con miras al consumo turístico.

Dicho fenómeno es mayoritariamente perceptible en aquellos restaurantes que se encuentran en el zócalo y que son recomendados en las guías de promoción que provee el municipio. En los menús que son promovidos como «tradicionales» y que están dirigidos al mercado turístico, se puede apreciar casi como una generalidad la oferta de comida poblana como el mole, o los chiles en nogada, que confluyen en una suerte de pastiche que superpone también platillos de la cocina popular nacional. Tal es el caso del restaurante Mesón Garibaldi, que es una de las primeras opciones que proveen los guías turísticos habilitados por el ayuntamiento cuando se pregunta por un restaurante de cocina tradicional. Dispuesto en un punto estratégico en la colindancia del Zócalo, el restaurante ofrece un amplio menú bajo el concepto de «comida típica poblana». Dentro de las opciones sobresalen platillos festivos como el *mole*, y los *chiles en nogada*<sup>6</sup> que han sido destemporalizados y descontextualizados de sus entornos y ocasiones de consumo originales para ofrecerlos en la carta permanente del establecimiento. Estas preparaciones coexisten con antojitos típicos de la ciudad de Puebla, y otros platillos de la cocina popular nacional.

El caso anterior es especialmente ilustrativo para analizar también el fenómeno de apropiación de platillos originarios de la capital poblana para

6 Tanto el mole (un estofado hecho a base de una mezcla de chiles, condimentos y frutos secos), como los chiles en nogada (chiles rellenos de un picadillo de carne molida con frutas que son bañadas en una salsa de nuez) forman parte del imaginario colectivo sobre el repertorio de la cocina nacional que son consumidos en ocasiones festivas y/o temporadas específicas por la cosecha de ingredientes que llevan en su preparación.

ofrecerlos como comida local a los visitantes. Tal y cómo refirieron algunos de nuestros interlocutores, pareciera que la cocina cholulteca<sup>7</sup> se ha relegado para dar paso a platillos del repertorio poblano y así captar mayor cantidad de comensales.

Lo anterior podría obedecer, por un lado, a la amplia difusión y posicionamiento de la gastronomía tradicional poblana dentro de la promoción turística a escalas nacional e internacional; y por otro, al discurso sobre la cocina patrimonial que ha encauzado algunas de las preparaciones de la ciudad de Puebla como estandartes del nacionalismo culinario. Y es que uno de los aspectos más interesantes de la promoción turística de las cocinas que se han patrimonializado, es la plasticidad en los criterios de selección sobre los platillos que se quieren promover y los usos que se le quieren dar (Espeitx 2004).

Para el caso de San Pedro, es de notar que lo anterior no se queda contenido solo en los menús de los restaurantes que buscan captar turistas como comensales. Algunos de nuestros interlocutores señalaron, por ejemplo, que la apropiación de los platillos poblanos ha sido motivo de ferias y encuentros que se han llevado a cabo en varias ediciones en el zócalo de San Pedro, como los festivales del chile en nogada, de molotes y de atoles tradicionales.

Además del efecto inmediato de la derrama económica por dichos eventos, la persistencia de este tipo de encuentros ha contribuido a modificar la oferta culinaria, incluso en puntos importantísimos de irradiación culinaria como el mercado municipal. Por ejemplo, como lo menciona la informante antes mencionada:

Se ha modificado la oferta en el mercado; ahora hay cosas como los molotes que antes no veías, pero que empezaron a vender después de las ferias como la famosa feria del molote cholulteca, como con la intención de volverlo una atracción. También se puede ver que el precio de la comida ha subido por lo mismo, pero no en toda la zona de la comida, es más como la de los antojitos.

7 A diferencia de la cocina originaria de la ciudad de Puebla que da cuenta del mestizaje culinario a partir del encuentro de los pueblos mesoamericanos con el mundo europeo, la cocina cholulteca conserva en sus bases la tradición de las cocinas mesoamericanas.

A pesar de que podemos distinguir este tipo de iniciativas, dentro del paisaje gastronómico de San Pedro, podemos reconocer también propuestas novedosas alejadas del discurso turístico que más bien, intentan captar paladares cosmopolitas con restaurantes especializados en cocinas internacionales y de vanguardia que empiezan a ensamblar un paisaje alimentario yuxtapuesto que diversifica la oferta por un lado, pero que también hace evidente la intención de estatizar el paisaje gastronómico para poder capitalizarlo con fines turísticos en la zona que comprende la demarcación del Pueblo Mágico y que congrega la mayor cantidad de turistas. Sin embargo, lo anterior también hace evidente la marcada frontera con los procesos sociales circunscritos a la alimentación que tienen cabida en la realidad de San Andrés, y que evidencian los pulsos distintos propios de la frontera alimentaria perceptible entre ambos municipios.

## 7. SAN ANDRÉS CHOLULA: GENTRIFICACIÓN Y COSMOPOLITISMO CULINARIO

Ya mencionamos que San Andrés Cholula se ha caracterizado por un tipo de flexibilidad social y territorial que le ha permitido vivir diversas transformaciones impulsadas por la expansión urbana de la ciudad de Puebla, así como por la instalación de la UDLAP. De este modo, el emplazamiento de nuevos habitantes cosmopolitas y sectores de clases medias ciudadinas han ido generando un progresivo cambio en diversas dimensiones, aunque las que se analizan aquí son las vinculadas con la gastronomía.

En esta línea, cabe resaltar la manera en que San Andrés Cholula se ha convertido en un clúster gastronómico de suma importancia para la región metropolitana de Puebla; la cuarta en relevancia nacional. En San Andrés progresivamente se han instalado negocios de alimentos disruptivos con lo local y que apuntan a un tipo de consumidor especializado. Los motivos se pueden explicar a través de tres elementos en el desarrollo de la industria restaurantera del caso de estudio. Primero, la diversidad social que existe en San Andrés Cholula, a partir de la llegada de un nutrido grupo de habitantes vinculados con las actividades académicas de la UDLAP y seguidamente de otras universidades privadas que se fueron instalando en los alrededores. Al respecto, una ex funcionaria municipal y cronista comentó lo siguiente:

El cambio de San Andrés se da a partir del asentamiento de la Universidad de las Américas, es el primer cambio que surge ahí. Empiezan, obviamente, a llegar profesores, estudiantes y eso trae una derrama económica dentro de la comunidad. Y, posteriormente, con la expropiación de las tierras ejidales pues trae más cambios.

La última frase del testimonio apunta al fenómeno de la llegada de nuevos habitantes provenientes de la ciudad Puebla que encontraron en los antiguos terrenos ejidales de San Andrés una opción para hipotecarse a un precio relativamente accesible y con una mayor superficie de suelo construido. Dichos sectores de clases medias han recurrido a una *gated community* que, entre otras cosas, ofrece estatus y seguridad.

Segundo, en este contexto, la existencia de una demanda de ciertas pautas de consumo de los nuevos habitantes, específicamente aquellas vinculadas con la gastronomía y que trascendieron la oferta regional por la presencia de los foráneos. Muestra de ello la refiere un cocinero y empresario gastronómico:

De cierta manera había un *chorro de chavos* que habían viajado, que habían comido en muchos lugares o los papás, y mucha gente se empezó a quedar acá y creo que eso ayudó mucho, sobre todo en Cholula. Yo creo que la UDLAP también es algo importante porque llegan todos los extranjeros, él único lugar donde veías extranjeros.

La referencia muestra la manera en que el capital económico y simbólico resulta importante en las pautas de consumo de sectores medios y altos, quienes en su lugar de residencia consideran importante la existencia de negocios gastronómicos con ciertos marcadores culinarios que les permiten recrear y estar cerca de referencias cosmopolitas. De este modo, la presencia de este tipo de establecimientos cumpliría, siguiendo a Authier (2007), dos funciones; por un lado, particular ya que los nuevos habitantes valoran la accesibilidad a los nuevos comercios; por otro lado, general puesto que además de ofrecer sus servicios a los vecinos, trasciende lo local para enfocarse también en otros segmentos como los turistas.

Tres, el emprendedurismo por parte de algunos inversionistas y cocineros, así como los nuevos vecinos, quienes entendieron que en San Andrés existía un alto potencial para desarrollar negocios de restauración. Véase el siguiente testimonio del entrevistado anterior quien, por cierto, pasó una larga temporada laborando en España:

Hace 17 años, era como muy irreverente, la verdad es que si llegamos ahí a hacer cosas muy diferentes ¿no? Y a la gente le gustó ¿Quiénes nos empezaron a visitar? Pues toda la gente, la gente llegaba a Intro y decía «estos mejillones saben igual que cuando vivía en Bélgica» «No, este guisado tailandés me acuerdo igualito de cuando me fui de luna de miel con mi esposa» como que eso fue lo que hicimos, eso le empezó a gustar a la gente y, o sea, fue el primer lugar donde servíamos un Martini Cosmopolitan o un Martini, un straight Martini, tratamos de hacer, hacíamos ahí Negroni. Imagínate, ¡hace 17 años!

La existencia de una demanda de restaurantes dirigido a las clases creativas que llegaron a residir en San Andrés Cholula propició la instalación de apuestas arriesgadas por parte de empresarios restauranteros, quienes introdujeron platillos de carácter internacional evidenciando los procesos de movilidad global. Todo ello ocurrió en un ambiente relajado, que además sirvió como un laboratorio de propuestas culinarias que comenzaron a mezclar elementos internacionales con la gastronomía mexicana. Al respecto cabe recordar a Zukin *et al.* (2017), quienes sostienen que en sectores gentrificados los restaurantes suelen ser incubadoras de cocinas auténticas presentadas de manera sofisticada, que además generan una importante atracción de los medios de comunicación masivos.

En este sentido, ha ocurrido una aparición de establecimientos de comida que han configurado un complejo paisaje gastronómico que se define por diversos elementos como la internacionalización de las propuestas gastronómicas. Así es posible identificar comedores como el Ocho30, el cual se define como un restaurante urbano y en su menú dispone de una propuesta ecléctica que van desde platillos como las patatas bravas y el pan con tomate, propias de la cocina española; rollos primavera y sopa thai, originarios de la cocina asiática; falafel y lahmacun, provenientes de Oriente Medio, por mencionar

algunos. Esta variedad de platos se complementa con comida de cocinas regionales mexicanas como las tlayudas o los esquites. El mencionado restaurante se podría pensar como un aleph gastronómico en el que es posible encontrar comidas del mundo que resultan atractivas para sectores de urbanitas cosmopolitas que han podido degustarlas en otras latitudes.

De esta manera, Ocho30 y otros establecimientos del estilo contribuyen, en palabras de Sbicca (2018), a explotar el simbolismo que codifica a barrios y, en este caso, municipios como destinos cosmopolitas en los que es posible experimentar experiencias gastronómicas, así como culturales. El ambiente de Ocho30 apela a este tipo de señales, ya que se estableció en una antigua y típica casa cholulteca, aprovechándose del extenso patio que cuenta con un enorme naranjo, dotándolo de un cierto ambiente campirano. La fachada fue intervenida, para dejar la mampostería a la vista y conferirle mayor *autenticidad*. Mientras que el mobiliario resulta de una colección de objetos desahuciados que su propietaria (una diseñadora) rehabilitó, el establecimiento ofrece una decoración que se podría denominar *vintage* y que muestra el gusto de la clase media urbana por este tipo de decoración que retorna a la estética de la originalidad, en contraste con la masa dominante (Lütke y Jäger 2021).

Otra modalidad de restaurante localizado en San Andrés Cholula es aquel que apela a características vinculadas con lo ecológico y sustentable, elementos que suelen ser valorados por ciertos sectores de clases medias. Un ejemplo es Recaudo, se define como un restaurante de comida orgánica y vegana, el cual tiene la particularidad de ofrecer únicamente platillos elaborados con materia prima disponible según las estaciones del año. Además, cuentan con una estricta selección de alimentos de pequeños productores localizados en comunidades cercanas del Estado de Puebla. De esta manera, según su política, apoyan la disminución del impacto ambiental. Todos estos elementos coinciden con los resultados de la investigación de Lütke y Jäger (2021), quienes mostraron que en las preferencias de ciertos sectores de consumidores se hallan las cuestiones de salud, así como las valoraciones éticas. Éstas resultan de las más relevantes en sus elecciones de restaurantes y definen sus valores culinarios.

Su menú ofrece platillos diversos que contienen elementos mexicanos como internacionales, aunque no al nivel del restaurante anterior. Ofrecen tapas, tacos, emparedados, ensaladas en los que se utilizan alimentos como hummus, jengibre o reducción de

balsámico, aunque también usan maíces criollos. Aquí más que recurrir a una comida cosmopolita se apuesta por una comida natural, vegana y sustentable; siendo sus principales elementos de diferenciación. El escenario del restaurante también se emplaza en una antigua casa del poblado, en la que se aprovechó el traspacio para colocar la zona de cocina y comida. La decoración corresponde a sillas y mesas de tipo rústico y en sus paredes funcionan como galería de pinturas que están a la venta. Una cosa a destacar es que es un sitio *petfriendly*, una cuestión importante para algunos sectores medios que cada vez más reclaman lugares a los que puedan acudir con sus mascotas, siendo un factor decisivo en la elección de sus lugares de consumo.

También existen establecimientos que recurren a productos alimentarios que en los últimos años se han vuelto de moda en la ingesta y consumo de los sectores sibaritas, en este caso la cerveza artesanal. San Andrés Cholula se ha vuelto un enclave cervecero, ya que se han instalado allí varias fábricas de esta bebida e incluso hay un tour que las visita. Esta situación se explica por la existencia de una alta demanda de este producto que a través de sus procesos artesanales busca diferenciarse de sus pares industrializadas; una cuestión ampliamente valorada por ciertos sectores sociales, quienes tienen están dispuestos y en posibilidades de desembolsar el doble o triple de lo que pagan por una cerveza convencional. La Cervecería Cholula es una muestra de estos establecimientos que confeccionan su propia cerveza, recurriendo a variedades como stout y pale ale. Constantemente realizan colaboraciones con otros cocineros y cerveceros que culminan en ediciones especiales de cervezas que mezclan café y chocolate, o bien, tocino y café. En este sentido, las cervezas artesanas son indicadores materiales y culturales que movilizan mediadores técnicos y simbólicos, que buscan la distinción e identificación de los consumidores (Kaderian, 2018).

El establecimiento además de expender bebidas muestra al público el proceso de confección de la cerveza, para lo cual los socios (egresados de la UDLAP) construyeron en un terreno yermo una factoría. Además se añadió una zona de comida que tiene vista a la fábrica y una amplia terraza multifuncional, que sirve como zona de juegos de párvulos, alberga conciertos y los fines de semana se convierte en el escenario de un bazar de productores artesanales. Por lo que queda claro que establecimientos como este satisfacen

diversas demandas de los pobladores jóvenes, ya sean solteros o familias, que están vinculadas con la alimentación, la cultura y el ocio.

La exploración sobre los restaurantes examinados muestra, retomando a Mansilla *et al.* (2021), la manera en que la gastronomía tiene un papel central en los fenómenos contemporáneos, influyendo en las tendencias actuales que se desplazan hacia lo artesanal-auténtico y se alejan de lo convencional. Tanto empresarios, cocineros y comensales apuestan por los nuevos gustos urbanos enfocados en lo ecológico, sofisticado e internacional, elementos propios del neoliberalismo en los que de fondo está la distinción.

## 8. REFLEXIONES FINALES: LA FRONTERA GASTRONÓMICA DE CHOLULA, ENTRE LA HOMOGENEIZACIÓN Y LA HETEROGENEIZACIÓN DE LA OFERTA CULINARIA

Dentro de la denominada *modernidad alimentaria* se ha evidenciado que la alimentación contemporánea está condicionada en múltiples dimensiones por los procesos sociales propios de la globalización que tienen que ver con los flujos de personas, de mercancías y de información que componen las sociedades actuales. En este sentido, resulta relevante comprender que los fenómenos relacionados con la (in)movilidad humana propios del sistema global, articulan también nuevas fronteras alimentarias que favorecen particularismos alimentarios que estructuran a su vez, los paisajes gastronómicos contemporáneos; y es que tal y como argumenta Appadurai (2001), la intensificación de dichos flujos ha provocado la yuxtaposición de paisajes que ayudan a dilucidar de manera más amplia, el entramado de las sociedades hoy en día.

El caso de Cholula complejiza aún más esta mirada. La articulación de los paisajes gastronómicos expresados en la oferta culinaria evidencia también la conformación de una frontera gastronómica que marca tiempos y ritmos diferenciados en cuanto a la oferta y el consumo en San Andrés y San Pedro. De esta manera, Cholula se puede asumir como un locus que ensambla diferentes tipos de paisajes gastronómicos que están mediados por una frontera impuesta por los procesos e intereses urbanísticos, políticos y socioeconómicos sucedidos en cada municipio.

En este marco, se puede argumentar que existe el sentido disyuntivo de la frontera (Valenzuela 2014); es decir, la manera en que estos dispositivos tien-

den a la separación y fragmentación de dos o más elementos territoriales. De este modo la frontera alimentaria de Cholula no solo marca una suerte de asincronía en la oferta culinaria, sino que también vislumbra fenómenos dicotómicos que condicionan el paisaje alimentario en cada uno de los municipios que la componen. En San Pedro está presente un proceso de turistificación alimentaria que tiende a homogeneizar la oferta culinaria para que se adecue a las narrativas de promoción turística, resaltando los valores de uso de la tradición, la tipicidad y la ancestralidad. A esta tríada se recurre desde narrativas y posiciones institucionales vinculadas con la promoción turística, teniendo como uno de sus principales efectos la tendencia a la estatización y homogeneización del paisaje gastronómico sampe-drino, suprimiendo la escala local y apelando a los imaginarios gastronómicos poblanos.

Mientras que en San Andrés ocurre un fenómeno diferente, caracterizado por la heterogeneización en la oferta culinaria. Este es el componente principal del paisaje gastronómico que se apega a los discursos de imaginarios vinculados con la modernidad y el cosmopolitismo presente en el municipio. La oferta culinaria innovadora ha llevado a que se conforme un clúster gastronómico que es el resultado de los procesos de transformación urbanística de sanandresano.

Evidenciar la existencia de una frontera que es visible gracias a la caracterización de la oferta de alimentos, permite también definir sus particularidades. Como cualquier zona de contacto cultural fronterizo, la frontera alimentaria de Cholula es dinámica, porosa y está sometida a múltiples condicionantes que tienen que ver con diversas interacciones sociales y gastronómicas, este fenómeno muestra la dimensión conjuntiva de la frontera (Valenzuela 2014).

A este respecto, en San Pedro y San Andrés existe un paisaje gastronómico diferenciado: el primero es reclamado por los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Puebla y el segundo por los nuevos habitantes cholultecas, así como por sectores medios urbanitas del área metropolitana. Sin embargo, la evidencia de diversas investigaciones (Judd, 2003) muestran la manera en que cada vez los procesos de turistificación y gentrificación son más complicados de diferenciar, ya que comparten interrelaciones como que son protagonizados por sectores de ingresos medios y

se definen por una pautas de consumo parecidas. En el caso de Cholula, creemos que sí existe diferencia en el tipo de público que asiste a uno u otro spot alimentario, pero finalmente la vecindad entre San Andrés y San Pedro genera que la experiencia y la visita tenga la posibilidad de resultar complementaria. De este modo, no parece descabellado que cualquier habitante o turista pueda comer en una misma visita en ambos municipios o alterne su recorrido con atractivos turísticos y degustaciones. Finalmente, ese fue el objetivo de convertir a ambos municipios en un Pueblo Mágico en el que se apela a la segmentación y diversificación de públicos.

El caso de Cholula nos permite repensar las complejas nociones de frontera gastronómica en una lógica que va más allá de la mera contención territorial para entenderla y problematizarla como un marcador de consumo impuesto que está condicionado por procesos políticos, sociales y económicos que determinan la oferta de alimentos.

## 9. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Armesto López, Xosé Antón y Belén Gómez Martín. 2004. «Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local. El caso del Priorat». *Cuadernos Geográficos* 34 (1): 83-94.
- Ayora, Steffan I. 2018. «Cocina, gastronomía y modernidad. Hacia una definición de lo gastronómico». *Diario de Campo* 4(2): 6-14. Disponible en: <[https://mediateca.inah.gob.mx/islandora\\_74/islandora/object/articulo:17099](https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/articulo:17099)>.
- Altés, Carmen. 2008. *Turismo y desarrollo en México. Nota Sectorial*. México: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Appadurai, Arjun. 1988. «How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India». *Comparative Studies in Society and History* 30(1): 3-24.
- Appadurai, Arjun. 2001. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo: Fondo de Cultura Económica.
- Bertrán, Miriam. 2005. *Cambio Alimentario e identidad de los indígenas mexicanos*. Ciudad de México: UNAM
- Calvo, Manuel. 1982. «Migration et alimentation». *Social Science Information* 2(3): 283-446.
- Edensor, Tim. 2001. «Performing Tourism, Staging Tourism. (Re) producing Tourist Space and Practice». *Tourist Studies* 1(1): 59-81. doi: <<https://doi.org/10.1177/146879760100100104>>.
- Espeitx, Elena. 2004. «Patrimonio alimentario y turismo. Una relación singular». *Pasos* 2(2): 193-213. Disponible en: <<http://www.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>>.
- Frigolé, Joan. 2014. «Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado». *ÉNDOXA: Series Filosóficas* 33: 37-60.

- García, Matt, Don Mitchell y Melanie Dupuis (eds.). 2017. *Food Across Borders in the United States*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Gonçalves, Renata, Marcelo Matos y Ana Machado. (2020). «El movimiento *slow food* en el contexto del turismo enogastronómico». *Estudios y Perspectivas en Turismo* 29: 369-389.
- González, Sara. 2018. «La “gourmetización” de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales». *Boletín Ecos* 43: 13-25. Disponible en: <<https://eprints.whiterose.ac.uk/144080/>>.
- Hayden, Tiana B. 2020. «Street Food as Infrastructure: Consumer Mobility, Vendor Removability and Food Security in Mexico City». *Food Culture and Society* 24(1): 98-111. doi: <<https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1859920>>.
- Hayden, Tiana B. y Dhan Zunino. 2021. «Food and Mobility». *The Journal of Transport History* 41(2): 278-288. doi: <<https://doi.org/10.1177/0022526620916889>>.
- Hernández, Adrián. 2017. «Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa.» *Iztapalapa* 83(38): 165-18. Disponible en: <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/40/54>.
- Hernández, Adrián y Stoyanka Andeeva. (2016). «¿Mercados, museos o malls? La gentrificación de los mercados municipales en Barcelona y Madrid». *EntreDiversidades* 6: 143-173. doi: <<https://doi.org/10.31644/ED.6.2016.a05>>.
- Judd, Dennis. 2003. «El turismo urbano y la geografía de la ciudad». *Eure* 29(87): 51-62. Disponible en: <<https://scielo.conicyt.cl/pdf/eure/v29n87/art04.pdf>>.
- Kaderian, Santiago. 2018. «Lo artesanal como mediación técnica y simbólica. Cultura, identidad local y aprendizaje en la cerveza artesanal de Bariloche, Argentina». *Rivar* 5(15): 39-63. Disponible en: <[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/102316/CONICET\\_Digital\\_Nro.67a8f694-411a-497d-aac4-91b9265bc877\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/102316/CONICET_Digital_Nro.67a8f694-411a-497d-aac4-91b9265bc877_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y)>.
- Knafou, Rémy. 1996. «L’invention du tourisme», en Antoine Bailly, Robert Ferras y Denisse Pumain (coords.), *Encyclopédie de Géographie*: 827-844. París: Económica.
- Lütke, Petra y Eva Jäger. 2021. «Food Consumption in Cologne Ehrenfeld: Gentrification through Gastrofication?». *Urban Science* 5(1): 1-19. doi: <<https://doi.org/10.3390/urbansci5010026>>.
- Mansilla, José, Stoyanja Andreeva y Adrián Hernández. 2021. «Un rollo muy hípster. Turismo, consumo y mercados de acumulación simbólica». *Cuadernos Geográficos* 60(1): 54-79. doi: <<https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13719>>.
- Mata, Carolina. 2019. *Más allá del rasgo: identidad étnica y prácticas alimentarias en contextos de movilidad. El caso de familias nahuas en Ensenada B.C.* Tesis doctoral. Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Matta Raúl. 2016. «Recipes for crossing boundaries: Peruvian fusion», en Igor Ayora (ed.), *Cooking Technology. Transformations in Culinary Practice in Mexico and Latin America*: 139-152. Londres: Bloomsbury Academics.
- Matta, Raúl. 2013. «Valuing Native Eating: The Modern Roots of Peruvian Food Heritage». *Anthropology of food* 8. doi: <<https://doi.org/10.4000/aof.7361>>.
- Matus, Maximino. 2012. «La fragmentación de las fronteras nacionales y el reensamblaje de los paisajes alimentarios : de los alimentos mexicanos en EUA a la comida internacional en México». *Ideas* 3. Disponible en: <<https://journals.openedition.org/ideas/511>>.
- Medina, F. Xavier. 2017. «Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística». *Anales de Antropología* 51(2): 106-113.
- Muñoz, Francesc. 2010. «Los paisajes del transumer. El orden visual del consumo en tránsito». *Enrahonar* 45: 107-121. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3677016>>.
- Murcott, Anne. 1996. «Food as an Expression of a National Identity», en Gustavsson, Sverker y Leif Lewin (eds.), *The future of the Nation State*: 21-38. Estocolmo: Routledge.
- Organización Mundial de Turismo. 2017. *Segundo informe de la OMT sobre turismo gastronómico*. San Sebastián: OMT.
- Ramírez, Laura Mayela y Alicia Lucrecia Yañez. 2020. «El marketing de destino. Percepción del municipio de San Pedro Cholula, Puebla como destino turístico». *Invirnus. Revista de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla*, 15(1): 13-19.
- Parasecoli, Fabio. 2014. «Food, Identity, and Cultural Reproduction in Immigrant Communities». *Social Research* 81(2): 415-439.
- Roseberry, W. 1996. «The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States». *American Anthropologist* 98(4): 762-777.
- Sbicca, Joshua. 2018. «Alimentación, gentrificación y transformaciones urbanas», en Sbicca, J., J. González, G. Ramos y R. Espelt (coords.), *Gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria*: 5-12. Madrid: Fuhem.
- Slater, Tom. 2011. «Gentrification of the City», en Bridge, Gary y Sophie Watson (eds.), *The New Blackwell Companion to the City*: 571-585. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Smith, Neil. 1996. *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. Londres: Routledge.
- Thomé-Ortiz, Humberto y Daniel de Jesús Contreras. 2019. «Traditional Mexican Cuisine and Tourism: New Meanings of Heritage Cuisine and its Sociocultural Implications», en Henriques, C., M. C. Moreira, y P. A. B. César (eds.), *Tourism and History: World Heritage—Case Studies of Ibero-American Space*: 502-521. Braga: Interdisciplinary Centre of Social Sciences, Unive.
- Valenzuela, José (ed.). 2014. «Transfronteras y límites liminales», en *Transfronteras: fronteras del mundo y procesos culturales*: 17-44. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.

- Vázquez-Medina, José Antonio y F. Xavier Medina. 2020. «Traditional Mexican Cuisine. Heritage Implications for Food Tourism Promotion». *Journal of Gastronomy and Tourism* 4: 239-250.
- Vázquez-Medina, José Antonio. 2016. *Cocina, nostalgia y etnicidad en restaurantes mexicanos de Estados Unidos*. Colección Ars Alimentaria. Barcelona: Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Vázquez-Medina, José Antonio, Adrián Hernández-Cordero, Sofía Lagos y Francisco Rangel-Trujillo. 2020. «Alimentación y Gentrificación en Santa María La Ribera». *Estudios Sociales* 30(55). Disponible en: <<https://www.ciad.mx/estudiosociales/index.php/es/article/view/838>>.
- Vizcarra, Ivonne. 2002. *Entre el taco mazahua y el mundo— la comida de las relaciones de poder, resistencia e identidades*. Toluca: UAEMEX.
- Wilk, Richard. 1999. «Real Belizean Food: Building Local Identity in the Transnational Caribbean». *American Anthropologist* 101(2): 244-255.
- Zukin, Sharon, Scarlett Lindeman y Laurie Hurson. 2017. «The Omnivore's Neighborhood? Online Restaurant Reviews, Race, and Gentrification». *Journal of Consumer Culture* 17(3): 459-479. Disponible en: <<https://www/journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1469540515611203>>.
- Zuñiga, Federico. 2020. «Patrimonialización, políticas públicas y turismo: las cocinas tradicionales en México, gestión y puesta en valor». *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*. 36(2): 177-96. Disponible en: <<https://raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/382192>>.