

Nuestra Sazón

Cómo la tecnología repercute en la difusión cultural de la Gastronomía

Giuseepee Diego Velázquez Rivera¹

1 Investigador independiente, Ciudad de México. Licenciado en Gastronomía por la Universidad del Claustro de Sor Juana.
giuseepeerivera@gmail.com

Cuando se habla de Gastronomía, debe dejarse en claro que ésta es un reflejo de la cultura en la que se desarrolla, es decir, para que se dé la asociación o el entendimiento de lo que es la Gastronomía de una región o país en específico se debe tener en claro que se va construyendo, o va adquiriendo sus elementos característicos mediante la implementación de los usos y costumbres de la cultura donde se genera.

Tomando en cuenta lo anterior, debe llevarse a cabo un proceso de difusión cultural permanente, entendiendo que éste: "... es la promoción de las actividades artísticas y manifestaciones culturales, entre otros eventos, que contribuyen al desarrollo humano y social" (Centro Universitario de los Altos, 2023). Así, al difundir la Gastronomía igualmente se promueve la cultura de la región, por lo que se debe remarcar cuáles son los diferentes elementos que envuelven a la Gastronomía ya que ésta va más allá del solo acto de cocinar. "La gastronomía es la disciplina que estudia la relación entre la cultura y la comida durante un período de tiempo determinado. El término nace de la unión de dos palabras griegas: *gastros* (estómago) y *nomos* (conocimiento)" (Muzeum Gastronomie, s/f).

Es decir, cuestiones como lo pueden ser las técnicas de cultivo, los medios de transporte de los alimentos o los usos y costumbres que la población sigue para llevar a cabo su consumo de alimentos, forman parte de todo lo que envuelve al mundo gastronómico; por ello la difusión cultural se vuelve parte importante, ya que ésta se encargará de transmitir, promocionar y preservar los elementos culturales que comprenden la Gastronomía, dado que: "... en el desarrollo de los diversos eventos culturales se incluye la difusión del patrimonio cultural de la región para enriquecer la identidad local y regional, y la preservación del mismo" (Centro Universitario de los Altos, 2023).

Cuando se analizan planteamientos como el anterior, se denota que los actores encargados de realizar la difusión cultural tienen en sus manos la responsabilidad de que ésta se transmita de manera correcta o en su defecto, pueda llegar a ser errónea; otro elemento que influye en tal proceso es el canal empleado, ya que debido a las nuevas tecnologías, puede encontrarse una gran cantidad de información en redes, lo que plantea el problema de una cantidad masiva de oferta, dando como resultado que no toda la información procederá de fuentes confiables.

Esto puede generar una deformación de la cultura, puesto que: "... el acceso sin control, el anonimato y la falta de regulación para publicar en Internet; causa que los contenidos disponibles en esta red muchas veces carezcan de rigurosidad, confiabilidad y credibilidad; lo que genera más desinformación" (Gómez, 2013, p. 39). Esto permite visualizar la problemática que presentan las nuevas tecnologías y su impacto sobre el proceso denominado difusión cultural. Más aún si se trata de Gastronomía, ya que, debido a sus características particulares, sufre de una deformación mayor a la de otras disciplinas.

Ello ocurre en parte por los medios digitales, ya que cualquier persona sube información a redes: "Es decir, cada persona con acceso a las actuales redes de telecomunicaciones tiene la posibilidad de transformarse en sí misma en un medio generador de contenidos dirigidos a las masas" (Gómez, 2013, p. 42); al presentarse esta situación, resulta difícil para la sociedad discernir qué parte de esta información es verídica, lo que en gran medida se debe a que no se toma en cuenta la importancia de las fuentes de información. No es lo mismo consultar un artículo de una revista de divulgación, a leer un *post* de alguna red social, debido a que en las primeras se corrobora el contenido y sus fuentes para asegurar la veracidad de lo que se expone, tal y como menciona Cabrera (2006):

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento. Las fuentes de información son convencionalmente, los documentos. Uno de los problemas de la confección de buena documentación es la búsqueda de fuentes correctas. Podríamos definir como buena fuente informativa a un canal -individuo o entidad- que nos proporciona datos trascendentes o complementarios -al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes, crónicas e informes.

Por lo mencionado, se considera que, cuando se encuentra un *post* en una red social, éste puede contener datos erróneos o imprecisos, debido a que no existe un control ni de lo que se publica, ni de los individuos que lo hacen, por lo que puede incurrirse en desinformación. En la actualidad, todo lo referente a Gastronomía sufre de lo antes descrito, y esto puede

observarse, por ejemplo, en aspectos técnicos como lo es el acto de cocinar (es decir, llevar a cabo una receta); este rubro se ve afectado por los medios empleados: suelen realizarse múltiples videos relacionados, los que se publican en cualquier red social. Si éstos llegan a tener una cantidad amplia de audiencia, ello resulta suficiente para que a su autor o creador se le considere un referente en la materia sin importar su trayectoria.

Esto a su vez podría generar que hubiera personas que comenzaran a tomar lo que ven en sus videos, como la forma correcta de desarrollar no sólo recetas, sino también técnicas que ahí observan pensando que son las exactas o mejores y que seguramente replicarán; ello puede ir generando la propagación de información falsa o inexacta. Lo cierto es que, las llamadas *fake news* -noticias falsas- son hoy un problema mundial que afecta directamente la democracia. Una sociedad nunca podrá avanzar sin la garantía de que la información que recibe es verídica o precisa. En este sentido, el derecho a la información constituye un derecho fundamental. "... luego, los mecanismos de verificación como la metodología del Fact-Checking son fundamentales en la era digital" (Benítez, Conde, Gamboa, Reyes y Sanabria, 2019, p. 16). Cabe mencionar que lo dicho en relación con la información falsa no sólo se refiere a noticias, sino también a publicaciones diversas en medios digitales.

Tomando otro ejemplo, puede señalarse el caso de un negocio que se encarga de ofrecer *tours* para difundir la Gastronomía de una región en particular y se publicita como una experiencia auténtica; se considera que, quienes acudan para adquirir este servicio, supondrán que lo visto en su publicidad se basa en información confiable, pero hay que considerar que, en algunas ocasiones, los negocios de este giro utilizan sus anuncios con el fin único de vender y no de brindar una experiencia apegada a datos reales, con la correcta difusión cultural y gastronómica de la región.

"Si bien las empresas gastronómicas emplean redes sociales para potenciar su marca, no existe una gestión adecuada de la misma" (Ocaña y Freire, 2022); lo ético por parte de un negocio sería brindar información fidedigna, esto ayudaría a que la cultura gastronómica de la región se enriqueciera y se difundiera de manera adecuada: "El contenido que se

publica en redes debe ser oportuno y real, alineándose a las preferencias del cliente y de la comunidad virtual, desarrollando y sosteniendo el vínculo empresa-comunidad, recalcando que la información online se encuentra al alcance del mundo, independientemente si quien accede a la red social es o no cliente de la empresa” (Ocaña y Freire, 2022).

Bajo el tenor de esta realidad, surge la dificultad de promocionar un aspecto cultural en concreto; como ejemplo se menciona el caso de México y del 2 de noviembre, fecha en la cual se celebra el Día de Muertos. Una preparación tradicional de la época, y que se consume en gran parte del país -especialmente en la región centro- para conmemorar el día, es el llamado “Pan de muerto”, preparación que se remonta al siglo XX, como lo menciona Castro (2021): “En México, la manera de elaborar el pan de muerto apareció por primera vez en 1938, en el recetario *Repostería Selecta*, de Josefina Velázquez de León, pionera de la gastronomía nacional”.

Al ser éste un producto de temporada, el cual se consume como conmemoración de lo que esta fecha representa en México, se considera que constituye una forma de llevar a cabo la difusión gastronómica y cultural de un producto, toda vez que este pan forma parte de la celebración del Día de Muertos. Desafortunadamente y como se ha venido planteando, a través de la tecnología y de las redes sociales se difunde información errónea, tal y como lo expresa Guillaumin (2022): “... una extranjera publicó en su muro que en México el pan de muerto que lleva cenizas está hecho con ¡cenizas de difuntos!”.

Esta nota refleja cómo en la actualidad cualquier individuo realiza publicaciones de eventos o sucesos que podrían parecer absurdos o sin importancia, pero que van alterando la información y, por medio de aseveraciones no solo imprecisas sino también carentes de sentido, van alterando la percepción de las personas, y por ende, la cultura gastronómica. Lamentablemente, en los últimos años, esta fecha conmemorativa ha sufrido una deformación considerable, debido a la influencia de medios digitales.

Ello queda demostrado con el ejemplo anterior, y con el caso de una película conocida a nivel mundial, estrenada en el año 2015, en la que, en una secuencia, se mostraba un desfile con la temática de Día de Muertos, escena filmada en la Ciudad de México. En este sentido se destaca que dicho desfile no se realizaba antes de la película basada en el personaje de James Bond, dando lugar a una nueva costumbre popular: “El primero [desfile] arrancó en 2015, después de que una gran producción cinematográfica utilizara varias calles del Centro Histórico de la CDMX como locación para filmar ‘007: Spectre’, con el actor Daniel Craig dando vida al famoso agente” (Moreno, 2023).

A partir de ahí, el desfile de Día de Muertos ya se lleva a cabo año con año, modificando, por lo menos parcialmente, el sentido original de esta fecha, ya que las nuevas generaciones asumen que este recorrido es parte de la conmemoración de las tradiciones propias del país y desconocen que nació por la filmación de una película extranjera.

En términos gastronómicos, otro elemento a destacar de esta celebración son los altares u ofrendas hacia los difuntos; en éstos se colocan algunos alimentos que le agradaban a quienes ya no se encuentran en el plano terrenal.

Toda la comida, objetos y bebidas se eligen y colocan según los gustos de los difuntos de la casa. En el piso, bajo el altar, se suele formar una cruz de pétalos de cempasúchil, de la cual se desprende un camino que va desde el altar hasta el zaguán, a modo de señal del rumbo que seguirá el muerto, que lo lleva del cementerio a la casa y de regreso, pues el camino de flores apunta al panteón. Bajo el altar permanece un sahúma con sus brazas (sic), y cada vez que se sirve un alimento la ofrenda se sahúma (Noriega, 2013).

La tradición marca que los difuntos vuelven una vez al año y degustan aquellos alimentos que consumían en vida. Es así que, debido a las tecnologías, se considera que se ha ido generando una modificación gradual de la mencionada celebración, ya que los registros de ésta se basan en la inmediatez con la que se difunden fotos, videos, y textos, que pronto alcanzan un nivel masivo, toda vez que en la actualidad se da preferencia a la velocidad de la información y no así su calidad

En otras palabras, si una persona sube a las redes digitales la fotografía de un altar, acompañada de un texto explicando de qué se trata dicha celebración, habrá un gran número de personas que tome esto como verídico, sin cuestionar si la información plasmada es fidedigna, lo que a su vez generará otra deformación de la cultura gastronómica, ya que parte fundamental en estos altares es la comida. El hecho es que, tal y como opina González (2017): “Las nuevas tecnologías generan discursos que difunden y recrean, amparadas en la autoridad que masivamente se presupone a los datos”.

Por ello se cree necesario generar una difusión de la cultura gastronómica adecuada, para así lograr preservar todos los elementos que giran alrededor de la Gastronomía, evitando que se deformen por la inmediatez de la actualidad y los medios digitales de información. Si bien es importante plasmar registros de manera electrónica y en línea, también es necesario sustentarlos en datos verídicos para que, con esto, las futuras generaciones conozcan el trasfondo cultural y su relevancia para la sociedad, ya que al conocer la Gastronomía de una región también aprenderán de su cultura.

Referencias consultadas:

- Benítez G., L.; Conde A., J.; Gamboa R., J.; Reyes T., J. y Sanabria R., J. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: Un análisis desde Twitter y Vanguardia* [Trabajo de grado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Universidad Autónoma de Bucaramanga. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7000>
- Cabrera, M. (2006). Introducción a las fuentes de información. https://www.researchgate.net/publication/50839717_Introduccion_a_las_fuentes_de_informacion
- Castro Y., K. (01 de noviembre de 2021). *Pan de Muerto. Sabor y tradición en un alimento*. Ciencia UNAM. <https://ciencia.unam.mx/leer/1183/pan-de-muerto-sabor-y-tradicion-en-un-alimento>

- Centro Universitario de los Altos (2023). *Difusión Cultural*. Extensión. Universidad de Guadalajara. <http://www.cualtos.udg.mx/extension/difusion-cultural>
- Gómez A., H. (2013). Desinformación en Internet y Hegemonía en redes sociales. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 6 (16), pp. 39-53 <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847110004.pdf>
- González T., I. (2017). Big Data y Antropología de la Alimentación, pp. 327-353. En *Comida y mundo virtual. Internet, redes sociales y representaciones visuales*. Publisher UOC.
- Guillaumin, A. (07 de octubre de 2022). TikToker afirma que el pan de muerto en México lo hacen con cenizas de difuntos! [Video]. En el *Sol de México* <https://www.elsoldemexico.com.mx/el-pan-de-muerto-esta-hecho-con-cenizas-de-difunto-tiktoker-asegura-que-si-9001330.html>
- Moreno, O. (29 de septiembre de 2023). Cuándo será el Gran Desfile de Día de Muertos en CDMX. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/cuando-sera-el-gran-desfile-de-dia-de-muertos-en-cdmx/>
- Muzeum Gastronomie (s/f). La Gastronomía. *Muzeum Gastronomie*. <https://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75>
- Noriega A., L. (2013). La importancia de los alimentos como ofrenda para los muertos en Acaxochitlán. *Vita Brevis*, 2 (3), pp. 14-22 <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/vitabrevis/article/view/3219/3102>
- Ocaña E., P. y Freire A., T. (2022). Impacto de la Gestión de Redes Sociales en las Empresas Gastronómicas. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades* (16), pp. 52-67. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>