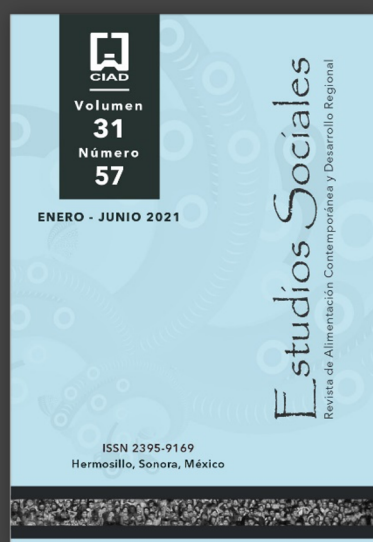


Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 31, Número 57. Enero – Junio 2021

Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169



Representaciones sociales: el atole de plato
como elemento para el agroturismo en El Estanco, Luvianos, México

Social representations: Atole de plato
as an element for agrotourism in El Estanco, Luvianos, Mexico

DOI: <https://dx.doi.org/10.24836/es.v31i57.1042>
e211042

Antonio Ocampo-Aguirre*

<https://orcid.org/0000-0002-7701-8378>

Omar Ismael Ramírez-Hernández*

<https://orcid.org/0000-0002-0874-5627>

Daniel De Jesús Contreras*

<https://orcid.org/0000-0002-2529-3378>

Adhir Hipólito Álvarez*

<https://orcid.org/0000-0001-9728-6671>

Fecha de recepción: 09 de octubre de 2020.

Fecha de envío a evaluación: 18 de noviembre de 2020.

Fecha de aceptación: 14 de diciembre de 2020.

*Universidad Autónoma del Estado de México.

Autor para correspondencia: Omar Ismael Ramírez-Hernández.

Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Carretera Toluca-Tejupilco Km. 67.5.

Barrio de Santiago, 51300 Temascaltepec, Estado de México.

Teléfonos: 716 266 5209 y 716 266 5138

Dirección: omar.ramirez.hdez@hotmail.com

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.

Hermosillo, Sonora, México.



Resumen / Abstract

Objetivo: Analizar el potencial del atole de plato para ser considerado como un elemento del agroturismo en El Estanco, municipio de Luvianos, Estado de México; a través de la teoría de representaciones sociales. **Metodología:** El estudio se basa en una aproximación exploratoria de corte cualitativo. A partir de observación participante se pudieron identificar los significados y el simbolismo en torno a la elaboración del atole de plato para su aprovechamiento turístico. **Resultados:** Mediante el uso de la teoría de las representaciones sociales se identifica que el atole de plato es un alimento con valor cultural, histórico y social, situación que lo postula en una etapa previa a su inserción en la oferta turística de destinos rurales que han apostado por el turismo como un camino hacia el desarrollo. **Limitaciones:** Entre las limitaciones del estudio se destaca la dificultad de aterrizar en el plano de la operatividad empírica los postulados de la teoría y, además, del hermetismo cultural del grupo familiar estudiado. **Conclusiones:** El trabajo concluye que el atole de plato cuenta con potencial latente para su inclusión en la oferta agroturística del lugar; sin embargo, es necesario establecer una oferta integradora con otros recursos de la comunidad.

Palabras clave: alimentación contemporánea; representaciones sociales; agroturismo; atole de plato; campesinos; valor simbólico.

Objective: To analyse the potential of atole de plato to be considered as an element of agrotourism in El Estanco, municipality of Luvianos, State of Mexico, through the theory of social representations. **Methodology:** The study is based on an exploratory qualitative approach; through participant observation it was possible to identify the meanings and symbolism surrounding the elaboration of atole de plato for its use in tourism. **Results:** Using the theory of social representations, it was identified that atole de plato is a food with cultural, historical and social value, a situation that postulates that it is at a stage prior to its insertion into the tourism offer of rural destinations that have opted for tourism as a path towards development. **Limitations:** One of the limitations of the study is the difficulty of grounding the postulates of the theory in empirical operational terms, as well as the cultural hermeticism of the family group studied. **Conclusions:** The study concludes that atole de plato has latent potential for inclusion in the local agro-tourism offer; however, it is necessary to establish an integrated offer with other community resources.

Key words: contemporary food; social representations; agrotourism; atole de plato; peasants; symbolic value.

Introducción

La teoría de las representaciones sociales constituye una postura para entender la idiosincrasia de los grupos sociales; en otras palabras, ayuda a analizar la construcción de las creencias, opiniones, aptitudes e información de los grupos humanos (Piñero, 2008). La cosmovisión de los campesinos hacia la agricultura se encuentra inserta en las estructuras socioculturales de la sociedad. Así, por ejemplo, la cohesión social que conlleva el trabajo en el campo se constituye a partir de la estructura política, de valores y de la religión del grupo. Sin embargo, en países como México, la situación de pobreza y la marginación social continúan como una constante que afecta a estos elementos en las zonas rurales. Al mismo tiempo, la falta de políticas públicas en beneficio de los campesinos genera problemas de migración a las ciudades u otros países, así como el abandono del campo.

El objeto de estudio de este trabajo es el atole de plato, el cual sobresale como un platillo típico de la región sur del Estado de México, particularmente en la comunidad El Estanco, municipio de Luvianos, perteneciente al Estado de México; alimento en el que residen elementos propios de la cultura, considerado como un pilar de unión e identidad para el pueblo. En este marco, la teoría de representaciones sociales se aplica para comprender la construcción del pensamiento colectivo y el significado que tienen estas acciones para los individuos que lo integran y así, obtener una aproximación a la cosmovisión del grupo entorno al proceso de elaboración del alimento y, por consiguiente, identificarlo como un recurso para el agroturismo.

Por lo anterior, el objetivo del artículo es analizar el potencial del atole de plato para ser considerado como un elemento del agroturismo en El Estanco. Para alcanzar dicho propósito, se hace uso de la teoría de las representaciones sociales, teniendo en cuenta que la teoría sintetiza los elementos simbólicos construidos al interior de la comunidad y formulados constantemente a través de imágenes cognitivas que se materializan mediante objetos, lugares y eventos como el turismo (Mínguez, 2018).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2019) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (2019) el agroturismo puede entenderse como la actividad realizada en granjas y otros aprovechamientos agrarios, donde los campesinos complementan sus ingresos mediante la vinculación de los trabajos agropecuarios y la cultura rural con el turismo. El desarrollo de esta actividad ofrece una oportunidad para diversificar los ingresos de las comunidades campesinas ante la poca rentabilidad que, en general, caracteriza a las actividades agropecuarias, a través de su inserción a nichos de mercado diferentes de los tradicionales.

El estudio es de carácter exploratorio, se utilizó la observación participante en los espacios de producción y consumo del atole al interior de una familia del lugar. Los datos fueron registrados en un diario de campo y en un acervo fotográfico con el fin de documentar los aspectos de la representación en el proceso de elaboración del atole de plato. De manera general, en el apartado de resultados se conocerá la principal aportación del documento y se identificará la importancia cultural y turística que tiene este recurso para los campesinos.

Representaciones sociales

La noción de las representaciones sociales aparece en la psicología social europea en el siglo XX, inspirada en referencias teóricas de Emile Durkheim como un enfoque de estudio que permitía conocer aspectos de la experiencia humana al analizar los metasistemas de las regulaciones sociales involucradas en el funcionamiento cognitivo (Pina y Cuevas, 2004). Con el paso del tiempo, la evolución y el enriquecimiento que tuvo este marco de trabajo dio lugar a la teoría de las representaciones sociales (Moñivas, 1994).



Durkheim estudió la realidad social para sus investigaciones, y ha sido uno de los primeros en abordar el comportamiento colectivo de los individuos en sociedad (Jodelet, 1991). Como resultado, el aporte más significativo de su obra para esta línea de investigación teórica fue el reconocimiento del carácter simbólico de las prácticas sociales para los individuos dentro de un núcleo de identidad (Beriaín, 1988). En otras palabras, reconoce que el pensamiento social a partir de las representaciones colectivas para la elaboración de símbolos/conceptos, distingue a determinados grupos de otras sociedades, ya que cada colectivo crea su propio conjunto de simbolismos con respecto a su forma de entender la cotidianidad, la política, la organización social, la religión, el trabajo, entre otros elementos de la vida social.

Más tarde, en las investigaciones del psicólogo social Serge Moscovici surge un concepto próximo que explica el fenómeno colectivo para la construcción de una realidad social, señala entonces que las representaciones sociales son “una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de comportamientos y la comunicación entre los individuos” (Mora, 2002, p. 7). Dicho lo anterior y siguiendo con el estudio y desarrollo de las representaciones sociales como una teoría, Jodelet (2011) sugiere que forman parte del conocimiento ordinario, y se caracterizan por ser socialmente construidas y compartidas.

Por otra parte, la teoría sustenta que las representaciones se constituyen en modalidades del pensamiento práctico, orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno (social, material e ideal) (Jodelet, 1988). De igual modo, para Banchs (2000) las representaciones son una serie de elementos constituidos y estructurados como un pensamiento colectivo constituyente. En la medida que la sociedad crece en un espacio determinado (región), desarrolla un conocimiento compartido sobre el mundo que lo rodea y sobre el actuar que debe tener ante ciertas circunstancias como la vida, la muerte, la familia, el trabajo, la religión, el gobierno o la justicia. Es así como el lenguaje evoluciona de forma práctica.

En definitiva, la teoría afirma que el pensamiento social sería entonces, la suma del conocimiento aprendido en sociedad, además del saber empírico, porque estos determinan la vida y el actuar de los sujetos bajo las normas en sociedad, por lo que las representaciones sociales son un conocimiento constituido que funciona de forma práctica, determinando la manera en que el agente se acerca a esta realidad (Piñero, 2008). En otras palabras, para Villar y Ramírez (2014, p. 6) “las representaciones sociales conforman la estructura de comprensión a través de la cual

los sujetos miramos el mundo y creamos una visión particular de éste”, realizando, por tanto, una percepción sociohistórica y sociocultural.

Para Moscovici (1961) las representaciones sociales son aquellos sistemas cognitivos que organizan imágenes, porque recortan y simbolizan actos o situaciones que se convierten en comunes, además descifran y explican la realidad del colectivo. Por ello, sostiene que los sujetos relacionan los sucesos, actos u objetos con imágenes simbólicas que posteriormente son compartidas por medio de las interacciones sociales (Zamora, 2007). De esta manera, las representaciones proceden de la apropiación de la información que los sujetos adquieren a lo largo de su vida y se materializan cuando ponen en práctica y observan estos hechos en el contexto común social. De manera puntual, las representaciones sociales se conforman a partir de la asociación de un objeto con una imagen, los sujetos permiten que la representación sea incorporada a su propio sistema de categorías y conceptos, así como a los elementos afectivos, cognitivos y sociales de los mismos (Jodelet, 1991). Más aún, la imagen que crea el sujeto dependerá de los esquemas de pensamiento que tenga y de la misma posición social del individuo. Para Villarroel (2007) este proceso del pensamiento permite que los sujetos se relacionen con el objeto para entender la realidad en la que se encuentran mediante sus interacciones con el resto de la comunidad. De igual modo, las representaciones sociales se erigen a través de dos procesos fundamentales: la objetivación (o materialización de ideas abstractas en entes concretos) y el anclaje (o creación de una red de significados) (Banchs, 2003).

Por otra parte, Hebe (2005) plantea que se configuran a partir de un fondo cultural que circula en la sociedad y proporcionan las categorías básicas a partir de las cuales se forma la comprensión colectiva, es decir, es parte de la formación básica inculcada en el seno familiar y social sobre cómo se estructuran las condiciones económicas, sociales, históricas, políticas o morales, así como el sistema de creencias y valores de un grupo determinado. Precisamente, las condiciones internas que las originan se asocian al espacio de interacción (Ferreira y Cappellano, 2011). Así mismo, la estructura social conformada en la comunidad tiene como objetivo favorecer el entendimiento colectivo y asegurar la subsistencia de dichos conocimientos.

Así, la representación cumple una función y se manifiesta a través de una idea, una creencia, una concepción o una imagen que se tiene de algo o de alguien y es utilizada para entender, explicar y actuar en el mundo cotidiano (Alejo, Mendoza, y Rodríguez, 2012). A manera de ejemplo, la teoría de las representaciones sociales resulta importante dentro de la dinámica social porque es un código que genera sentido de pertenencia entre los miembros del colectivo, ya que comparten los mismos criterios y usan el mismo lenguaje, lo que les permite una mejor comprensión de lo que acontece alrededor de ellos (Sánchez, Vera y Piña, 2010). Mientras tanto, el comportamiento de los sujetos corresponde en gran parte al rol que ejerce en dicha representación; simultáneamente se ve influenciado por la edad y el aporte a la visión colectiva de dicha realidad (conocimiento empírico).

Como resultado: “Las Representaciones Sociales se elaboran en función de las condiciones del grupo social de pertenencia, mediante las interacciones dotadas de significaciones, de manera que están circunscritas al lenguaje y a las prácticas” (Sáenz, Maldonado y Figueroa, 2016, p. 8). Así mismo, para los actores sociales es una capacidad que proporciona sentido y apropiación sociocultural. Para concluir, las representaciones sociales se caracterizan de manera más genérica como entidades operativas para el entendimiento, la comunicación y la actuación cotidiana (Materán, 2008).

Como herramienta de investigación, la teoría de las representaciones sociales permite entender el comportamiento entre los individuos en sociedad, la estructura de un lenguaje común y el pensamiento colectivo. Asimismo, esta teoría ayuda al análisis de las agrupaciones, iniciando por entender los hechos sociales mediante el análisis de los factores endógenos y exógenos (Villarroel, 2007; Vergara, 2008; Ferreira y Cappellano, 2011).

A partir de la revisión de literatura se identificaron los elementos que conforman la representación social para esta investigación:

1. Objeto: cosa con características propias que es sustituida por un símbolo, imagen o concepto (Moscovici, 1961).
2. Sujeto: son las personas que reinterpretan la realidad para crear conocimiento (Moscovici, 1961).
3. Objetivación: construcción estructurada de conceptos abstractos en imágenes concretas a partir de la selección, esquematización y naturalización de las actividades (Moscovici, 1961).
4. Anclaje: transformación cognitiva del objeto dentro del sistema preexistente del pensamiento y sus respectivas evoluciones (Moscovici, 1961).
5. Conocimiento empírico: la obtención de información que se adquiere a través de la experiencia (Riffo, 2016).

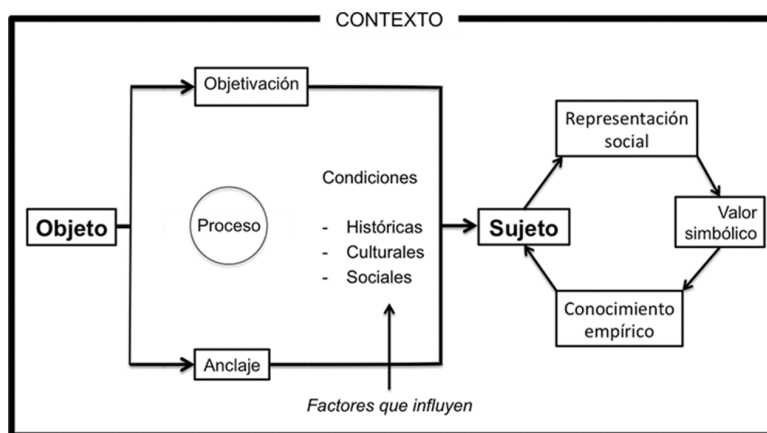


Figura 1. Esquematización de las representaciones sociales.
 Fuente: elaboración propia (2020).

En resumen, las representaciones sociales son el conocimiento colectivo que circula al interior de un grupo, mismo que se crea mediante dos procesos esenciales. El primero es la objetivación o medio por el cual se establecen los símbolos, imágenes o los conceptos abstractos. En este caso, el objeto es influenciado por las condiciones históricas, culturales y sociales del lugar; por lo que, el sujeto, cognitivamente, selecciona la información para esquematizar el significado que le atribuye al objeto para luego ser reintroducido en el conocimiento a través del sentido común. En el segundo proceso, de anclaje, se dan las interacciones sociales que funcionan como base inicial para poder producir, evaluar y aceptar el conocimiento empírico. El sujeto crea categorías conceptuales por medio de la relación con el objeto para enfatizar los factores que influyen en dicho proceso, con el propósito de relacionar el valor simbólico con el conocimiento empírico.

La teoría de las representaciones sociales en el estudio de la alimentación

El empleo de la teoría de las representaciones sociales para el estudio de la alimentación ha sido importante, pues su producción científica ha generado un número significativo de investigaciones. En este sentido, el binomio representaciones sociales y alimentación, en la literatura especializada, está enmarcado en diversas temáticas como la intención de compra de alimentos (Bartels y Onwezen, 2014), la percepción sobre los alimentos considerados “sanos” (De Moraes, Muñoz y Larrea-Killinger, 2020; Prada, Gamboa y Jaime, 2006), sobre

algún grupo específico de alimento (Joffe y Lee, 2004; Melendrez-Ruiz, Arvisenet, Laugel, Chambaron y Monnery-Patris, 2020; Ribeiro, Barone y Behrens, 2016; Rojas y Rodríguez, 2017); el riesgo de consumir ciertos alimentos (Gauthier, 2010), la opinión sobre la dieta de pacientes con algunas enfermedades (Casas, Rodríguez y Alves, 2016), la alimentación escolar (Théodore, Bonvecchio, Blanco y Carreto, 2011), la seguridad e higiene de los alimentos (Behrens, Vedovato, Cervato-Mancuso y Bastos, 2015) y las preocupaciones éticas de consumo alimentario (Mäkinen, Pirttilä-Backman y Pieri, 2011).

En cuanto al aspecto metodológico, el binomio representaciones sociales-alimentación ha sido abordado desde el enfoque cualitativo y cuantitativo. Las investigaciones cuantitativas han empleado fundamentalmente cuestionarios; mientras que las cualitativas realizan entrevistas en la mayoría de los casos, aunque también algunas utilizan la observación y la revisión documental. En el uso de esta última técnica, resalta la investigación de Lo Monaco y Bonetto (2019), quienes exponen la contribución de las representaciones sociales para los estudios alimentarios en tres diferentes apartados:

- Las representaciones sociales como predictores de los comportamientos de los consumidores; en donde la cultura representa un factor para comprender las culturas individualistas frente a las colectivistas.
- Las representaciones sociales para la identificación de grupos culturales a partir de los alimentos.
- El papel de las representaciones sociales para la construcción social de los significados atribuidos a los alimentos y el pensamiento de los individuos y los grupos.

En este sentido, las tres líneas se vinculan con la cultura y sus posibles variables en los estudios sobre la alimentación; además, se resalta la relevancia del uso del marco teórico de las representaciones sociales para obtener una visión más fina de los fenómenos analizados, particularmente en la investigación alimentaria; en donde resalta la necesidad del estudio de significados (individuales y grupales) atribuidos a los alimentos tradicionales (Lo Monaco y Bonetto, 2019; Uribe, 2006).

Agroturismo como objeto de estudio

La cultura rural ha sido aprovechada de manera incipiente en países como México (Hernández, Alanís, Jiménez, Aguirre y Treviño, 2016). Actualmente el agroturismo representa una oportunidad para obtener beneficios económicos ya que su implementación permite una alternativa para mejorar las condiciones de vida de

los agricultores y ganaderos. En las últimas décadas, en países de Europa y América Latina, esta actividad ha sido vista como una herramienta de diversificación económica para las agrupaciones de campesinos, así como también para los pequeños agricultores y ganaderos (IICA, 2019).

Para la Secretaría de Turismo (Sectur, 2004, p. 29) el agroturismo

se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

Phillip, Hunter y Blackstock (2010) señalan que las características propias del agroturismo son las relaciones con el ambiente agrario y con los agricultores, debido a que estos últimos son los actores capacitados para brindar la experiencia rural auténtica, elemento esencial del agroturismo. El agroturismo es entonces considerado como una actividad inmersa en el turismo rural. Según Kizos y Losifides (2007) se conforma por diversas actividades turísticas vinculadas con ciertas tradiciones y paisajes locales de pequeña escala, ya sea familiar o mediante cooperativas, en las zonas rurales.

Conviene subrayar que para Magecki, Sanches y Busanelli (2013), el agroturismo está motivado no solamente por lo que una propiedad ofrece, sino por la suma de las alternativas de servicios ofertados en el lugar. Las actividades del agroturismo son, sin duda, las que se practican directamente con los elementos que conforman los quehaceres de los campesinos en las zonas rurales. Así, por ejemplo, la participación de los turistas en actividades agropecuarias, el contacto con la cultura rural autóctona de los campesinos y la adquisición de servicios a escala local, como hospedaje, alimentación y artesanías forman parte de la oferta agroturística en dichos territorios.

El agroturismo no se limita a una sola actividad para alcanzar el potencial de un destino, es necesario el aprovechamiento de todos los recursos disponibles, tanto naturales como culturales. Así mismo, “el agroturismo será pues una forma de turismo rural, en el que dichos elementos estén vinculados, en alguna medida, a la explotación agraria” (Sayadi y Calatrava, 2001, p. 3). Sin embargo, la ejecución de actividades turísticas en espacios rurales supondría un manejo planificado entre el patrimonio agropecuario y agroindustrial, con el objeto de conservar.



Una de las etapas más significativas del agroturismo es la relación que tiene con la sostenibilidad, se cree que la aplicación de políticas medio ambientales supondría un interés significativo en los turistas. De esta manera, el uso de prácticas a favor del ambiente natural servirá de guía para la elaboración y gestión de planes estratégicos que beneficien e incluyan a los campesinos (Kizos y Losifides, 2007) y generen beneficios económicos y sociales. Por consiguiente, es necesario una colaboración basada en la aplicación colectiva de sistemas de calidad y gestión medioambiental en el sector turístico (Parra y Calero, 2006).

De forma general, existen investigaciones que trabajan con esta tipología de turismo, algunos lo estudian bajo el enfoque analítico-teórico (Phillip, Hunter y Blackstock, 2010); otros lo analizan desde la valorización de los recursos naturales y culturales (Andrade y Ullauri, 2015); y algunos más lo estudian a través de los antecedentes y evolución que ha tenido (Andrés, 2014); por su valor, también lo vinculan con la gastronomía (Oliveira, 2011). De igual modo proponen un platillo típico como atractivo turístico principal (Agudelo, Cesín, y Thomé, 2016); o identifican los factores que influyen en el desarrollo de las comunidades receptoras y el papel principal del capital social (Kizos y Losifides, 2007).

Asimismo, Kizos y Losifides (2007) identifican la necesidad de analizar al agroturismo como un conjunto y sus condiciones socioculturales, con el único fin de desarrollar redes y sinergias entre explotaciones agrícolas a nivel regional. Por lo tanto, esto involucra una reestructuración importante del sector debido a que el agroturismo puede proporcionar una ventaja económica para atraer beneficios positivos en las regiones rurales.

Para esta investigación el agroturismo se entiende como “aquellas actividades de ocio y recreación que se llevan a cabo en contacto directo con las actividades del sector primario, prestadas por los mismos campesinos, con el objetivo de generar impactos positivos en la región”.

El atole de plato en Luvianos, Estado de México

No existen documentos que indiquen una fecha exacta, ni los motivos que dan origen al atole de plato; sin embargo, en la región sur del Estado de México es identificada su elaboración por hasta cuatro generaciones; por lo que es posible inferir que el platillo ha formado parte de la alimentación de los mexiquenses de esta zona por más de noventa años. El atole de plato en el sur del Estado de México también se le conoce como “atole de leche” y en otras regiones, principalmente en

la Tierra Caliente de Michoacán, se le denomina como “atole de muertos”, por la peculiaridad de que su elaboración suele hacerse a inicios de noviembre, durante la celebración de día de muertos.

El atole de plato es un platillo elaborado con leche de vaca, harina, azúcar, piloncillo y canela. Para su elaboración se utiliza una cazuela que albergue alrededor de 40 litros de leche o más, una pala de madera y mucha fuerza humana, ya que su proceso requiere de alrededor de doce horas, desde que se comienza a poner el fogón de leña hasta que comienza a servirse el atole en los recipientes, que suelen ser platos hondos de barro o en su defecto, de vidrio. La elaboración del atole de plato comienza durante la temporada de lluvias, comprendida entre los meses de julio a noviembre, ya que, es cuando el ganado vacuno produce una mayor cantidad y calidad de leche, debido a que se alimenta del pasto que crece de forma natural en el campo. Algo semejante sucede con la producción de maíz, habitualmente los campesinos siembran y trabajan sus huertas a inicios del periodo para aprovechar el riego natural de la milpa. Entre las variedades más cultivadas destacan el maíz amarillo (para alimentar el ganado), blanco y nativo (para el consumo), así mismo, se cultiva cacahuete y calabaza de castilla.

Comúnmente, la reunión para preparar el platillo suele celebrarse en casa de la familia campesina, o también en un espacio abierto destinado para ello, esto considerando el tamaño del grupo, ya que en ocasiones especiales han logrado integrarse hasta cinco generaciones. Los invitados asisten con el propósito de ayudar y ser parte del proceso para la elaboración del atole de plato; además, su participación es fundamental en la contribución de insumos: aportan, a manera de agradecimiento, ingredientes como la canela, el piloncillo o la harina, que son esenciales para hacer el alimento.

Por otra parte, los jóvenes tienen el deber de recolectar leña de huizache, pinzan y ocote que será empleada en la cocción del atole. Asimismo, participan de la ordeña tradicional mediante la técnica de encerrado la cual consiste en la separación de los becerros de su madre en un corral. El atole de plato se prepara con una cantidad media de 30 o 40 litros de leche, aunque en la mayoría de los casos es necesario almacenar en un refrigerador la leche del primer día de ordeña hasta reunir la cantidad deseada.

El día de la preparación las actividades comienzan entre nueve y diez de la mañana, cuando se empieza a encender la fogata. Cuarenta minutos después, cuando se considera que la lumbre está lista, se empieza a verter la leche en la cazuela y posteriormente se mezcla con la harina. Es así que comienzan las responsabilidades de todos los voluntarios: las mujeres se encargan de agregar los ingredientes al



recipiente: harina, azúcar, canela y piloncillo; en tanto que los hombres que desean ayudar a “menear”¹ el atole, se sientan en círculo alrededor del fogón. Por lo general, ocho personas se encargan de moverlo, es preciso que cada uno colabore en esta tarea por alrededor de una hora. El primero que participa es el sujeto más grande (padre o madre) de la familia, durante su turno agradece a todos por asistir y menciona lo importante que es ver a la familia reunida. Posteriormente, quien continúa es la persona que está sentada a la izquierda, en el sentido de las manecillas del reloj y así sucesivamente. Son casi doce horas las que dura el proceso de elaboración, en las cuales el movimiento de atole en la cazuela es indispensable y durante todo ese tiempo es necesario que se meneé el producto en el recipiente, ya que por lo espeso que se hace el atole es muy fácil que se pegue y se queme. El papel de los hombres participantes es fundamental y conforme avanzan las horas, se vuelve necesario que se aplique mayor fuerza, por tal motivo, las primeras horas suelen destinarse a los más jóvenes para que comiencen a involucrarse y comprendan su papel en el proceso y así, los siguientes años se involucre con mayor compromiso. Al final, por la noche, cuando está listo el atole, este platillo se sirve en platos de barro, de ahí el nombre popular: atole de plato. El producto se deja enfriar para ser consumido cerca de la media noche o dejarlo para el día siguiente.

Pese a que comúnmente la preparación de alimentos se asocia al género femenino, es notable reconocer la integración de hombres en la cocina, en vista de que por única ocasión en todo el año ambos géneros participan en el todo el proceso. Durante todo el proceso las pláticas sobre historias, leyendas, recuerdos de los difuntos, anécdotas recientes y antiguas, los consejos para los más jóvenes, los niños y recién casados, no se hacen esperar. Hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos mayores se involucran de manera activa en el proceso de una u otra forma, razón por la cual los presentes manifiestan que el tiempo parece avanzar más rápido de lo normal.

Dicho de otra manera, el fogón se convierte en un espacio trascendental en la elaboración del atole de plato. Alrededor de este los sujetos comparten saberes prácticos del contexto real e ideal. No sólo narran leyendas populares, sino también cuentan sus experiencias personales, por lo que se transforma en un ritual propicio para transmitir el conocimiento sobre técnicas ancestrales, o saber-hacer, para elaborar un alimento que se integra de elementos naturales, sociales y culturales de la región. En esta socialización de conocimientos es donde radica la importancia del atole de plato para las familias de la comunidad, destacando que, colectivamente, es un alimento que posee alto valor simbólico.

Metodología

La investigación es de carácter predominantemente exploratoria. Desde el punto de vista conceptual, para Hernández, Fernández y Baptista (2000, p. 58): “El estudio exploratorio se efectúa, normalmente, cuando el objeto es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. En el caso particular, son pocos los estudios que versan en torno a los productos gastronómicos de la sociedad campesina a partir de la teoría de las representaciones sociales (García, González y Montenegro, 2019).

Respecto al estudio de la investigación, yace a partir del método cualitativo. “La investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como nos la presentan las personas” (Salgado, 2007, p. 71). Conviene subrayar su utilidad como lo afirman Balcázar, González-Arratia, Gurrola y Moysén (2015) al considerar las dimensiones de la interacción social que difícilmente se proyectan en otros métodos. Por ello, se eligió esta metodología, debido a la naturaleza que tiene para la recolección de reseñas. Así mismo, porque coincide con otras investigaciones realizadas en torno al tema de investigación “representaciones sociales y turismo” (Hebe, 2005).

De esta forma, fue elegida la localidad de El Estanco, municipio de Luvianos, en el Estado de México; para desarrollar el trabajo de campo, debido a que es uno de los lugares donde se sigue elaborando de forma tradicional el atole de plato; además, uno de los autores de la presente investigación tiene lazos familiares con residentes de la comunidad, lo que facilitó el desarrollo de la investigación, ya que, gracias a ello, la gente aceptó la documentación de la elaboración del platillo.

El grupo familiar de estudio estuvo constituido por un total de 29 personas: un adulto mayor (persona más longeva), cuatro jefes de familia, con un total de nueve menores, seis matrimonios² (una pareja extranjera) y tres jóvenes solteros. Durante el trabajo de campo se solicitó autorización al adulto mayor y a los jefes de familia para participar en la elaboración del atole de plato y estudiar los elementos inherentes a su elaboración. Así, fueron programados dos periodos para el trabajo, en el primero se llevaron a cabo las visitas de familiarización en El Estanco, del 28 al 31 de octubre de 2019; mientras que, en el segundo, se observó y documentó la elaboración del atole de plato, el cual tuvo fecha del 1 al 3 de noviembre del mismo año.

Para el segundo periodo del trabajo de campo se empleó la técnica de observación participante, la cual apela a la experiencia directa del investigador para la generación de información en el marco del trabajo de campo (Restrepo, 2018). Para el registro de lo observado se utilizó un diario de campo, instrumento que permite no solo recopilar información, sino acceder a la elaboración de un informe con tres aspectos fundamentales: la descripción, argumentación e interpretaciones (Martínez, 2007). Asimismo, durante la observación participante, se llevaron a cabo charlas informales, en las cuales se indagó y registraron comentarios de los siguientes temas: datos históricos, razones para realizar el atole de plato, significado y valor que le otorgan a este alimento, el sentimiento que tienen los sujetos al ser parte de esta tradición y su posible aprovechamiento para la actividad turística.

Finalmente, se elaboró el análisis de los resultados a partir de las categorías de estudio propias de la teoría de las representaciones sociales: objeto, sujeto, objetivación, anclaje y conocimiento empírico. Primero se transcribió la información registrada en el diario de campo y la observación participante y después estos datos se analizaron a la luz de las categorías mencionadas. Lo anterior fue la base para establecer la forma en cómo se estructura la representación social del atole de plato en la comunidad de El Estanco y su posible potencial para el turismo.

Zona de estudio: El Estanco, municipio de Luvianos, Estado de México

El Estanco es un pueblo rural y de fuerte vocación agropecuaria que pertenece al municipio de Luvianos, localizado en el sur del Estado de México. Debido a sus dimensiones geográficas, es considerado uno de los cinco pueblos más importantes del municipio. Actividades como la agricultura y la ganadería son la principal fuente de empleo para los habitantes. Sin embargo, las condiciones socioeconómicas no son favorables, puesto que es una comunidad con un alto nivel de migración, a pesar de contar con una actividad económica activa en la zona rural (Secretaría de Desarrollo Social, 2013).

Con respecto al turismo en la región sur, este se concentra en la Sierra de Nanchititla,³ lugar donde se desarrollan actividades de turismo de naturaleza como vuelo en parapente y senderismo. El recurso cultural más evidente para ser considerado como un atractivo turístico en El Estanco es el atole de plato. Lo anterior debido a que se asume como ejemplo de un producto cultural motivado por la búsqueda de placer a través de la alimentación, pero también puede ser un

camino para promover la búsqueda de las raíces culinarias como forma de entendimiento de las culturas locales (Oliveira y Teixeira, 2011).

Es probable que este alimento represente el valor simbólico más importante en colectividad, teniendo en cuenta que la elaboración del mismo tiene un carácter de cohesión social, particularmente por motivar a los miembros de la familia que se encuentran en el extranjero (principalmente en Estados Unidos de Norteamérica), a que participen en esta tradición; además, conserva técnicas ancestrales del saber-hacer en el ámbito rural y por otra parte, se destaca por tratar de mantener un vínculo con las creencias y prácticas religiosas de la comunidad a pesar de la globalización y modernización del mundo actual (Núñez, 2008).

Del mismo modo, esta costumbre se vincula directamente con la conmemoración a los fieles difuntos los días 1 y 2 de noviembre (día de muertos). Con el transcurso de las generaciones a tal hecho social se le han atribuido elementos de valor simbólico, tales como la identidad cultural del grupo social y del territorio. En consecuencia, este alimento típico de la región sur del Estado de México representa para los campesinos de la comunidad El Estanco, la mayor construcción subjetiva de su estructura identitaria al manifestarse en el proceso de elaboración algunos conocimientos de la vida cotidiana.

Cabe mencionar que durante dicha temporada este producto es el más común debido a su comercialización, porque se puede encontrar los martes en el tianguis de la plaza de Luvianos desde finales de octubre y el transcurso de noviembre, principalmente. Igualmente lo venden en los mercados municipales de Zacazonapan y Tejupilco durante las mismas fechas. Existen, empero, diferencias significativas en las propiedades de ambos alimentos como: la consistencia, el color, su aroma y sabor. sin embargo, la diferencia principal respecto al atole de plato es el proceso que se prologa una o dos horas más, hasta conseguir que se reduzca para obtener una consistencia dura, así como un color marrón oscuro y por lo tanto un sabor distinto.

Resultados

Los resultados de esta investigación se organizan en tres apartados principales, en primer lugar, la descripción de la participación en la elaboración del atole de plato (sujetos y objeto) en la comunidad El Estanco; el segundo apartado aborda los procesos de objetivación y anclaje del objeto (atole de plato) y la reintegración del conocimiento empírico. Por último, se encuentra una sección de discusión donde



se argumenta el potencial agroturístico que tienen este recurso cultural para considerarlo dentro de la oferta del destino.

Participación social en la elaboración del atole de plato: sujetos y objeto

En los siguientes párrafos se encuentra la descripción del significado que le otorgan los sujetos al atole de plato de acuerdo con su rol social previamente establecido; desde la perspectiva del adulto mayor (abuelo y bisabuelo), los jefes de familia y turistas. El análisis se elaboró a partir de diálogos y los detalles observados de los participantes, para conocer la valoración de la experiencia particular vivida en la reproducción social del alimento.

Mientras se explica el valor del atole de plato en sus relatos de vida, se logra evidenciar que este objeto le aporta al adulto más longevo significaciones asociadas al hogar y la familia, porque reconoce el arraigo de la tradición en los valores y la moral del pueblo, así mismo, reconoce que es un símbolo que les provee orgullo y arraigo, porque se nutre no sólo el cuerpo, sino también el espíritu. El significado del objeto que describe es el siguiente:

El cazo⁴ representa la unión de las personas dentro de la comunidad, en cuanto a la pala de madera de guayabo para menear el alimento figura al popular arado con yunta⁵, así mismo el atole por su tonalidad simboliza la tierra.

Se infiere que los voluntarios que participan en la actividad de mover el cazo para preparar el atole representan la cohesión social del trabajo en el campo y las actividades del sector primario. De acuerdo con su opinión, es importante que los más jóvenes se involucren y aprendan las técnicas de elaboración para que no se pierda la tradición del trabajo agropecuario ni la de convivir en familia y apoyarse. Por otra parte, los jefes de familia consideran que esta práctica envuelve múltiples conocimientos del entorno que integran el valor simbólico, porque se produce y adscribe con un valor sentimental que se usa para alimentar a toda la familia. Como lo afirma Pedro, papá de Luis, al decir que:

el proceso es cansado y conlleva largas horas de trabajo, desde ir a ordeñar las vacas hasta la tarea de menear el cazo, pero con el apoyo de las mujeres y hombres que se reúnen es posible obtener este delicioso alimento.

En general, precisan que su significado se encuentra en la forma simbólica de la elaboración, porque tiene un propósito cultural que los provee de identidad al formar parte la ofrenda del día de muertos. Todos los años, los habitantes de la localidad de El Estanco conmemoran a los antepasados, mediante acciones como la visita a los cementerios, así como la organización familiar en casa para la creación de la ofrenda, la cual se integra de los elementos esenciales para que los difuntos convivan a gusto, consta de un altar pequeño adornado con flores de cempasúchil de la zona, objetos personales y comida típica.

Por otra parte, los turistas extranjeros, conyugues de aquellos familiares que viven en Estados Unidos, señalaron agrado al estar presentes en la elaboración del platillo, más aún aprecian la confianza para hacerlos sentir como en su propia casa, simultáneamente todos los hechos le recuerdan una celebración como un cumpleaños o una boda, ya sea por la cantidad de personas que se reúnen o por la degustación de la gastronomía que se cocina. Todas estas observaciones se relacionan también con la cordialidad y calidez de los anfitriones para hacer sentir cómodos a los visitantes. De igual modo, dicen estar entusiasmados por tener la posibilidad de viajar al destino y disfrutar de sus tradiciones, donde se infiere que el objeto es estimado en virtud del poder simbólico de pertenencia para la comunidad.

Objetivación y Anclaje: reintegración del conocimiento empírico al grupo social

Al primer proceso se le conoce como objetivación o construcción del conocimiento empírico (Rojas y Leal, 1999), en este camino se transforman las categorías abstractas del saber campesino (conceptos locales y autóctonos, procesos y técnicas empíricas) (Núñez, 2008); que sirven como base para la elaboración del atole de plato en elementos prácticos, es aquí donde los entes sociales decodifican las técnicas culinarias de manera que pasen a formar parte de las tareas ordinarias. Con la finalidad de transmitir estos códigos a las nuevas generaciones, es decir, hacer lo invisible perceptible (Farr, 1987), se aseguran eficazmente de que los sujetos se apropien del valor simbólico.

La objetivación se compone por tres actividades específicas, primero se encuentra la selección, donde se clasifican las actividades que son inherentes al proceso de elaboración del atole de plato como la participación de los voluntarios para mover el cazo, con el propósito de integrar conocimientos provechosos a partir del modo de vida de los campesinos. Por ejemplo, la forma en que deben de mover la pala se realiza de izquierda a derecha conforme giran las manecillas del reloj, porque de lo



contrario, en palabras de José “¡Si no se hace de este modo, la leche se amarga, echando a perder el atole!”. Por otra parte, reconoce que esta técnica reduce el esfuerzo físico de los voluntarios al momento de mover el platillo. Es así como este tipo de enseñanza se realiza *in situ*, para que se aprenda haciendo y no se olvide. En resumen, en este primer punto se transforman las ideas técnicas en conocimiento común y cotidiano (Rojas y Leal, 1999), para facilitar las tareas.

En cuanto a la segunda instancia o esquematización, las imágenes abstractas se interpretan en su forma gráfica, familiar y coherente con los sujetos. En el caso particular, los residentes locales revelan que la imagen abstracta del atole de plato se asocia a un postre. Lo anterior, de acuerdo con las opiniones de veinte integrantes de la familia, quienes sustentan su respuesta considerando las características del objeto, tales como el aroma, el sabor, la textura y la consistencia. Sin embargo, las otras nueve personas consideran que es un manjar, debido que para ellos el significado que tiene es más grande al reconocer la importancia de transmitir este legado a las nuevas generaciones, así como el motivo sociocultural subyacente.

En el último paso, se encuentra la naturalización: aquí los participantes son capaces de entender la representación y además tienen la capacidad de poder transmitir el valor simbólico. El siguiente ejemplo ilustra mejor esta fase; María, jefa de familia, menciona que:

Este platillo dejó de ser un alimento y significa una tradición, en este tiempo trabajar por días para preparar el atole de plato no resulta una tarea cansada, sí sé que nos vamos a reunir toda la familia para comerlo juntos.

De la misma forma, se sustituyen aquellos conceptos abstractos por imágenes familiares de la cotidianidad y nos parecen naturales o conocidos, para aprehenderlos, y otorgarles una explicación articulada en la realidad cotidiana (Rojas y Leal, 1999). El siguiente proceso es el llamado anclaje, en este mismo sentido las interacciones humanas y la utilidad de la representación son clave en la construcción del valor simbólico, debido a que la apropiación del conocimiento facilita que se transmita generacionalmente. No obstante, el significado cambia de un sujeto a otro; porque se crea a partir de la experiencia vivida en la representación, a no ser que por medio de la convivencia, observación y participación del otro (niños, miembros familiares que emigran o turistas), se logre transmitir la comprensión simbólica que los campesinos locales de El Estanco le han asignado a la elaboración de este alimento.

El proceso de anclaje se presenta en los campesinos cuando entienden en su conjunto las técnicas de elaboración del atole de plato y las emplean como

conocimiento común en sus prácticas ordinarias. Por ejemplo, la gastronomía tradicional de la región se prepara en estufas de adobe. Es así que con el paso de los años y la experiencia empleada en la cocina estas técnicas culinarias han evolucionado en la medida de que para la preparación de los alimentos utilizan determinada leña: que no esté húmeda, que brinde aroma a los alimentos y que dure más tiempo ardiendo. En palabras de Grecia, familiar visitante:

La leña seca de la región es la mejor opción para cocinar sin humo, lo aprendimos por experiencia... se lo tratamos de enseñar a las guachas.⁶

De manera puntual, el conocimiento empírico que se genera mediante el proceso de objetivación y el anclaje en la elaboración del atole de plato es inductiva y correspondiente con la construcción del conocimiento campesino (Núñez, 2008); además, parte de la experiencia propia y de la interacción con otros individuos, debido a que la representación se transmite por generaciones al interior de la comunidad y de la familia, para asignar roles, significados y valor simbólico que sean de utilidad para que los sujetos orienten su actuar en el contexto social. En definitiva, es necesaria la habilidad de clasificación y evaluación del objeto para transmitir su valor, para que de esta forma se logre un arraigo de la acción en el colectivo.

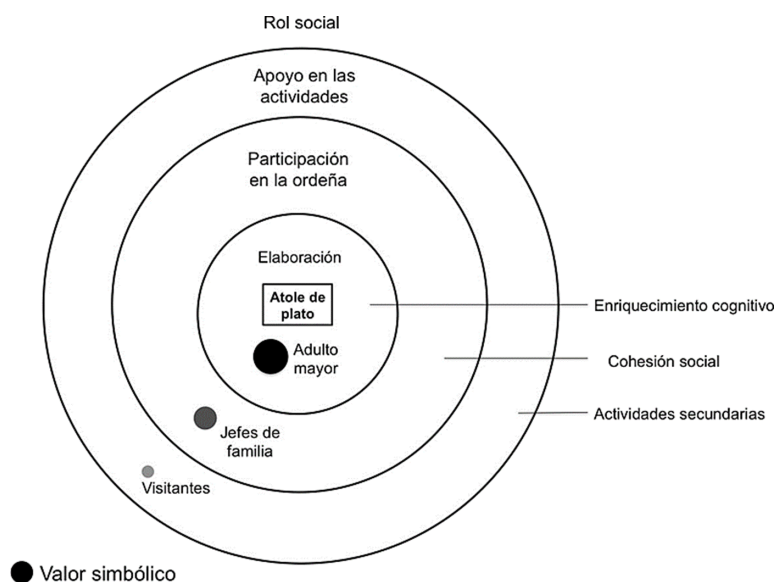


Figura 2. Estructura del Valor simbólico.
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados (2020).



El esquema anterior ilustra el valor simbólico que tiene el objeto en relación con el sujeto, porque en el trabajo de campo se logró apreciar que entre más tiempo se encuentren participando en el proceso de elaboración del atole de plato, mayor es el significado que le atribuyen. Por otra parte, la representación social cumple una función epistemológica de manera que se encuentra estrechamente relacionada con el enriquecimiento cognitivo de los sujetos y del contexto social, cultural e ideal. Esto quiere decir que con el paso del tiempo el valor que tienen los participantes, así como los símbolos y significados, se encuentran en constante evolución (Gonçalves y Bahl, 2016). Particularmente, los resultados evidencian que la representación social del atole de plato es similar entre todos los integrantes de la familia; sin embargo, el valor simbólico se encuentra más fuerte entre los participantes más longevos, debido a su experiencia y por ser los portadores de la tradición.

Discusión

La teoría de las representaciones sociales y el turismo tienen un vínculo estrecho, debido a que ambas partes se relacionan con los fenómenos sociales derivados de las actividades que realizan las personas en los destinos turísticos (Villarreal, 2007). Sin embargo, los estudios, como el de Ferreira y Cappellano (2011), evidencian que se han empleado para analizar el discurso en torno a la percepción social del turismo; también, se utiliza para analizar el pensamiento de los turistas (de Pádua, Duarte y Rodrigues, 2009), o se incorporan en investigaciones para conocer los imaginarios turísticos (Sánchez, 2015).

De esta forma, en la noción de las representaciones sociales se retoman elementos tales como: el objeto, los sujetos, la objetivación, el anclaje y el significado. Si bien, la teoría integra en sus procesos la pertenencia (Jodelet, 1991), para este artículo se encuentra inmersa en el valor simbólico de los participantes. Así, el objeto es sustituido por el atole de plato, y donde el valor simbólico está determinado por factores como: la naturaleza de este, la relación que tienen los participantes con el objeto y por los sistemas de interacción durante la representación (Piñero, 2008).

Los residentes mencionan que la cohesión social que conlleva el proceso de elaboración del atole de plato es significativa, porque es una forma de reunir a la familia y amigos para la preparación del platillo. En este tenor, en palabras de Hebe (2005, p. 4), “las representaciones sociales son también una relación entre sujetos”. A medida que los sujetos se involucran directamente en el proceso, van adquiriendo

un compromiso cognitivo y sociocultural involuntario en la configuración del valor simbólico del atole de plato, lo que repercute en la percepción socioemocional de los más jóvenes.

Por otra parte, la objetivación y el anclaje forman parte de los procesos cognitivos y sociales en la creación colectiva del valor simbólico en la representación. Es decir: “La objetivación, entonces, contribuye a edificar simultáneamente el núcleo imaginante de la representación y de lo que se llama la realidad social” (Moscovici, 1961, p. 204). De tal forma, la elaboración de este alimento da valor, no solo por los ingredientes que requiere y su forma de preparación, sino también al contexto en el que se realiza y la temporada del año en la que se hace, siendo esta la realidad social de la elaboración del atole de plato en El Estanco, Luvianos. Por otra parte, en el anclaje los habitantes del lugar son capaces de entender su significado medio de la interacción y la elaboración del mismo. No obstante, para transmitir el valor simbólico se tiene que tener claro y entender en su totalidad el objeto. Es por ello que dicha preparación es un ritual en el que participan hombres y mujeres; niños, jóvenes y personas mayores, además de visitas o turistas, porque esa convivencia permite transmitir conocimientos a los de menos experiencia, explicándoles no solo el proceso, sino todo lo que ocurre durante las casi doce horas de elaboración, donde la comunicación es parte fundamental para hacer ameno el momento, porque es a través de la oralidad que se comparten relatos de vida, experiencias, enseñanzas, tanto propias como de los familiares difuntos, generándose así un desarrollo socioemocional en ellos.

A pesar de lo anterior, deben de tomarse en cuenta los problemas económicos y los conflictos sociales que desordenan la convivencia en comunidad. Por ello, surge la necesidad de implementar el agroturismo como una estrategia en la actividad económica actual, con el interés de disminuir dichas problemáticas (Ruiz, 2004). En vista de que, esta tipología de turismo renueva la confianza de las personas involucradas, quienes tienen la posibilidad de hacer de su labor cotidiana, un atractivo turístico que genere ingresos complementarios para la mejora de su calidad de vida (Peralta y Li, 2017).

Simultáneamente, el desarrollo del agroturismo es considerado una alternativa de producto turístico sustentable (Romero, Dolores y Verdesoto, 2016). Conviene subrayar, que casi todos los emprendimientos cuentan con dos o tres actividades, en la mayoría basan sus actividades en la ganadería (Szmulewicz, Álvarez y Sepúlveda, 2008), mientras que otros aprovechan el modo de vida rural. Además, esta forma de turismo participativo respeta las tradiciones y la cultura, de manera que los

campesinos identifican y valorizan los recursos culturales y el medio ambiente vinculados a la actividad (FIA, 1999).

En esta investigación se propone que el atole de plato sea considerado como un recurso cultural y elemento dentro de la oferta agroturística de la comunidad de El Estanco, Luvianos, Estado de México. Para ello, una de las estrategias contempladas para incorporar este platillo a las actividades turísticas, sería un proceso de revalorización social, cultural y económica, no solo por los residentes locales; sino también por los turistas que visiten la región. Asimismo, se tendría que generar una campaña de mercadotecnia, enfocada en posicionar el platillo dentro de la oferta agroturística de la región.

Por lo anterior, es necesario resaltar que el proceso de elaboración del atole de plato forma parte de las tradiciones de la comunidad; este platillo integra elementos intangibles como el valor simbólico y el saber-hacer mismos que se han transmitido de generación en generación por más de cincuenta años; además de que este hecho social es significativo para la convivencia y la identidad del grupo. Así mismo, esta costumbre tiene la peculiaridad de ser un atractivo para los familiares que viven en el extranjero, ya que les genera añoranzas de las experiencias vividas durante su infancia y juventud antes de emigrar.

Por otra parte, entre los posibles impactos de la investigación se perciben los beneficios económicos para la comunidad, a través de la implementación del agroturismo como estrategia de diversificación dentro de la actividad agropecuaria. De esta manera, los turistas que visiten El Estanco podrán apreciar el proceso de elaboración del atole de plato. A su vez, esta actitud participativa en el modo de vida rural conducirá al desarrollo social y al fomento en el consumo de productos locales, así como el manejo de prácticas responsables con el ambiente conforman una mejora en la calidad de vida.

En cuanto a las limitaciones de la investigación, durante el trabajo de campo, el acceso y la interacción con los informantes fue difícil en cuanto al acercamiento, puesto que no entendían la finalidad de la investigación; en este sentido, se optó por desarrollar un lenguaje adecuado; sin embargo, también existió un aspecto cultural, que les permitió cuestionarse sobre la importancia y significado del atole de plato, lo cual aportó en la elaboración de este documento.

Conclusiones

Este artículo analiza la representación social del proceso de elaboración del atole de plato en la comunidad de El Estanco y su potencial para ser incluido como parte de la oferta agroturística. Sirva de modelo que, para la comprensión de la noción de las representaciones, esta investigación sustituye y aplica los elementos seleccionados de la teoría, tales como el objeto por el atole de plato, los sujetos igual a participantes, así como también se tomaron en cuenta los procesos de objetivación y anclaje para el entendimiento del conocimiento empírico, debido a que son factores que determinan el valor simbólico.

Dentro de la oferta agroturística, la gastronomía forma parte de los atractivos culturales de la comunidad de El Estanco. Teniendo en cuenta que, en la actualidad platillos típicos como el atole de plato se continúan preparando de forma tradicional, con ingredientes endógenos de la región, mismos que le otorgan una singularidad excepcional a dicho recurso. Por otra parte, el valor simbólico de este alimento para los campesinos es un pilar de cohesión significativo porque reúne a la familia, además de que está relacionado directamente con una de las tradiciones más populares en México, como lo es el día de muertos.

Con respecto a la investigación, es importante retomar el atole de plato como un producto cultural para El Estanco, dentro de la oferta agroturística. Sumado las peculiaridades del territorio como elevación, clima, tipo de suelo, y saber-hacer (Agudelo, Cesín y Thomé, 2016), características propias que constituyen el producto turístico de un destino rural. Por ende, este tipo de investigaciones se perciben como una estrategia para el desarrollo sostenible, gracias al aprovechamiento de recursos culturales, tales como el conocimiento ancestral y tradiciones del lugar.

Finalmente, es necesario un proyecto turístico de diagnóstico, para la planificación y organización territorial, así como una propuesta de mercado agroturístico y un estudio de los impactos del turismo, con el propósito de gestionar de forma eficiente el área. Al mismo tiempo, se deben de integrar las asociaciones de campesinos y ganaderos en el plan de desarrollo, esto con el fin de que sean ellos los que brinden a los turistas una experiencia autentica rural, más aun, sean ellos los principales beneficiados por la actividad económica de la región.



Notas al pie:

- ¹ Coloquialmente se dice de esta forma a mover de un lado a otro un objeto.
- ² Cónyuges que aún no tienen hijos.
- ³ La Sierra de Nanchititla se ubica en el municipio de Luvianos, fue declarada Área Natural Protegida (ANP) en el año de 1977, su altitud varía de los 420 msnm hasta los 2,100 msnm, oscilando temperaturas promedio entre los 21 °C y 23 °C.
- ⁴ Es un recipiente de cocina de metal, particularmente el utilizado para el atole de plato es de cobre.
- ⁵ Es la pareja de animales de carga que se encuentran unidos por un instrumento, los cuales ayudan en la labor del campo.
- ⁶ El significado regional es de muchachas o señoritas

Referencias

- Agudelo, M., Cesín, A. y Thomé, H. (2016). Alimentos emblemáticos y turismo. La vinculación del queso bola de Ocosingo con la oferta turística regional. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 13(3), 131-149. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/asd/v13n1/1870-5472-asd-13-01-00131.pdf>
- Alejo, M., Mendoza, M. y Rodríguez, P. (2012). Las representaciones sociales de Los estudios universitarios en México. El caso de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1502-1520. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180725030008>
- Andrade, M. y Ullauri. (2015). La historia del agroturismo en el cantón cuenca Ecuador. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1199-1212. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.081>
- Andrés, J. (2014). El turismo en los procesos de desarrollo rural. *Papeles de Geografía*, 17-36.
- Balcázar, P., González-Arratia, N., Gurrola, G. y Moysén, A. (2015). *Investigación cualitativa*. Toluca: Ciencias sociales Sociología. Recuperado de <http://www.psykhe.cl/index.php/psykhe/article/view/45/45>
- Banchs, M. (2000). Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representations*, 9, 3.1-3.15.
- Banchs, M. (2003). Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de aplicación. *Asociación Venezolana de Psicología Social*, 14(3).

- Bartels, J. y Onwezen, M. C. (2014). Consumers' willingness to buy products with environmental and ethical claims: The roles of social representations and social identity. *International Journal of Consumer Studies*, 38(1), 82-89. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12067>
- Behrens, J. H., Vedovato, G. M., Cervato-Mancuso, A. M., Bastos, D. H. M. (2015). Social representations of safety in food services. *Food Research International*, 74, 324-328. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2015.05.024>
- Beriain, J. (1988). Representaciones colectivas y estructura simbólica de la sociedad. *Universidad Pública de Navarra*, 23-47.
- Casas, D., Rodríguez, A. y Alves, W. (2016). Representaciones sociales de la dieta en paciente con obesidad: la otredad olvidada en Salud Publica. *WAXAPA*, 8(15), 4-16.
- De Moraes, M., Muñoz, A. y Larrea-Killinger, C. (2020). How would you define healthy food? Social representations of Brazilian, French and Spanish dietitians and young laywomen. *Appetite*, 153(mayo), 104728. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104728>
- De Pádua, A., Duarte, T. y Rodrigues, A. (2009). Espacio, prácticas y representaciones sociales en el turismo de negocios. La Feria Hippie de Belo Horizonte (Brasil) y las construcciones simbólicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(6), 741-760. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713900007>
- Farr, R. (1987). The science of mental life: A social psychological perspective. *Bulletin of the British Psychological Society* (40), 2-17. doi: <https://doi.org/10.1017/S1138741600005163>
- Ferreira, M. y Cappellano, M. (2011). Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual. Análisis de notas periodísticas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5), 1175-1195. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722704012>
- Fundacion para la Innovación Agraria (FIA, 1999). *Agroturismo una opción innovadora para el sector rural*. (M. d. Agricultura, Ed.) Santiago de Chile: Manuales para la innovación.
- García, D., González, C. y Montenegro, M. (2019). Representaciones sociales y puestas en escena en los Mercados Campesinos de Bogotá: "El buen campesino", "el campesino institucionalizado" y "el campesino rebelde". 13(26), 1-45. doi: <http://dx.doi.org/10.28965/2019-26-09>
- Gauthier, E. (2010). Social representations of risk in the food irradiation debate in Canada, 1986-2002. *Science Communication*, 32(3), 295-329. doi: <https://doi.org/10.1177/1075547009345473>
- Gonçalves, A. y Bahl, M. (2016). El festival de invierno de la Universidad Federal de Paraná en Antonina (Paraná, Brasil) La representación social del evento según la perspectiva de los residentes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, XXV, 558-575.

- Hebe, L. (2005). Representaciones sociales: Una manera de entender las ideas de nuestros alumnos. *Revista Electrónica de la Red de Investigación Educativa*, 1(3). Recuperado de <http://revista.iered.org/v1n3/pdf/llacolla.pdf>
- Hernández, D., Alanís, E., Jiménez, J., Aguirre, O. y Treviño, E. (2016). Participación social en la sierra fría: Área de Protección de Recursos Naturales (APRN), Zacatecas, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 13(1), 33-45. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/asd/v13n1/1870-5472-asd-1301-00033.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2000). *Metodología de la investigación* (Segunda Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2019). *Diseño y operación de productos agroturísticos por IICA*. Recuperado el 16 de 01 de 2020, de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0dZbiIV4xdA_h6CkmVgQd7WYSusbOOHncYOQoC4BvgIb-RkSZCEquyynQ
- Jodelet, D. (1988). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. Barcelona, España: Paidós Ed.
- Jodelet, D. (1991). Representación social: un área en expansión. En D. Páez, *Sida: imagen y prevención*. España: Fundamentos.
- Jodelet, D. (2011). Aportes del enfoque de las representaciones sociales al campo de la educación. *Espacios en Blanco. Revista de Educación* (21), 133-154.
- Joffe, H. y Lee, N. Y. L. (2004). Social representation of a food risk: The Hong Kong avian bird flu epidemic. *Journal of Health Psychology*, 9(4), 517-533. doi: <https://doi.org/10.1177/1359105304044036>
- Kizos, T. y Losifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: Evidence from three case studies. *South European Society & Politics*, 12(No. 1), 59-77. doi: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13608740601155443>
- Lo Monaco, G. y Bonetto, E. (2019). Social representations and culture in food studies. *Food Research International*, 115, 474-479. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.10.029>
- Mageski, J., Sanches, M. y Busanelli, A. (2013). Trajetória institucional do agroturismo em uma colônia italiana. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 235-252. doi: <https://doi.org/10.22004/ag.econ.262699>
- Mäkinen, J. P., Pirttilä-Backman, A. M. y Pieri, M. (2011). Ethical and unethical food. Social representations among Finnish, Danish and Italian students. *Appetite*, 56(2), 495-502. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.01.023>
- Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. 1-8. Recuperado de <https://www.ugel01.gob.pe/wp-content/uploads/2019/01/1-La-Observaci%C3%B3n-y-el-Diario-de-campo-07-01-19.pdf>

- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, 13(2), 243-248. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/360/36021230010.pdf>
- Melendrez-Ruiz, J., Arvisenet, G., Laugel, V., Chambaron, S. y Monnery-Patris, S. (2020). Do French consumers have the same social representations of pulses as food industry professionals? *Foods*. 9(2), 147. doi: <https://doi.org/10.3390/foods9020147>
- Moñivas, A. (1994). Epistemología y representaciones sociales: concepto y teoría. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 4(47), 409-419. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ed/v22n2/v22n2a7.pdf>
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 1(2), 1-25. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n2.55>
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse son image et son public*. París, Francia: Presses Universitaires de Francia.
- Núñez, J. (2008). Practicas sociales campesina: saber local y educacion rural. *Investigacion y postgrado*, 23(2), 45-88. doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65815752003>
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(3), 738-752. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717583012.pdf>
- Oliveira, U. y Teixeira, M. (2011). La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un producto del turismo cultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 404-424.
- Parra, E. y Calero, F. (2006). Agrotourism, sustainable tourism and Ultraperipheral areas: The Case of Canary Islands. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 4(1), 85-97. doi: <http://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.006>
- Peralta, J. y Li, S. (2017). *Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales*. Recuperado de <http://190.11.245.229/bitstream/handle/123456789/273/VALENZUELA%20MAZORRA%20SANTIAGO%20ANDRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Phillip, S., Hunter, C. y Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*. (31), 754-758. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Pina, J. y Cuevas, Y. (2004). La teoría de las representaciones sociales: su uso en la investigación educativa en México. *Perfiles educativos*, 26, 102-124. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13210605>
- Piñero, S. (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: una articulación conceptual. *Revista de Educación Educativa*. 1-19. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2831/283121713002.pdf>

- Prada, G., Gamboa, E. y Jaime, M. (2006). Representaciones sociales sobre alimentación saludable en población vulnerable. Bucaramanga, Santander. Colombia. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 38(3), 181-188.
- Restrepo, E. (2018). *Técnicas etnográficas*. Recuperado de <http://www.ramwan.net/restrepo/documentos/tecnicas%20etnograficas-borrador.docx>
- Ribeiro, T., Barone, B. y Behrens, J. (2016). Genetically modified foods and their social representation. *Food Research International*, 84, 120-127. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2016.03.029>
- Riffo, B. (2016). Representaciones mentales en la comprensión del discurso: del significante lineal al modelo de situación. *Revista Signos. Estudios de Lingüística*, 205-223. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1345/134513178006.pdf>
- Rojas, J. y Rodríguez, M. (2017). Complejidad en las representaciones sociales que interpretan la cultura alimentaria para alcanzar la seguridad alimentaria: caso del consumo de frutas y verduras en niños escolarizados. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 16(4), 30-41.
- Rojas, P. y Leal, F. (1999). Las representaciones sociales en acción: el ejemplo de la violencia conyugal. *La revista de Psicología de la UJSO*, 1(1), 21-27. Recuperado de https://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n6/es_19.pdf
- Romero, A., Dolores, M. y Verdesoto, S. (2016). Potencialidades de desarrollo del agroturismo en la provincia Tungurahua, Ecuador. *Retos Turísticos*, 15(2). Recuperado de https://pdfs.semanticscholar.org/9a7a/47e23952cec764374614ee063a365c4a3212.pdf?_ga=2.45228324.1627718565.1592418043-1220357160.1592418043
- Ruiz, M. (2004). La oferta agroturística como estrategia económica y cultural para un desarrollo social sostenible. *Turismo y Sociedad*, 3. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2232/1976>
- Sáenz, D., Maldonado, A. y Figueroa, L. (2016). Estructura y organización de la representación social sobre consumo. El caso de la colonia 18 de marzo de Minatitlán, Veracruz. *Cultura y representaciones sociales*, 11(21), 211-241. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v11n21/2007-8110-crs11-21-00211.pdf>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13, 71-78.
- Sánchez, G., Vera, A. y Piña, N. (2010). Representaciones sociales del turismo en la península de Paraguaná, estado Falcón. *Multiciencias*. 10(1), 85-93. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v11n21/2007-8110-crs-11-21-00211.pdf>
- Sánchez, V. (2015). Imaginarios, representaciones e imagen turística. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*. 5(1). Recuperado de <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3072>
- Sayadi, S. y Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montañas del sureste español. *Cuadernos de Turismo* (7), 131-157. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22091>

- Secretaría de Desarrollo Social (2013). *Catálogo de Localidades*. Recuperado de <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMun.aspx?buscar=1&tipo=nombre&campo=loc&valor=El+Estando>
- Secretaría de Turismo (2004). *Secretaría de Turismo*. Subsecretaría de Operación Turística. Recuperado de file:///C:/Users/acer/Downloads/1-1_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf
- Szmulewicz, P., Alvarez, K. y Sepúlveda, R. (2008). *Agroturismo en Chile. Caracterización y perspectivas*. Chile: Fundación para la Innovación Agraria y Universidad Austral de Chile.
- Théodore, F., Bonvecchio, A., Blanco, I. y Carreto, Y. (2011). Representaciones sociales relacionadas con la alimentación escolar: el caso de las escuelas públicas de la Ciudad de México. *Salud Colectiva*, 7(2), 215. doi: <https://doi.org/10.18294/sc.2011.381>
- Uribe, J. (2006). Las prácticas alimentarias relacionadas con la búsqueda del ideal corporal. El caso de la ciudad de Medellín (Colombia). *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia*, 20(37), 227-250.
- Vergara, M. (2008). La naturaleza de las representaciones sociales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 6(1), 55-80. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianzacindeumz/20130801104940/ArtMariadelCarmenVergara.pdf>
- Villar, M. y Ramírez, J. (2014). El valor simbólico de la imagen representada. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño* (16), 51-64. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4779/477947304004.pdf>
- Villarroel, E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49), 434-454. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504911.pdf>
- World Tourism Organization (UNWTO, 2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Recuperado de www.e-unwto.org/doi/pdf/10.1811/9789284420858
- Zamora, M. (2007). *Tesis doctorales de Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado de eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/merzr/index.htm>