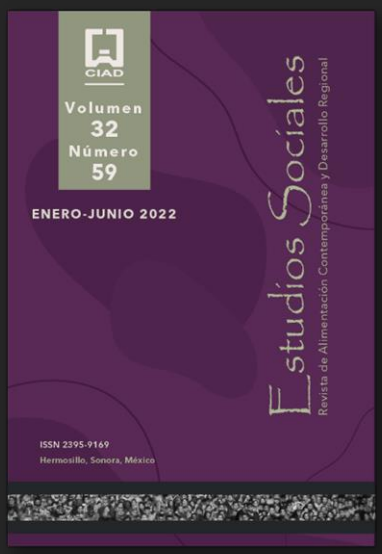
Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional
Volumen 32, Número 59. Enero – Junio 2022
Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169



Identificación de los alimentos tradicionales de Tabasco para la determinación de su potencial como artesanía alimentaria

Identification of traditional foods of Tabasco for the determination of their potential as food crafts

DOI: https://doi.org/10.24836/es.v32i59.1209
e221209

Judith Espinosa-Moreno*
https://orcid.org/0000-0002-8864-3304
Areli Carrera-Lanestosa*
https://orcid.org/0000-0001-5832-4030
Dora Centurión-Hidalgo*
https://orcid.org/0000-0003-0622-9431
Lourdes Baeza-Mendoza*
https://orcid.org/0000-0002-5809-9977
José Alberto García-Centurión*
https://orcid.org/0000-0003-2693-5552
Blanca Alicia Sánchez-Ruiz*
https://orcid.org/0000-0003-0951-2515

Fecha de recepción: 11 de enero de 2022.
Fecha de envío a evaluación: 24 de enero de 2022.
Fecha de aceptación: 04 de febrero de 2022.

*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Autora para correspondencia: Judith Espinosa-Moreno.
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Agropecuarias.
Km 25, Carretera Villahermosa-Teapa, Ranchería La Huasteca 2ª Sección, C. P. 86298.
Centro, Tabasco, México. Tel. 993 358 15 00 Ext. 6602.
Dirección: juespinosa53@gmail.com

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.
Hermosillo, Sonora, México.

CC BY NC

Resumen / Abstract

Objetivo: Identificar los alimentos tradicionales comercializados en los mercados municipales de la ciudad de Villahermosa, Tabasco, México, para la determinación de su potencial como artesanía alimentaria. Metodología: Fue de carácter cualitativo transversal y el diseño de la investigación siguió un enfoque fenomenológico sistémico. Se realizó en cuatro etapas. En la primera, se realizó un recorrido observacional en cada mercado recorriendo los pasillos para ubicar los giros comerciales. La segunda consistió en el diseño de un instrumento con cuatro secciones: datos generales del mercado; datos personales del comerciante; nombre de los productos artesanales alimentarios, y origen del producto. En la tercera, se registraron los alimentos artesanales ofertados y se tomaron fotografías del producto artesanal para elaborar una ficha con la imagen del producto. En la última, se verificó la información obtenida con la lista de las características que debe cumplir un producto para ser considerado como artesanía alimentaria. Resultados: Se identificó un total de 123 productos de los cuales 67 cumplen con algunas de las características para ser considerados como artesanías alimentarias, además de 56 productos que se comercializan a granel y que se podrían considerar como tal cuando cumplan con la imagen del producto. Limitaciones: Han aumentado los locales donde se vende comida preparada, tipo fondas, y que los alimentos tradicionales se comercializan principalmente en los locales de abarrotes lo que ha limitado su difusión. Conclusiones: Los alimentos artesanales representan la cultura alimentaria de una región que se ha mantenido mediante transmisión oral, lo que se evidenció con la existencia y comercialización, en los mercados municipales de la ciudad de Villahermosa, de alimentos tradicionales que cumplen con las características para ser considerados como una artesanía alimentaria.

Palabras clave: alimentación contemporánea; artesanía alimentaria; cultura alimentaria; conocimiento tradicional; mercado municipal; Tabasco.

Objective: identify traditional foods commercialized in the municipal markets of Villahermosa City, Tabasco, Mexico, for the determination of their potential as food crafts. Methodology: It was qualitatively cross-sectional and the research design followed a systemic phenomenological approach. In the first, an observational tour was made in each market going through the aisles to locate the commercial turns. The second consisted of the design of an instrument with four sections: general market data; personal data of the trader; name of artisanal food products; and origin of the product. In the third, the artisanal foods offered were registered and photographs of the artisanal product were taken to elaborate a file with the image of the product. In the last one, the information obtained was verified with the list of the characteristics that a product must meet to be considered as a food craft. Results: A total 123 products were identified and 67 meet the characteristics to be considered as food crafts, in addition to 56 products that are marketed in bulk and that could be considered as such when they comply with the image of the product. Limitations: Was observed that the premises where prepared food is sold, type fondas, have increased, and that traditional foods are marketed mainly in grocery stores, which has limited their diffusion. Conclusions: Artisanal foods represent the regional food culture that has been maintained through oral transmission, which was evidenced by the existence of traditional foods, marketed in the municipal markets of Villahermosa city, which fully comply with the characteristics to be considered as a food craft.

Key words: contemporary food; food crafts; gastronomic culture; traditional knowledge; municipal market; Tabasco.

Introducción

Los alimentos son fundamentales en las economías regionales y locales, por lo que su conservación, preservación y aprecio estimulan el impacto y potencial en otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar (Meléndez y Cañez, 2009). En ese ámbito están presentes los alimentos artesanales que están relacionados con la elaboración de forma manual y con productos elaborados a pequeña escala por personas con ciertas destrezas (Manrique, 1996). La artesanalidad, como concepto, define a esta clase de trabajo especial como:

> derivado de una interacción entre los elementos físicos, biológicos y sociales de un territorio a través de largos periodos de tiempo, lo que permite que una comunidad de artesanos acumule conocimientos y habilidades que se materializan en los procesos realizados y en las materias primas utilizadas. Una característica fundamental de los productos artesanales es la naturaleza colectiva de los procesos para su elaboración. Ésta se expresa, en primera instancia, en la división del trabajo en la familia y en el taller, aunado a dos características inherentes: la pequeña escala y el bajo nivel de uso de máquinas (Camacho-Vera, Cervantes-Escoto, Cesín-Vargas, y Palacios-Rangel, 2019, p. 8).

Además de la intervención personal del artesano en la producción de alimentos, la identificación de determinadas maneras de producir o el uso limitado de aditivos, constituyen sus principales señas de identidad (Hidalgo, 2010). Se considera artesanía alimentaria a la actividad de elaboración, manipulación y transformación de alimentos que están sujetos a unas condiciones durante todo su proceso productivo y que garantizan al consumidor un producto individualizado con características diferenciales gracias a las pequeñas producciones controladas por la intervención personal del artesano. Pero más que desde un proceso técnico de producción, es una manifestación de cultura y de formas de vida y una lucha por la supervivencia de procesos tradicionales alimentarios (Alejo et al., 2010).

Los productos artesanales "forman parte del proceso de apropiación del territorio, es decir, de un proceso de la territorialización mediante el cual un grupo social constituye su modo de vida" (Camacho-Vera et al., 2019, p. 16). Sin embargo, la producción artesanal se enfoca desde una perspectiva cultural, económica y social, sin considerar las Normas Oficiales Mexicanas obligatorias que deben cumplirse según un producto específico (Domínguez-López et al., 2011).

Los productos alimentarios artesanales han incrementado su popularidad y su producción en los últimos años, por lo que pueden ser una estrategia de desarrollo para productores rurales de países con economías emergentes (Boucher y Requier-Desjardins, 2005). "En países desarrollados, los pequeños productores que sobreviven con su producción artesanal mantienen vivas las tradiciones al ofrecer productos diferenciados, incrementan el turismo y favorecen la creación de empleos." (Domínguez-López, Villanueva-Carvajal, Arriaga-Jordán y Espinoza-Ortega, 2011, p. 170). De la misma manera, la Unión Europea promueve el desarrollo rural de sus miembros económicamente menos favorecidos utilizando sus tradiciones fuertemente arraigadas con el fin de reducir la diferencia socioeconómica entre los países del norte con los del centro (Cantarelli, 2000).

En una investigación en la Villa de Osera de la Comarca del Alt Urgell, en Cataluña, España, sobre la potencialidad de desarrollo rural alimentario sostenible, Alamon, Guardia, Pallarès, Pallarès y Paül (2012, p. 6) propusieron "la transformación de un pueblo residual en un auténtico referente de pequeñas agroindustrias cárnicas y lácteas con producción artesanal, con sellos de calidad e Indicaciones Geográficas Protegidas". Esta potencialidad se fundamenta en la calidad de la producción agroalimentaria, conseguida con métodos artesanales, en un entorno natural conservado, con el control de todo el proceso (pastar, ordeñar,

elaborar, comercializar y vender), el fomento de la marca de calidad de los alimentos artesanales de toda una comarca, la promoción turística de ésta, el aumento de la autoestima individual y colectiva, la conservación y divulgación del patrimonio rural de esta área, entre otros. Sin embargo, la principal amenaza del modelo para la continuidad es que la renovación generacional no está asegurada. no hay garantías que se reproduzcan o repitan los factores que permitieron el desarrollo del modelo. En Río de la Plata, Argentina, Velarde et al. (2001, p. 80) propusieron la construcción colectiva de una estrategia para desarrollar los planteamientos tradicionales en la que

> se puede elaborar un esquema general de desenvolvimiento de planes y acciones de desarrollo rural local a partir de la revalorización de producciones típicas que permiten el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores familiares de la región rioplatense (Velarde et al., 2001, p. 80).

y que "es necesario involucrar a otros actores que atraviesen a la totalidad de la cadena de producción-consumo" (Velarde et al., 2001, p. 80), para avanzar en la consolidación y ampliación de este tipo de propuestas. En este contexto, la intervención situada desde el desarrollo local, promovida a través del rescate de productos típicos, son una alternativa para mejorar las condiciones de vida y de producción, estudiar las potencialidades y restricciones de los sistemas productivos, y establecer las posibles conexiones entre los aspectos de transformación, comercialización y consumo.

En un estudio cualitativo de tipo etnográfico realizado por Chávez, Cerda y del Carpio y Clemente (2016, p. 2) cuyo objetivo fue "analizar los procesos relacionados con la economía regional, el desarrollo local y la construcción de identidades desde la producción artesanal en el municipio de Salvatierra, Guanajuato", se señala que "la identidad regional, local, personal y comunitaria se construye a partir de elementos culturales compartidos como la música de viento y las artesanías agroalimentarias". Por otro lado, en el diagnóstico de los recursos de la zona de producción de quesos del municipio de Aculco del Estado de México, Castañeda, Boucher, Sánchez y Espinoza (2009) establecieron la tipología de empresas en artesanales, diversificadas y comerciales de acuerdo con el volumen de leche procesada, número de productos lácteos fabricados, tipo de mano de obra, uso de leche en polvo, utilización de descremadora y la actividad organizativa. La participación en acciones colectivas se identificó sólo entre productores de queso,

pero el accionar por tipo de empresa es disímil. Las empresas diversificadas y comerciales están dispuestas a la organización por las ventajas que confiere, mientras que las tradicionales se consideran con pocas posibilidades por la escala de producción. Las actividades organizativas son un elemento positivo para la concentración de empresas si se considera la dificultad que presentan para mejorar la calidad y comercialización de los productos lácteos. La agroindustria constituyó la parte central del sistema agroalimentario local dado que los eslabones articulados a ella (productores de leche y recolectores) interactuaron sólo como proveedores de materia prima. Arzeno y Troncoso aseguran que

> en la actualidad existe un creciente interés por el consumo de productos alimentarios cuyos principales atractivos se vinculan, por un lado, con su distinción asociada a un origen geográfico y cultural. Y por otro, con algunas condiciones ligadas a las formas en que son elaborados (Arzeno y Troncoso, 2012, p. 72).

Por otro lado, el consumidor ha mostrado un entusiasmo creciente por los productos vinculados a una tierra identificable por productos de calidad diferenciada, sanos, portadores de sabores, de placer y generadores de deseos. La orientación hacia la valorización local y marginal está convirtiéndose en el fundamento estratégico de zonas importantes de numerosas regiones en el mundo (OEL, 2000). Los consumidores de Uruguay han comenzado a valorizar los productos artesanales y han establecido una marca de calidad; estos alimentos artesanales incluyen productos como dulces, mermeladas, encurtidos, acidificados, chocolates, galletas, quesos de oveja, miel y productos de la pesca (Lancibidad, 2006). Las formas de producción son aprendidas, compartidas y reproducidas en el seno de las familias, con un significado común entre sus miembros, asegurando de esta manera la supervivencia de procesos tradicionales alimentarios como resultado de un trabajo creativo, colectivo, con un toque de sabiduría humanística (Rivera, Alberti, Vázquez y Mendoza, 2008). Las características que un producto alimentario debe cumplir para ser considerado como artesanía alimentaria se resumen el Cuadro 1.

Cuadro 1.
Características que debe cumplir una artesanía alimentaria

	Característica	Autor(es)
I.	Materias primas de origen regional	Manrique, 1996; Román, 2003
II.	Forman parte de las economías regionales y se refleja en los hábitos de consumo	Meléndez y Canez, 2009
III.	Producción mayoritariamente manual con la intervención miembros de la familia personal o artesanos	Lancibidad, 2006; Hidalgo, 2010; Manrique, 1996; UNESCO, 1997
IV.	Sin aditivos o limitados	Lancibidad, 2006; Hidalgo, 2010; Manrique,1996; UNESCO,1997
V.	Vinculados con su distinción a un origen geográfico.	Lancibidad, 2006; Arzeno y Troncoso, 2012
VI.	Identificación con raíces culturales donde convergen la cultura y la tradición alimentaria de los pueblos	Muchnik, 2006; Domínguez-López *et al.*, 2011; Arzeno y Troncoso, 2012
VII.	Supervivencia de procesos tradicionales, es decir, un saber hacer que se transmite dentro de una comunidad, que proporciona la identificación con raíces culturales	Órgano de la Presidencia del Gobierno de Aragón, 2006; Villegas y Cervantes, 2011; Velarde *et al.*, 2001; Alejo, Ruiz y Pérez, 2010
VIII.	La imagen del producto que es lo más importante de él y queda conformada por los siguientes elementos: alimento en sí mismo, envase y embalaje, nombre y marca, identidad comercial del nombre y de la marca	Burón y García, 1990"

Fuente: elaboración propia.

El patrimonio cultural es un "puente entre el pasado y el presente de una sociedad, como herencia, como materialización de las continuidades y al mismo tiempo símbolo de su transmisión" (Espeitx, 2004, 194). Por otro lado, se afirma que el patrimonio cultural:

> es un acuerdo social sobre aquellos aspectos presentes de la cultura que se considera que son representativos, que forman parte significativa de la identidad colectiva y que son, asimismo, susceptibles de ser conservados y legados a las próximas generaciones. Los productos de la tierra y las cocinas locales comparten tanto su singularidad como una complejidad que se deriva de referirse, simultáneamente, a prácticas y técnicas vivas, por un lado, y a las identidades, a lazos afectivos y a preferencias gustativas específicas por otro (Medina 2017, p. 107).

De acuerdo con Moreira (2006) y Medina (2017), el patrimonio alimentario es la selección culinaria asociada a la alimentación de un lugar, a los productos de la región, a las prácticas, a los conocimientos, a las técnicas de almacenaje, la preparación, entre otros aspectos que se expresan en los alimentos tradicionales que contribuyen a las necesidades físicas, a la identidad y a la memoria colectiva del lugar. Moreira (2006) establece que:

> el patrimonio alimentario heredado y valorizado o desvalorizado por cada generación está constituido por las formas y los ritmos de aprovisionamiento alimentario de una determinada cultura o grupo, las técnicas y los espacios de almacenaje, las técnicas y los procesos de preparación culinaria y los hábitos de consumo y de sociabilidad alrededor de la comida; las representaciones, creencias y conocimientos relativos a estos aspectos, forman parte de la memoria colectiva (Moreira, 2006, p. 3).

De acuerdo con la información del Ayuntamiento de Centro, Tabasco, en la década de mil novecientos cuarenta, Villahermosa tuvo su primer mercado construido en la segunda mitad del siglo XIX y conocido con el nombre de Gregorio Méndez en pleno corazón de la ciudad. Años después fue reubicado y renombrado como José María Pino Suárez el 18 de marzo en 1962. El segundo mercado en aparecer en la ciudad de Villahermosa fue el mercado Coronel Gregorio Méndez Magaña, ubicado en la Colonia Reforma, el cual fue fundado el 4 de octubre de 1974. Ante el crecimiento de la población que demandaba productos, el 12 de noviembre de 1975 abrió sus puertas el mercado General Miguel Orrico de los Llanos, situado en la Colonia Punta Brava. Cinco años después, el 10 de mayo de 1980, vio por primera vez la luz el mercado Tabasco Avanza localizado en la Colonia Atasta de Serra. El 11 de septiembre de 1985 se fundó el mercado Noé de la Flor Casanova ubicado en la Colonia José María Pino Suárez. El último centro de abasto popular, el mercado

Florentino Hernández Bautista, se fundó en la Colonia Gaviotas el 2 de febrero de 1986 (Ayuntamiento de Centro, 2010). El objetivo del presente trabajo fue identificar los alimentos tradicionales comercializados en los mercados municipales de la ciudad de Villahermosa, Tabasco, México, para la determinación de su potencial como artesanía alimentaria.

Materiales y métodos

La metodología utilizada fue de carácter cualitativo transversal y el diseño de la investigación siguió un enfoque fenomenológico sistémico que apuntó hacia las experiencias individuales subjetivas de los entrevistados (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Para llevar a cabo la investigación fue necesario el trámite de permisos ante las autoridades correspondientes: el Coordinador General de Servicios Municipales de Mercados y con el Coordinador Administrativo en cada mercado. Con ello, se obtuvo la autorización para llevar a cabo el trabajo de investigación, así como reconocer la ubicación y las características de cada uno de los seis mercados que funcionan en la Ciudad de Villahermosa: José María Pino Suárez (JMPS), Tabasco Avanza (TA), Miguel Orrico de los Llanos (MOL), Gregorio Méndez Magaña (GMM), Noé de la Flor Casanova (NFC) y Florentino Hernández Bautista (FHB). El trabajo se realizó de enero a diciembre de 2019 y se desarrolló en cuatro etapas. En la primera, se realizó un recorrido observacional por los pasillos en cada uno de los seis mercados municipales de la ciudad de Villahermosa, para ubicar los giros comerciales e identificar los dedicados a comercializar alimentos artesanales. La segunda fue el diseño del instrumento, basado en la propuesta de Clemente Roig, Valencia, Ferrandis y Martínez (2008), que consistió en cuatro secciones: los datos generales del mercado; los datos personales del comerciante; el nombre de los alimentos artesanales, y el origen del producto y del proveedor. El cuestionario se validó mediante una prueba piloto aplicada al 20% de los comerciantes de productos alimentarios en los locales fijos distribuidos en los seis mercados en estudio. La información recuperada se analizó para evaluar si los datos proporcionados por el cuestionario eran suficientes para cumplir con los objetivos propuestos en el trabajo, después de lo cual se modificó para su mejor compresión.

La tercera etapa fue la aplicación del cuestionario a los comerciantes presentes en los locales fijos de giros referentes a alimentos, se tomaron fotografías de los alimentos comercializados, y se elaboró una ficha de los productos artesanales encontrados con la imagen del producto, marca, dirección de producción y etiqueta, entre otras características observadas durante esta etapa. Finalmente, en la cuarta etapa se analizó la información de los productos encontrados y se comparó con la lista de verificación de las características que debe cumplir un producto alimentario para ser considerado como una artesanía (Cuadro 2).

Cuadro 2.
Lista de verificación de las principales características de un producto para ser considerado como una artesanía alimentaria

Característica			
Elaboración manual	Local	Regional	Nacional
Producción de baja escala	Local	Regional	Nacional
Origen de materia prima	Local	Regional	Nacional
Origen de mano de obra	Familiar	Local	Regional
Transmisión de la elaboración del alimento	Más de cinco generaciones	De tres a cinco generaciones	Menos de tres generaciones
Uso de maquinaria	Bajo	Medio	Alto
Uso de aditivos	Naturales	Químicos	No usa
Sellos de calidad	Sí	No	En desarrollo
Denominación de origen	Sí	No	En desarrollo
Control de la producción	Sí	No	En desarrollo
Difusión (mercadotecnia)	Sí	No	En desarrollo
Presentación	Preenvasado	A granel	

Fuente: elaboración propia.

Análisis de datos

Se realizó la caracterización de los comerciantes y se contabilizó el número de alimentos preparados preenvasados y de venta a granel. Con la información recabada se conformó una base de datos con los nombres de los productos y las características de la lista de verificación que cumple cada uno de los productos registrados.

Resultados y discusión

De la actividad observacional durante el recorriendo por los pasillos se encontró que existen giros comerciales comunes en los seis mercados municipales de la ciudad de Villahermosa: florerías, piñatas y suministros de fiestas, jugueterías, artículos religiosos, mercerías, revistas, ropa, zapatos, productos herbolarios y, dentro de la venta de alimentos: carnicerías; mariscos y pescados; molino de masa y pozol;[1] especias y semillas; dulces regionales; frutas y jugos; comidas (fondas, cocinas económicas, taquerías) y abarrotes. Cabe destacar que los productos alimentarios regionales se expenden en los locales que comercializan abarrotes.

Al analizar los datos de los comerciantes, se encontró que el rango de edad está comprendido entre 23 y 69 años; el 95% de los encuestados son hombres y 5% mujeres. El 38% cuenta con estudios de primaria, el 33% de secundaria, otro 33% de bachillerato y el 6% de licenciatura. Con respecto a los años en el negocio, el 90% mencionó que iniciaron sus actividades desde la inauguración del mercado y algunos que han heredado el negocio de sus padres.

La NOM-251-SSA1-2009 conceptualiza a los alimentos preparados como "aquellos que se someten a un procedimiento mecánico como picado, mezclado, entre otros; físico-químico como calor húmedo o seco, de fritura, enfriamiento o congelación para su consumo". Después del análisis de la información obtenida de los alimentos que se comercializan en los seis mercados municipales de la ciudad de Villahermosa, se encontró un total de 123 alimentos preparados que se elaboran a partir de 19 materias primas (Figura 1) que se obtienen en el estado de Tabasco.

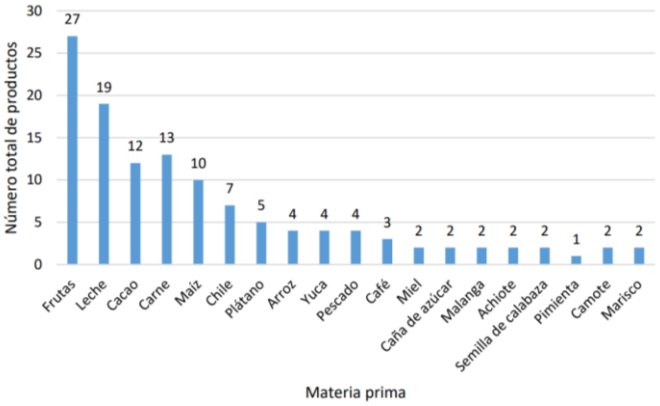


Figura 1. Número total de alimentos preparados a partir de las materias primas producidas en el estado de Tabasco. Fuente: elaboración propia.

Se encontró que el 58% de los productos están en la categoría de productos preenvasados (Figura 2), definidos como "alimentos que son colocados en un envase de cualquier naturaleza, fuera del punto de venta y en ausencia del consumidor final, en el cual la cantidad de producto contenido en él no puede ser alterada a menos que el envase sea abierto o modificado perceptiblemente" (NOM-251-SSA1-2009). El 42% restante se comercializa a granel que, por definición de la misma norma, "son aquellos que se pesan, miden o cuentan en presencia del consumidor".

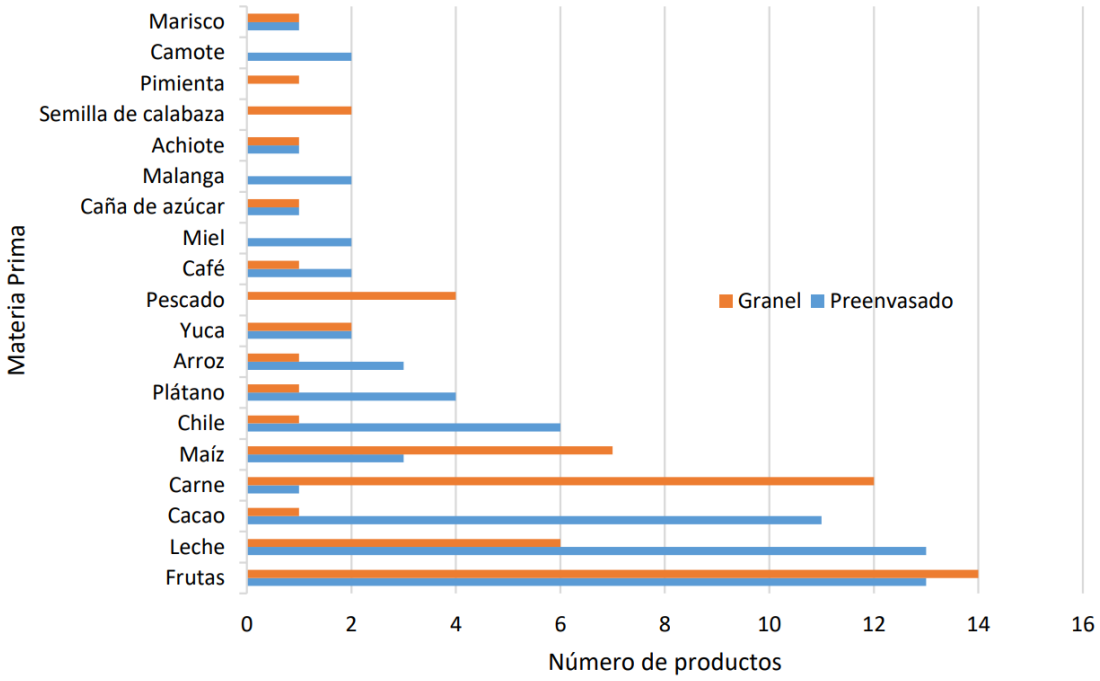


Figura 2. Productos alimentarios comercializados preenvasados y a granel en los mercados municipales de Villahermosa, Tabasco.
Fuente: elaboración propia.

Se determinó que el 83% de las 19 materias primas identificadas son de producción estatal (Cuadro 3) y el 17 % restante se producen en otros estados: avena, trigo, ajo y chiles secos.

Cuadro 3.
Alimentos artesanales elaborados con materia prima producida en el estado de Tabasco

Materia prima	Alimentos preparados artesanalmente
Frutas (22%)	Conserva de naranja agria o camote-piña en joloche[2]. Pulpa de tamarindo azucarada. Coco confitado. Mermelada de maracuyá, carambola, jamaica con chile, pimiento morrón con chile, piña, nanche[3], ciruela o mango curtidos en alcohol. Licores de flor de jamaica, piña, maracuyá, pitaya Compota de oreja de mico[4], cocoyol, grosella, guapaque, melocotón, nanche, mango, lima cereza, calabaza, papaya verde. Conserva de Torno Largo[5]. Limón real cristalizado
Leche de vaca y búfala[6] (16%)	Mantequilla natural, con ajo, con chipotle. Queso doble crema, de poro, untable, de búfala. Queso tipo manchego, provolone, ricota, poro. Rompope de almendra, de nuez Dulce de leche. Queso fresco, botanero, de hebra, requesón. Queso tipo Cotija
Cacao (10%)	Chocolate de mesa, chocolate de golosina con ajonjolí, almendra, avellana, nuez, pasa. Cocoa, granillo, manteca de cacao. Polvillo. Licor Granos de cacao secos
Carne de bovino y porcino (11%)	Carne de res deshidratada Butifarra. Carne salada de res o cerdo, carne *tipo Chinameca*[7]. Cecina de cerdo con naranja agria. Longaniza fresca, ahumada y enjamonada. Queso de puerco. Patitas de cerdo, ubre, punta de palomilla gruesa saladas
Maíz (8%)	Pinole, tostadas de pozol, pozol deshidratado Totoposte[8], turulete[9], tortillita dulce, tamales, torta de elote, tortilla gruesa, tortilla de maíz nuevo
Chile (6%)	En vinagre: amashito[10], habanero, güero. Amashito deshidratado. Salsa de amashito, habanero. Habanero en aceite Picopaloma[11] deshidratado
Plátano (4%)	Hojuelas fritas, plátanos evaporados, harina, vinagre Tostones fritos
Arroz (3 %)	Horchata: canela, guanábana, coco Buñuelos
Yuca (3%)	Hojuelas fritas, harina Almidón, torrejitas
Pescado (3%)	Ninguno Pescado seco-salado, hueva[12] de topén[13] seca, pejelagarto[14] asado, mojarra[15] frita
Café (2%)	Café molido, licor de café Granos secos
Miel (2%)	Miel, dulce con ajonjolí Ninguno
Caña de azúcar (1.5%)	Panela Melcocha
Malanga (1.5%)	Hojuelas fritas, harina Ninguno
Achiote (1.5%)	Marinador para cochinita pibil Pasta
Semilla de calabaza (1.5%)	Ninguno Seca, molida
Pimienta (1%)	Ninguno Pimienta gorda
Camote (1.5%)	Hojuelas fritas, harina Ninguno
Marisco (1.5%)	Ostiones en aceite Camarón seco

Fuente: elaboración propia.

Un ejemplo de los alimentos artesanales que se elaboran por procesos tradicionales son los productos elaborados en Tabasco con frutas tropicales, que representan el 22% del total encontrado, incluyen compotas, conservas, curtidos en alcohol, licores y mermeladas, entre otros (Cuadro 3). Otra materia prima importante es la leche de vaca con la que se produce el 16% de los productos: quesos, mantequilla, dulce de leche y rompope. Es importante mencionar que también se comercializa queso de leche de búfala porque hay producción de esta raza en las zonas bajas del estado.

En cuanto a la carne, que representa el 11% del total, se encontraron trece alimentos: butifarra, carne salada de res y de cerdo, carne Chinameca, cecina de cerdo con naranja agria, longaniza ahumada y enjamonada, queso de puerco, patitas y ubre saladas, punta de palomilla gruesa salada y carne deshidratada. Estos productos fueron localizados en las carnicerías de res, cerdo y tiendas de abarrotes.

El 10 % de los productos artesanales son los elaborados con cacao. Se debe mencionar que el 66% de la producción nacional es aportada por el estado de Tabasco (Fundación Cacao México, 2010). Los productos que se encontraron son: chocolate de mesa, chocolate golosina, polvillo (maíz tostado y molido con cacao), cocoa, granillo (conocido en el mercado internacional como "nibs" y que son granos de cacao fragmentados en pequeños trozos), manteca de cacao y licor de cacao. Es importante aclarar que el nombre de licor o crema se refiere a "productos elaborados a base de bebidas alcohólicas destiladas, espíritu neutro, alcohol de calidad con mezcla de azúcares y agua; aromatizados y saborizados con contenido alcohólico es de 13.5% a 55% de alcohol" (NOM-251-SSA1-2009; NOM-199-SCFI-2017).

También se encontraron nueve productos artesanales alimentarios a partir de maíz que representan el 8% del total: pinole, tostadas de pozol, pozol deshidratado, totopostes, turuletes, tortillitas dulces, tamales regionales, torta de elote, tortillas gruesas. Los alimentos preparados con chile representan el 6%; es el chile amashito el que da identidad a la población tabasqueña. Su proceso de preparación incluye en vinagre, diferentes salsas y deshidratado. Otros chiles que se comercializan encurtidos son: picopaloma, habanero y güero.

Los alimentos elaborados a partir de plátano (4%) son seis: vinagre de plátano, tostones, hojuelas y frituras (que se diferencian porque tienen diferente grosor) y plátanos evaporados. Estos se empezaron a elaborar cuando inició la exportación de plátano en 1906 y para aprovechar la producción que no cumplía con los requerimientos de exportación pues, en 1937, México fue el primer país exportador de plátano en el mundo en los mercados internacionales (BananoTecnia, 2003).

Con arroz como materia prima se encontraron cuatro productos (3%): buñuelos (frituras esféricas con miel), horchata (jarabe de arroz) con sabores (canela, guanábana o coco) que se comercializa para preparar agua fresca. En cuanto a las materias primas yuca (3%), malanga (1.5%) y camote (1. 5%), cultivos relevantes y parte de la cultura tabasqueña, se encontraron hojuelas fritas y harina. Mientras que la yuca también se encontró como almidón y torrejitas. El café (2%) se encontró como granos secos, tostados molidos y licor de café.

Con el pescado (3%) y los mariscos (1.5%), se encontraron seis productos: pejelagarto asado, mojarra frita, hueva de topen, sábalo seco, camarón seco, ostiones en aceite. Finalmente, otras materias primas encontradas con dos productos fueron: miel (2%), caña de azúcar (1.5%), achiote (1.5%), semilla de calabaza (1.5%) y un solo producto para la pimienta (Cuadro 2).

Con respecto a la característica de alimentos artesanales vinculados con su distinción a un origen geográfico (Lancibidad, 2006; Arzeno y Troncoso, 2012) se encontraron dos productos. El primero de ellos fue el queso poro al que se le ha otorgado la categoría de Marca Colectiva a la Red de Productores de Queso de Poro Genuino de Balancán que está integrada por 16 empresas ubicadas en los municipios de Tenosique y Emiliano Zapata. Lo anterior, da seguridad a los consumidores y protege a los productores dentro y fuera del país (IMPI, 2012). El otro caso es la denominación de origen Cacao Grijalva con la cual los productores están protegidos legalmente contra falsificaciones (IMPI, 2016). El uso y aprovechamiento de estas protecciones generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de los productos, adquieren reconocimiento a nivel global y valor agregado por su exclusividad.

La denominación de origen significa "el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico" la otorga el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI, 2016). Otras de las características que los productos deben cumplir para ser considerados como artesanía alimentaria son: formar parte de las economías regionales que se reflejen en los hábitos de consumo, producción mayoritariamente manual con la intervención de miembros de la familia o artesanos, supervivencia de procesos tradicionales identificados con las raíces culturales (remitirse al Cuadro 1). Se encontró que 123 de los productos cumplen con estas características.

La última característica considerada para este análisis es la imagen del producto que está conformada por los siguientes elementos: alimento en sí mismo, envase y embalaje, nombre y marca e identidad comercial (NOM-051-SCFI/SSA1-2010). Esta característica la cumplen todos los 67 productos que se comercializan preenvasados. Por otro lado, los alimentos comercializados a granel (55) representan los productos con corta vida de anaquel y que poseen arraigo y son representativos de la cultura alimentaria tabasqueña. Después de este análisis, es factible estudiar el estatus de estos alimentos y buscar alternativas que apoyen a los productores para cumplir con la formalidad de generar la imagen y así cumplir con las normas oficiales correspondientes.

Es de recalcar que en los seis mercados de la ciudad de Villahermosa se localizan los alimentos con potencial de artesanía alimentaria por comercializarse en forma preenvasada, aunque en el mercado Tabasco Avanza es dónde se encontró la mayor cantidad de estos productos. En segundo lugar, se encontraron en los mercados Lic. José María Pino Suárez y Coronel Gregorio Méndez Magaña; en tercer lugar, en el mercado Miguel Orrico de los Llanos; en cuarto el lugar, en el mercado Lic. Florentino Hernández Bautista y, en el último lugar, en el mercado el Licenciado Noé de la Flor Casanova. Por otro lado, la mayor cantidad de productos a granel (frutas, carnes, maíz, pescado, marisco) se encontró en el mercado Lic. José María Pino Suárez.

Conclusiones

Los alimentos artesanales comercializados en los mercados municipales de la ciudad de Villahermosa cumplen con las características propuestas en este documento para ser considerados potencialmente como artesanía alimentaria. Por otro lado, existen productos que se comercializan a granel que se deben estudiar para revalorar y preservar el conocimiento tradicional de la producción artesanal de estos alimentos con la finalidad de aumentar la cantidad de artesanías alimentarias del estado de Tabasco. Finalmente, se observó la tendencia de que estos alimentos se empiezan a comercializar en locales especializados en los mercados, lugares considerados actualmente como puntos de referencia turística para conocer la cultura local.

Notas al pie:

[1] Pozol: en Tabasco, bebida hecha de maíz y combinada con cacao.
[2] Joloche: (del maya *holoch*), la hoja de la mazorca de maíz (Santamaría,1988).
[3] Nanche: fruto de árbol *Byrsnonima crassifolia.*
[4] Oreja de mico: fruto de papaya silvestre (*Vasconcella cauliflora*).
[5] Torno Largo: comunidad del municipio de Centro, Tabasco, que dio el nombre a la conserva del fruto de *Citrus medica.*
[6] Búfala de agua: mamífero rumiante procedente del sudeste asiático que ha sido introducido a Tabasco.
[7] Chinameca: nombre de municipio del estado de Veracruz que dio el nombre a la carne marinada característica.
[8] Totoposte: especie de tortilla de maíz muy delgada que se tuesta en el comal.
[9] Turulete: galleta elaborada de harina maíz.
[10] Amashito: fruto de la planta de chile *Capsicum annuum* var. *glabriusculum.*
[11] Picopaloma: fruto de la planta de chile *Capsicum frutescens.*
[12] Hueva: conjunto de los huevos de los peces.
[13] Topén: pez de río *Dormitator maculatus.*
[14] Pejelagarto: pez de agua dulce de lagunas de Tabasco y lugares costeros del Golfo *Atractosteus tropicus.*
[15] Mojarra: nombre genérico de peces de agua dulce.

Referencias

Alamon, N., Guardia, C., Pallarès, I., Pallarès, M. y Paül, D. (2012). Potencialidades del desarrollo rural sostenible: la artesanía alimentaria en el pirineo. *XVI Coloquio de Geografía Rural Colorural.* Sevilla 2012.

Alejo, L. S. J., Ruiz, A. G. M. L. y Pérez, N. A. (2010). Las artesanías agroalimentarias en el sur de Guanajuato. *VII Congreso Nacional de los Alimentos y II Foro de Ciencia y Tecnología*. 27 y 28 de mayo de 2010, Guanajuato, Guanajuato.

Arzeno, M. y Troncoso, C. A. (2012). Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la Quebrada de Humahuaca (Argentina). *Rev. Geogr. Norte Gd.* doi: http://doi.org/10.4067/S0718-34022012000200005

BananoTecnia (2003). Plátanos de Tabasco. Recuperado de http://www.bananotecnia.com/noticias/platanos-de-tabasco/

Boucher, F. y Requier, D. D. (2005). La concentración de las queserías rurales de Cajamarca: retos y dificultades de una estrategia colectiva de activación. *Agroalimentaria*, *21*, 13-27.

Burón, A. I. y García, T. A. (1990). *Nuevos productos alimentarios: diseño, desarrollo, lanzamiento y mantenimiento en el mercado*. España: AMV Ediciones.

Camacho-Vera, J. H., Cervantes-Escoto, F., Cesín-Vargas, A. y Palacios-Rangel, M. I. (2019). Los alimentos artesanales y la modernidad alimentaria. *Estudios Sociales*, *29* (53): 2-20. doi: https://doi.org/10.24836/es.v29i53.700

Cantarelli, F. (2000) El observatorio internacional para la valorización de los alimentos tradicionales de los países mediterráneos de la Unión Europea. *Agroalimentaria*, *10*, 45-51.

Castañeda, M. T., Boucher, F., Sánchez, V. E. y Espinoza O. A. (2009). La concentración de agroindustrias rurales de producción de quesos en el noroeste del Estado de México: un estudio de caracterización. *Estudios Sociales*, *17*(34), 75-109. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018845572009000200003&lng=es&tlng=es

Chávez, A. M. F., Cerda, R. A. y Del Carpio, O. P. S. (2016). Artesanías agroalimentarias como impulsoras del desarrollo regional de Salvatierra, Guanajuato. *XXI Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México*. Mérida, Yucatán: AMECIDER-ITM.

Clemente, R. J. S., Roig, M. B., Valencia, M. S., Ferrandis, R. Ma. T. y Martínez, R. C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, *26*(2), 189-198. doi: https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.015

Domínguez-López, A., Villanueva-Carvajal, A., Arriaga-Jordán, C. M. y Espinoza-Ortega, A. (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso Oaxaca como un caso de estudio del centro de México. *Estudios Sociales 19*(38), 166-193. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018845572009000300008&lng=es&tlng=es

Fundación Cacao México (2010*). Promoviendo un mundo sustentable*. Recuperado de https://cacaomexico.org/?page_id=201

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.

Hidalgo, M. J. R. (2010). Artesanos de los alimentos. *EROSKI Consumer*. Recuperado de http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativalegal/2003/04/08/5870.php

Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI, 2012). *Denominación de origen. Servicios que ofrece el IMPI, Marcas, Denominaciones de origen*. Recuperado de https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-impi-marcas-denominaciones-de-origen

IMPI (2016). *Declaración general de protección de la denominación de origen: cacao Grijalva*. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Recuperado de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5449991

Lancibidad, G. (2006). *Producción artesanal de alimentos: análisis y perspectivas. Coyuntura Agropecuaria*. Uruguay: Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola. http://www.iica.org.uy/online/coyuntura_31doc_.as

Manrique, P. M. (1996). Producción alimenticia artesanal: patrimonio sociocultural y modelo agrario. *IX Simposio sobre Cooperativismo y Desarrollo Rural*. Desarrollo y Medio Ambiente, Morillo de Tou, Huesca, 1996.

Meléndez, T. J. M y Cañez de la F. G. M. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios. Sociales*, *17*, 181-204. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018845572009000300008&lng=es&tlng=es

Moreira, R. (2006). Memoria y patrimonio alimentario: la importancia de los saberes empíricos. *III Congreso Internacional de la Red SIAL Alimentación y Territorios*. 18 al 21 de octubre de 2006. Universidad Internacional de Andalucía, Baeza; Jaén, España.

Muchnik, J. (2006). Identidad territorial y calidad de los alimentos: Procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Agroalimentaria*, *11*(22), 89-98. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542006000100008&lng=es&tlng=es

NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (2021). *Norma Oficial Mexicana: especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas, preenvasados. Información, Comercial y Sanitaria*. Recuperado de https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/4010/seeco11_C/seeco11_C.htm

NOM-251-SSA1-2009 (2009). Norma Oficial Mexicana: Prácticas de higiene para el proceso de alimentos y bebidas o suplementos alimenticios. https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/3980/salud/salud.htm

NOM-199-SCFI-2017 (2017). *Norma Oficial Mexicana: Bebidas alcohólicas. Denominación, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba*. DOF:30/10/2017. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5502882&fecha=30/10/2017

Observatorio Europeo Leader (OEL, 2000). *Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos*. Observatorio Europeo Leader *II*. *Cuaderno de la Innovación*, N° 7. Disponible en: http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/euro/r1-2.htm

Órgano de la Presidencia del Gobierno de Aragón (2006). *Publicado en BOA*, N° 142 del 13 de diciembre de 2006 y BOE N° 22 de 25 de enero de 2007. Vigencia desde 14 de diciembre de 2006.

Rivera, M. L., Alberti, M. P., Vázquez, G. V. y Mendoza, O. M. M. (2008). La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. *Convergencia*, *46*, 225-24. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140514352008000100010&lng=es&tlng=es

Román, J. (2003). La calidad en los productos del medio rural. *Acciones Sociales*, *18*,191-195.

Santamaría, J. F. (1988). *Diccionario General de Americanismos*. Segunda edición, Villahermosa, Tabasco: Gobierno del Estado de Tabasco.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1997). La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera (Definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI-Manila, 6-8 de octubre de 1997). Recuperado de http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creativeindustries/crafts-and-design/

Velarde, I., Garat, J. J. y Marasas, M. (2001). Promoción de producciones típicas: un enfoque territorial con productores familiares de la región rioplatense, Argentina. *Revista Agroalimentaria*, *12*, 75-83. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/44449146_Promocion_de_producciones_tipicas_Un_enfoque_territorial_con_productores_familiares_de_la_region_rioplatense_Argentina

Villegas, de G, A. y Cervantes, F. (2011). La genuinidad y tipicidad en la revalorización de los quesos artesanales mexicanos. *Estudios Sociales*, 19(38): 145-164. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018845572011000200006&lng=es&tlng=es