

3. Acérquese... ricos tamales

Almuerzo en el tianguis

NORMA CRISTINA VÁZQUEZ TORRES, MARICRUZ MORALES SALINAS
Programa Servicio Social O.S.S.E.A.

RESUMEN

La alimentación es construida, en cada sociedad, gracias a un proceso de simbolización que dota de características particulares a cada uno de los alimentos, lo que permite percibirlos como comestibles, esto también los hace integrarse al sistema de preferencias de la persona, que va desde la lección del alimento, el lugar donde se adquieren, hasta el establecimiento de las formas de preparación y de consumo, en ello se relacionan incluso las experiencias con algunos alimentos, las creencias, los prejuicios, la imitación, la disponibilidad, el poder adquisitivo y el nivel sociocultural. La disposición temporal de alimentos se ubica en espacios públicos llamado mercados. Cada región y país tiene su propio mercado, en México, se conoce como Tianguis que tiene la misma connotación y función. En ellos es común encontrar puestos para el consumo de alimentos rápidos a *la mexicana* de variada proteína animal como barbacoa, cecina, suadero, tripa, carnitas o pescados, entre otros. Este trabajo revisa la dinámica de la disposición de los alimentos y la conducta alimentaria que va a la par con la cultura y su efecto en la salud de las personas.

Palabras Clave: Conducta alimentaria, sobrepeso, nutrición, tianguis

“¡Pásele güerita, todo fresco, pásele, pásele!” “¿Qué le damos? Pregunte” “¡Escójale marchanta, dos kilos por veinte!” “Si hay, tacos, tlacoyos y quesadillas”, son frases comunes que se escuchan en los tianguis en México, lugares donde se pueden encontrar múltiples sabores, colores y olores. La palabra *tianguis* proviene del náhuatl *tianquiz(tli)*, que significa “mercado”. La herencia de los tianguis de la actualidad es una mezcla de prácticas mercantiles de pueblos prehispánicos de Mesoamérica y de los bazares del Medio Oriente, los cuales llegaron a América por los españoles (SIAP, 2019). Los tianguis son la prueba indiscutible de cómo se vive la cotidianidad de una localidad y también de la fuerza de la tradición cultural, ahí la comida y los amigos coinciden, se les considera puntos estratégicos para que la gente vaya a comer o hacer sus compras semanales, lugares visitados por quienes sólo observan la mercancía y su objetivo es salir de paseo, por los que comparan precios, por los que buscan mercancías especiales, por los que compran insumos,



El tianguis de Tlatelolco por Diego Rivera

Fuente de la imagen: <https://revistaquixe.com/2019/12/11/la-identidad-del-mexicano-a-traves-del-muralismo/>

Recibido en 12 de enero de 2019.

Aceptado el 14 de abril de 2019.

sin olvidar a los que llevan a almorzar a la familia (INAH, 2015). La principal característica de los tianguis es que se ubican de manera semifija entre calles y en ciertos días, los cuales son elegidos por los usos y costumbres de cada población.

Estos mercados transitorios, como en ocasiones se les llaman, han sido descritos incluso desde perspectivas artísticas, como Madrid (2016), que realizó un análisis de los tianguis mexicanos describiéndolos desde su geometría, diciendo de ellos que “se pensaría que los mercados callejeros, popularmente llamados tianguis, al menos desde épocas prehispánicas, son el vivo ejemplo de una escenario caótico. Sus ingredientes, tan surrealistas y folclóricos como ningún otro, bien podrían destilar en finas hebras experienciales el “pensamiento psíquico puro”, o la verdadera voluntad”.

Sin lugar a dudas los tianguis son lugares en los que se conjugan diversos factores de socialización pero también de la forma en la que las personas se acercan a los alimentos y son determinantes de la forma de alimentación que tiene una localidad en particular. Si se parte de la idea de que el lugar y la compañía influyen en las prácticas alimentarias y la elección de los alimentos, se puede considerar que los tianguis son asociados con la variedad, colorido y accesibilidad de ellos, todo en un sólo lugar, establecido en la cercanía de la vivienda y de las calles de la misma, así como de la cordialidad y la familiaridad del vendedor que ofrece los productos. A pesar de que a lo largo del tiempo en México han cambiado las características étnicas de su población, en lo relacionado a la ingesta de los alimentos y al contexto en el que son consumidos, la herencia prehispánica del comercio, preparación e ingesta de alimentos en los tianguis persiste y se pueden visibilizar diferentes factores que lo hacen sitios de interés en lo que tiene que ver con los hábitos y las costumbres alimentarias y teniendo presente que los alimentos tienen varios significados, entre los cuales

se encuentran, la obtención de placer, ser un medio para el establecimiento y mantenimiento de la sociabilidad (Osorio y Amaya, 2011).

Sin dejar de lado que las tradiciones, los modos de vida, las creencias y los simbolismos son elementos importantes de la cultura alimentaria, ya que estipulan qué debe comerse, cómo debe de prepararse, quién tiene que realizar la preparación y dónde se deben conseguir ingredientes (Bertrán, 2006 en Gomez y Velázquez, 2019). Por ello se considera que la alimentación es una construcción sociocultural, porque los alimentos para ser consumidos pasan un proceso de transformación en el que se involucran normas culturales que permite su clasificación y combinación, gracias a este proceso se convierten en productos deseables, es decir, en comida (Franco, 2010).

La OMS (2018), establece que para una dieta saludable, la cual proporciona protección ante la malnutrición, enfermedades no transmisibles entre ellas la diabetes, las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares y el cáncer, es recomendable la reducción del consumo de alimentos hipercalóricos, grasas, azúcares y sal/sodio y el aumento del consumo de frutas, verduras y fibra, como los cereales integrales. Por ello la consideración para la distribución adecuada para una alimentación apropiada, variada, equilibrada y saludable estará en función de las características de cada persona, considerando edad, sexo, hábitos de vida y grado de actividad física, así como el contexto cultural, los alimentos disponibles en el lugar y los hábitos alimentarios. Pero de forma general es el consumo de frutas, verduras, legumbres (como lentejas y alubias), frutos secos y cereales integrales (maíz, mijo, avena, trigo o arroz integral), todos ellos productos que se pueden encontrar frescos en los tianguis locales. Como parte de las recomendaciones de la OMS (2018) se considera cuatro puntos para hacer de la alimentación una alimentación saludable:



Fuente de la imagen: <https://thecreativeadventurer.com/tuesdays-discovering-the-delicacies-of-the-condesa-tianguis-market/>

- Incluir verduras en todas las comidas.
- Como tentempiés, comer frutas frescas y verduras crudas.
- Comer frutas y verduras frescas de temporada.
- Comer una selección variada de frutas y verduras.

Tomando en cuenta los hábitos alimenticios modernos y las problemáticas de salud por la urbanización de muchas zonas (Latham, 2002), una opción para la mejorar la alimentación de la población mexicana, puede ser poner en marcha estrategias de promoción y educación para la salud que rescaten la dieta tradicional mexicana, desde los lugares de compra, que se compra, hasta la forma y métodos de preparación de los alimentos lo que permitirá no sólo la conservación del herencia cultural si no también mejorar los hábitos alimentarios, logrando así la disminución en el consumo de productos industrializados y con ello mejorar la salud en la población. Si bien las personas tienen sus propias preferencias, rechazos y creencias respecto a los alimentos y muchas cuidan celosamente sus hábitos alimentarios, es pertinente mencionar que estos hábitos y las costumbres alimentarias cambian y pueden ser influenciadas, con frecuencia por los ajustes de origen social y económico que se llevan a cabo en toda la comunidad o sociedad (Osorio y Amaya, 2011).

Cuando se toma en cuenta que algunos de los factores involucrados en la elección y el consumo de alimentos se encuentran relacionados a el acceso, la educación, las capacidades con las que cuenta el individuo, como el saber cocinar, el tiempo disponible, las tradiciones familiares, la influencia que tengan los compañeros de trabajo por poner un ejemplo, los patrones de alimentación, los aspectos psicológicos como el estado de ánimo, el estrés, la culpa, las actitudes, las creencias y el conocimientos en tema de alimentación, los tianguis son espacios aceptados, apreciados, con valor cultural y con una connotación de identidad que ejercen una fuerte influencia en la toma de decisiones en cuanto a los alimentos que se consumen especialmente los que se preparan, presenta y consumen en ellos, muchos de los cuales aún tienen el tinte y los sabores prehispánicos y que por tal motivo llevan a que una parte de los habitantes de las zonas colindantes en donde se los puede encontrar, sea asidua a ellos.

REFERENCIAS

- Franco-Patiño, S.M. (2010). Aportes de la sociología al estudio de la alimentación familiar. *Revista Luna Azul*, 31, 139-155. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n31/n31a10.pdf> Acceso: 16 de octubre 2019.
- Gomez-Delgado, Y. y Velázquez-Rodríguez, E.B. (2019). Salud y cultura alimentaria en México. *Revista Digital Universitaria*, (20)1, 1-12. Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/wp->

- content/uploads/v20_n1_a6_Salud-y-cultura-alimentaria-en-Mexico.pdf Acceso: 22 de septiembre 2019.
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (2015). *Los mercados y tianguis, vigencia mesoamericana*. Disponible en: https://www.inah.gob.mx/images/boletines/pdf//article/591/2015_234.pdf Acceso: 22 de septiembre 2019.
- Latham, M.C. (2002). Nutrición Humana en el mudo en desarrollo. *Colección FAO: Alimentación y nutrición*, 29. Disponible en: <http://www.fao.org/3/w0073s/w0073s00.htm#Contents> Acceso: 10 de noviembre 2019.
- Madrid, J. (2016). ¿Habías pensado alguna vez en el tianguis como un fenómeno simétrico? Disponible en: <https://mxcity.mx/2016/11/fotografias-de-populares-tianguis-interviniendo-la-geometria-capitalina/> Acceso: 25 de septiembre 2019.
- OMS. (2018). Alimentación Sana. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet> Acceso: 28 de noviembre 2019.
- Osorio-Murillo, O. y Amaya-Rey, M.C. (2011). La alimentación de los adolescentes: el lugar y la compañía determinan las prácticas alimentarias. *Aquichan*, 11(2), 199-216. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/741/74120733007.pdf> Acceso: 28 de noviembre 2019.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (2019). Tianguis: origen y tradiciones. Disponible en: <https://www.gob.mx/siap/es/articulos/tianguis-origen-y-tradiciones?idiom=es> Acceso: 16 de octubre 2019.

LECTURAS RECOMENDADAS

- Ayala-Ramírez, S. y Castillo-Girón, V.M. (2014). La distribución de alimentos y bebidas en México: una perspectiva desde el comercio tradicional. *Espacio Abierto*, 4(23), 661-681. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12232821006>
- Campos-Meraz, R. (2018). Cambio en los patrones del consumo de alimentos en México (I). Disponible en: <https://www.economista.com.mx/opinion/Cambios-en-los-patrones-del-consumo-de-alimentos-en-Mexico-I-20180507-0084.html>
- El Mexicano. (2018). Mercados y tianguis, herencias prehispánicas. Disponible en: <https://www.el-mexicano.com.mx/nacional/mercados-y-tianguis-herencias-prehispanicas/560141>
- López-Mungía, A. (1996). Alimentos: del tianguis al supermercado. *Ciencias*, 41. Disponible en <https://www.revistaciencias.unam.mx/en/148-revistas/revista-ciencias-41/1231-alimentos-del-tianguis-al-supermercado.html>
- Viola-T., M. (2008). Estudios sobre modelos de consumo: una visión desde teorías y metodologías. *Revista chilena de nutrición*, 35(2), 93-99. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182008000200002>