



El atractivo de la comida callejera

The attractiveness of street food

Maricruz Morales Salinas

Egresada de la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, UNAM
psicmaricruzms@gmail.com

<https://doi.org/10.22201/fesz.20075502e.2023.13.51.88740>

Resumen

En la actualidad el consumo de comida callejera ha aumentado de forma significativa en todas las regiones del mundo, sin embargo, se desconocen las razones de consumo tan frecuente y las condiciones que llevan, de cierta forma a ignorar los factores que pueden influir de forma negativa en la salud como lo es la higiene de dicha comida. Por lo que en este trabajo se realiza una breve descripción de los factores que pueden influir en la elección de consumo de alimentos, que se asocian con ser sabrosos al paladar y el acceso rápido y práctico, en lugares de fácil acceso, que puede tener mayor consumo por la falta de tiempo. Sin embargo, es necesario seguir con la investigación sobre el consumo y factores de elección de alimentos en términos psicológicos.

Palabras clave: alimento, consumo, salud, sobrepeso, emociones.

Abstract

Currently, the consumption of street food has increased significantly in all regions of the world, however, the reasons for such frequent consumption and the conditions that lead, in a way to ignore the factors that can negatively influence health, such as the hygiene of such food, are unknown. Therefore, in this work a brief description of the factors that may influence the choice of food consumption, which are associated with being tasty to the palate and quick and practical access, in easily accessible places, which may have greater consumption due to lack of time. However, it is necessary to continue research on consumption and food choice factors in psychological terms.

Keywords: food, consumption, health, overweight, emotions.

Recibido el 22 de marzo de 2023.
Aceptado el 28 de julio de 2023.



Psic-Obesidad está distribuido bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

La palabra Alimentación proviene del latín “alimentum”, que tiene un significado nutrir y alimentar. Por lo que Chácon y Shaw (2015), definen la alimentación como un proceso voluntario por el cual las personas se proveen así mismos de sustancias necesarias para el organismo. Con ello se genera la nutrición como consecuencia de la alimentación, que depende de procesos fisiológicos involuntarios, como la digestión y los propios procesos intestinales.

Al respecto Contreras (1995 en Chácon y Shaw, 2015), se refiere al acto de alimentarse o comer, como un fenómeno social y cultural, mientras que la nutrición es un asunto fisiológico y de la salud, con ello el significado de los propios alimentos no se construye únicamente por las características intrínsecas, sino que también van a depender del significado sociocultural, resultado del estilo de vida que se adquiere en sociedad.

Peña y Reidl (2015), mencionan sobre la conducta alimentaria, que, de acuerdo con la literatura, esta se conforma por la interacción de factores tanto ambientales como individuales, los cuales influyen en la toma de decisiones para la elección de los alimentos. Aun cuando el factor principal para que las personas elijan qué comer y en qué momento lo harán es la percepción de tener hambre, influye para ello el valor nutricional y el estado corporal.

Con ello se reitera que la forma de alimentación, los productos y la forma de consumirlos se determinan por el estilo de vida de cada persona, las características de su entorno físico y las prácticas culturales. Por esto, la alimentación ha sido uno de los elementos que contribuye a la identidad de la persona o grupo social mediante la comprobación de las diferencias del gusto (Martin, 2005 en Chácon y Shaw, 2015).

En la actualidad, el estilo de vida moderno implica cambios en los hábitos de alimentación, por la vida acelerada, el estrés laboral, la necesidad de la preparación e ingesta de alimentos de forma ágil, rápida, sencilla, sin mayores complicaciones. Por lo que se visualiza un incremento en el consumo de comida preparadas fuera de casa (Chácon y Shaw, 2015).

Para el 2018, se estimaba que alrededor de 2.5 mil millones de personas al redor del mundo son consumidores de

la llamada “comida callejera”¹ y en el caso particular de Latinoamérica (Durán, et al., 2018), se contabiliza que se gastan un tercio de los ingresos personales en el consumo habitual de esta clase de comida, para el año 2022, después de las recomendaciones hechas por la propagación del virus SARS-CoV2, se considera un aumento significativo en el consumo de alimentos preparados y consumidos en la calle.

Si bien la venta de alimentos en la vía pública se considera un fenómeno mundial, debido a que en diferentes regiones y poblaciones se realiza, en América Latina se atribuye especialmente a las condiciones de vida, en la que se incluye la migración a las ciudades y la urbanización acelerada, que entre otras consecuencias genera mayor congestión urbana (Arambulo, Almeida, Cuéllar y Belotto, 1995), el recorrido de largas distancias de forma habitual para llegar al trabajo o al hogar y por una escasez e incluso ausencia de establecimientos en los que se disponga de alimentos a precios accesibles y cerca de lugares cercanos al lugar de trabajo, especialmente, lo que ha permitido el auge de la economía informal, de la cual forma parte la venta callejera de alimentos.

Si bien de forma particular la oferta de alimentos en la calle se ha asociado a encontrar productos de la gastronomía tradicional como tacos, quesadillas, elotes, esquites, gorditas y tostadas, con el paso de los años han variado y hoy están disponibles recetas que se asocian a otras culturas y países como crepas, hamburguesas, sushi, ramen y pizza, por ejemplo. El consumo de estos alimentos tiene diversas implicaciones, desde los riesgos a la salud por las enfermedades transmitidas por alimentos (ETAS), entre las que se encuentran (Herrera y Nuñez, 2023):

Infecciones: por la ingesta de alimentos que contienen microorganismos patógenos vivos, como salmonella, shigella y el virus de la hepatitis A.

Intoxicación: que se produce cuando las toxinas que se generan por las bacterias o los mohos se encuentran en los alimentos consumidos o en elementos químicos en cantidades perjudiciales para la salud.

1 *La comida callejera*, a pesar de parecer un fenómeno de las grandes ciudades, es un hecho del que se tiene registro desde la época prehispánica. Un gran ejemplo es que los aztecas comían en el mercado de Tlatelolco (National Geographic, 9 de agosto de 2018).

Toxinas: que no tienen olor ni sabor y pueden causar la enfermedad incluso después de la eliminación de los microorganismos.

Sin dejar de lado el alto valor calórico que se asocia a la presencia de sobrepeso y obesidad en la población que tiene un consumo habitual, además considerar el alto porcentaje de sodio y/o azúcar y la relación que tiene de la ingesta y el sobrepeso y la obesidad, que, si bien la población puede tener presente, sin embargo, el consumo sigue siendo elevado, por ello el cuestionamiento es ¿Cuál es el atractivo de este tipo de alimentos?

Desde la perspectiva psicológica se consideran tres componentes individuales que se relacionan también a la elección de los alimentos, estos son: cognitivo, conductual y afectivo. En lo referente al componente afectivo, la relación entre emociones y alimentación no es simple: los estados emocionales y de ánimo pueden influir en la conducta alimentaria, y a su vez la alimentación puede modificar las emociones y estados de ánimo (Peña y Reidl, 2015).

Si bien los factores psicológicos están implicados, cuando se cuestiona a los consumidores de alimentos en la calle, las respuestas son diversas, entre las que se encuentran:

“Es por darme un gusto, no es siempre, porque también es caro comer fuera de casa y dicen que no es saludable” consumidora mujer de 46 años.

“Busco lugares limpios y como solo lo justo, no ha sentirme a reventar, para no engordar” consumidor varón de 50 años.

“Es práctico, rico y como lo justo para cuidar mi peso y mi bolsillo” consumidor varón de 36 años.

“Solo es un antojo que me doy una vez a la semana por mucho, ya se que si como mucho puedo tener riesgo a la salud como subir de peso y mas cuando ceno esto” consumidora mujer de 28 años.

La investigación, que actualmente es amplia para brindar soluciones al problema de salud público que es la obesidad, por su alta prevalencia, el factor como condición crónica y gravedad, lleva a la necesidad de dar mayor énfasis a profundizar en los aspectos psicosociales conlleva, si bien se han hecho mayores investigaciones con las emociones y su relación con el consumo de alimentos, es imprescindible trabajar los componentes psicológicos relacionados con las

cogniciones y la conducta, que permitan un tratamiento integrar y con una perspectiva global en el aspecto psicológico de los individuos, no solo para el tratamiento de la obesidad, sino para la prevención de la misma y de enfermedades asociadas.

Referencias

- Arambulo, P., Almeida, C. R., Cuéllar, J. y Belotto, A. (1995). La venta de alimentos en la vía pública en América Latina. *Bol Ofinina Sanit Panam*, 118(2), 97-107. <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/15621/v118n2p97.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chacón-Tunjo, N. A., Shaw-Aguilar, S. (2015). Características socioculturales que orientan el consumo de comidas rápidas y comidas rápidas saludables en jóvenes universitarios de la Ciudad de Bogotá. [Monografía para optar por el título de profesional]. Facultad de mercadeo, Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/507/Caracteristicas%20socioculturales%20que%20orientan%20el%20consumo%20de%20comidas%20rapidas.pdf?sequence=1>
- Durán-Agüero, S., Arboleda, L. M., Velásquez-Vargas, J. E., Fretes-Centurión, G., González-Céspedes, L. E., et al. (2018). Caracterización del consumo de comida callejera según edad, estudio multicéntrico. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 22(3), 243-250. <https://dx.doi.org/10.14306/renhyd.22.3.554>
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16. Recuperado en 15 de mayo de 2024, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001&lng=es&tng=es.
- Herrera, P. y Nuñez, M. (2023). *Comida callejera: ¿vale la pena el riesgo?* UNAM Global Revista. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/comida-callejera-vale-la-pena-el-riesgo/
- National Geographic (9 de agosto de 2018). *La comida callejera es una experiencia gastronómica en México*. Gastronomía. <https://www.ngenespanol.com/traveler/la-comida-callejera-es-una-experiencia-gastronomica-en-mexico-garnacha/>
- Peña-Fernández, E. y Reidl-Martínez, L. M. (2015). Las Emociones y la Conducta Alimentaria. *Acta de Investigación Psicológica, Psychological Research Records*, 5(3), 2182-2193. DOI: 10.1016/S2007.