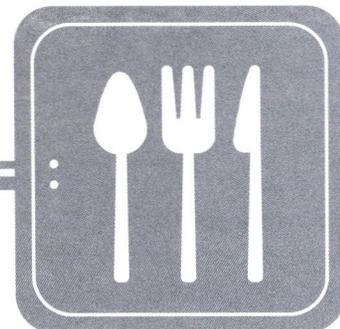


# Hacia la construcción de la identidad culinaria en la ciudad de León a través de las taquerías y torterías representativas de la ciudad\*



■ Alejandra Aguilera Cano\*\*

\*La investigación a la que corresponde este artículo recibió un reconocimiento de la Universidad Jaume I de Castellón España que organiza el Congreso Anual de Gestión de Eventos, en el cual se abre una convocatoria a trabajos de investigación de estudiantes en el ámbito de turismo de ciudades y creación de productos turísticos; el premio consiste en participar con una ponencia en el próximo congreso a realizarse en España, en 2011.

\*\* Estudiante de Comunicación, 10 semestre, UA León  
acanga98@gmail.com

## Introducción

El tema de este artículo surge a partir de la inquietud de hacer un análisis de la cultura culinaria de la ciudad de León y de observar con otros ojos lo que quizás a pocos mexicanos les podría parecer relevante; un cuestionamiento que parte de una tradición de la calle, una costumbre tan arraigada, habitual y hasta común, que pareciera incluso caer en la obviedad rutinaria sin darle más valor que el de ser un simple antojito callejero: el fenómeno de los tacos y las tortas.

A través del presente texto se comparten reflexiones que se postulan después de una investigación realizada acerca del fenómeno de los tacos y las tortas y de cómo estos se convierten en un símbolo de identidad culinaria de la ciudad de León, Guanajuato.

## ¡Échale crema a tus tacos!

Antes de llegar al fenómeno de los tacos y tortas como parte de la identidad leonesa, se analizó la forma de comer del mexicano, mediante el siguiente cuestionamiento: ¿qué fenómenos o mecanismos se activan en y durante la alimentación del mexicano?

Si bien los franceses han sido maestros en forjar una identidad a través de su gastronomía,<sup>1</sup> los mexicanos también le han proporcionado su propia historia culinaria dando lugar a una exorbitante variedad de sabores, olores y colores dignos de representarse en cualquier mesa del mundo, dejando huella de su identidad. A la comida mexicana se le sigue llamando rica, sabrosa, variada, el placer sano de la mesa (Gash, 1993:1), un mestizaje gastronómico entre lo indígena y lo español, un sugerir de sabores que despiertan un canibalismo de raíces atávicas (Bayón, 1990:20-21; Calvino, 1989:37-70).

Lo anterior solventó que en 2010 la comida mexicana fuese nombrada «Patrimonio Intangible de la Humanidad», título otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología (UNESCO).

### Nacionalismo culinario mexicano

Juan Luis Juárez López (2008) traza la cultura gastronómica mexicana en un nacionalismo culinario que se ha venido gestando a través de nuestra historia, basada en el uso del chile y del maíz, compuesta por platillos considerados tradicionales y representativos a la cual todos los mexicanos reconocen e identifican como propio, algo que Ricoeur define en otras palabras como el «patrimonio nacional estrechamente ligado a la memoria colectiva, y, por ende a la construcción de la identidad de grupo o de sociedad» (citado en Jiménez, 2007:17).

Traducido a la comida, Juárez López da testimonio acerca de que «la cocina mexicana que se retomó al iniciar el siglo XX alcanzó el nivel de cocina precisamente cuando señaló al mole de guajolote como su platillo más representativo» (2008:191), pero si dividiéramos a México en regiones, tendríamos categorías específicas para el mencionado plato representativo; es decir, un molito no significa lo mismo en Puebla que en Mérida o en Chihuahua.

Actualmente, pudiera pensarse que el platillo tradicional de la ciudad de León sería la típica *guacamaya*; sin embargo, en la observación de las calles de la ciudad es fácil percatarse de la enorme



cantidad de restaurantes, tanto locales comerciales como puestos callejeros, que ofertan en sus títulos «tacos y tortas», prometiendo una variedad de exquisitos productos. En esta oferta se encuentra la gran cantidad de comensales que día y noche asisten al ritual de las taquerías y torterías, relacionándose en su ambiente, lo que indica que en León el posicionamiento de los tacos y las tortas está rebasando a las guacamayas.

### Las tradicionales de León

Tratando de comprender mejor qué sucede y por qué León cuenta con alrededor de 5 000 taquerías,<sup>2</sup> se encontró una investigación hecha en la ciudad en 2006, dirigida por Mónica Elías y Ernesto Padilla, que dio la pauta para conocer los referentes tangibles e intangibles que los ciudadanos reconocían como identitarios en León, así como datos significativos para percibir que en la ciudad los tacos y tortas fueron posicionados como referentes preceptuales de identidad al considerarlos como parte de su cultura intangible.<sup>3</sup> En esta investigación surgió la percepción sobre las taquerías y torterías más reconocidas por sus habitantes: Don Balta, Crispín, Don Luis y El Patito del centro; considerando estos resultados, se eligió a dichos establecimientos para iniciar

<sup>1</sup> La socióloga Priscilla Parkhurst Ferguson ha encontrado en su obra «El triunfo de la cocina francesa» (*Accounting for taste: the triumph of the french cuisine*) un perspicaz surgimiento de una cocina nacional francesa como identidad nacional desarrollada desde el siglo XIX.

<sup>2</sup> Cifra presupuesta por la Secretaría de Salud del Estado de Guanajuato en 2009, de manera informal a través de una comunicación personal.

<sup>3</sup> En primer lugar, según los encuestados, denominan a las «guacamayas» como representativo de la ciudad, en segundo lugar a las llamadas «bombas», seguidas por las nieves de San Juan de Dios.

## Los mexicanos también le han proporcionado su propia historia culinaria dando lugar a una exorbitante variedad de sabores, olores y colores

una investigación cualitativa utilizando el método de la entrevista a profundidad.

En congruencia con algunos autores como Giménez (2007), quien afirma que una identidad regional se construye cuando al menos una parte significativa de la región ha logrado incorporar a su propio sistema cultural los símbolos, valores y aspiraciones más profundas, o Bassand

(citado en Giménez), quien sugiere que la identidad vivida está expresada por la forma de vida cotidiana y modo de vida actual de la región, combinando elementos históricos, proyectivos y patrimoniales.

Tomando en cuenta los resultados de la investigación cualitativa, se determina que la identidad leonesa versa en seis categorías, lo que los dueños de las mismas taquerías y torterías enunciadas, explicaron como parte del convivio diario con los leoneses. Estas categorías se clasificaron de la siguiente forma:

1. El uso cotidiano en el *lenguaje* leonés.
2. *La tradición heredada por generaciones* de los leoneses por continuar asistiendo a estos lugares.
3. El *gusto* culinario de los leoneses que se expresa en el sabor de estos platillos.
4. Las *anécdotas* que han pasado alrededor de estas taquerías y torterías con sus clientes y dueños.
5. La *clientela* de familias leonesas que asisten y aclaman ir a comer tacos y tortas.

6. *Los lazos sentimentales* hacia estas taquerías y torterías que se ha forjado de generación en generación en León (Aguilera, 2010).

### ¡Vamos a echarnos unos taquitos!

La propuesta a partir de esta reflexión deriva en la invitación para hacer de estas taquerías y torterías una especie de tesoro intangible en la gastronomía leonesa que posee un valor histórico y sentimental atañido y construido por los habitantes de esta ciudad a partir del siglo XX. Dicho valor puede y debe ser ofrecido al visitante<sup>4</sup> que busca una oferta de gastronomía típica en la ciudad de León, no es sólo delimitándose a la oferta de tacos y tortas, sino a los diversos tipos de gastronomía típica que pueden hacer un conjunto de oferta, como la cebadina, las bombas y las guacamayas, depositando en estos pequeños restaurantes o puestos callejeros una experiencia emocional de valor con raíces en la tradición leonesa, y por supuesto contribuyendo a la economía de los negocios familiares.

Sin embargo, este valor intangible de las pequeñas prácticas culturales tiene que ser comprendido y adjudicado por el mismo leonés que participa y construye en la creación de su ciudad, permitiendo fomentar una sociedad turística que promueve su identidad y no sólo una ciudad que ofrece turismo, estimulando la solidaridad regional, reforzando, compartiendo y reconociendo lo «leones», situándose fuerte ante la apertura al exterior (Giménez, 2007).

<sup>4</sup>Visitantes y turismo que atrae la ciudad por sus diferentes manifestaciones culturales, eventos y congresos, como La Feria estatal, Festival del Globo, Rally México, SAPICA (Salón de la Piel y el Calzado), ANPIC (Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado), FENAL (Feria del Libro), El Festival Internacional Cervantino y su posición estratégica de los peregrinos «sanjuaneros», entre otros.

## REFERENCIAS

- Aguilera, Alejandra (2010) «Hacia la construcción de la identidad culinaria en la ciudad de León a través de las taquerías y torterías representativas de la ciudad». Investigación presentada en el III Congreso Internacional de Gestión de Eventos, organizado por la Universidad de Jaume I de España y la UIA León.
- Bayón, Demián (1990) «Viva la diferencia». En *La Jornada Semanal*, 51. Junio. México D.F.
- Calvino, Ítalo (1989) *Bajo el sol jaguar*. Barcelona: Tusquets.
- Ferguson, Priscilla Parkhurst (2004) *Accounting for taste: the triumph of the french cuisine*. Chicago: University Press.
- Gash, Manuel (1993) «Presentación». En *Gran enciclopedia de la comida mexicana e internacional*, I. Septiembre. México, D.F.
- Giménez, Gilberto (2007) *Estudio sobre la cultura y las identidades sociales*. México: CONACULTA/ITESO.
- Juárez López, José Luis (2008) *Nacionalismo culinario la cocina mexicana en el siglo XX*. México: CONACULTA/Dirección general de Culturas Populares.
- Padilla, Ernesto y Mónica Elías Orozco (2006) *León: una mirada al espejo*. México: UIA León.
- Pilcher, Jeffrey (2006) «¡Tacos, joven!». En *Cosmopolitismo proletariado y la cocina nacional mexicana. Dimensión antropológica*. Año 13, vol. 37, mayo-agosto.