

**UNIVERSIDAD MESOAMERICANA  
GRUPO EMERGENTE DE INVESTIGACION**

**EL CAMPO DE LA ALIMENTACIÓN EN LA CIUDAD DE OAXACA: SUS  
CAMBIOS Y PERSPECTIVAS**

Nolasco Morán Pérez  
e-mail: mesoamerica10@yahoo.com.mx  
mesoamerica10@gmail.com

# El campo de la alimentación en la Ciudad de Oaxaca: sus cambios y perspectivas

Nolasco Morán Pérez<sup>1</sup>

## Resumen

El presente estudio forma parte del proyecto de “Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos” (FOCYP) que se trabajó a nivel nacional a partir de 1994 en más de 10 ciudades de la República Mexicana en los campos de Abasto, Alimentación, Arte, Edición, Educación, Ocio, Religión y Salud. La Universidad Mesoamericana colaboró en este proyecto a partir del 2001. Los resultados que se presentan a continuación se refieren al campo de la alimentación y se relacionan con aquellos cambios que se han dado principalmente a partir de los años sesentas que ha sufrido la ciudad de Oaxaca en cuanto al número de establecimientos comerciales que se especializan en cierto tipo de alimentación, estos datos empíricos, que se trabajaron como cartografías culturales, se complementaron con una investigación documental que permitió conocer como se ligan los cambios locales con las transformaciones que se dieron a nivel global o mundial en el campo de la alimentación.

**Palabras clave:** Alimentación, cartografías culturales, infraestructura cultura.

## Introducción

El campo de la alimentación debido al desarrollo de la industria alimentaria, la economía, las comunicaciones y la tecnología, ha presentado en los últimos cincuenta años cambios mundiales que afectan positiva y negativamente la vida de las personas así tenemos por ejemplo que México es uno de los países más consumidores de refrescos embotellados, ocupando el segundo lugar a nivel mundial, los índices de obesidad en las áreas rurales y urbanas se han incrementado notablemente, de igual manera y en consecuencia se han elevado los índices de personas enfermas de diabetes, hipertensión arterial, entre otros padecimientos. Estas afirmaciones son fácilmente corroboradas por las investigaciones realizadas a nivel nacional y mundial principalmente, que son difundidas en diferentes medios masivos de comunicación, estos aspectos que aquí se mencionan se ligan con los datos que a continuación se presentan.

Según Bourdieu un campo “es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos”<sup>2</sup>.

Atendiendo a esta definición podemos entender que la alimentación como CAMPO, actualmente está bien diferenciado y como dice Bordieu “autonomizado”, en función de

---

<sup>1</sup> Catedrático e integrante del Grupo Emergente de Investigación de la Universidad Mesoamericana

<sup>2</sup> Giménez Gilberto. 1977. La Sociología de Pierre Bordieu. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM <http://132.248.35.37/ISSamples/Default/cultura/Gimenez/BOURDIEU.htm>

que ha desarrollado sus propios soportes materiales que en este caso serían los establecimientos conocidos como restaurantes, hamburgueserías, pizzerías, roscaderías, etc., que con sus propias prácticas culturales y productos conforman las ofertas o servicios que ofrecen a sus distintos públicos.

Ahora bien esa autonomización del Campo de la Alimentación de que se habla es un tanto relativa, en el sentido de que para que este opere, forzosamente tiene que interactuar, complementarse, y apoyarse con otros campos como sería el de abasto para conseguir los insumos necesarios para elaborar y ofertar sus productos, lo que a su vez en distintos grados y efectos impactará otros campos, por ejemplo en el caso del campo de la alimentación los cambios que se den en este tendrán repercusiones directas e inmediatas sobre el campo de la salud.

## **Metodología**

La metodología incluye en su primera fase las acciones siguientes:

1. Se determinaron las categorías en que se ubicaría la infraestructura cultural relacionada con el campo de la alimentación quedando de la manera siguiente:  
RESTAURANTES: Cadenas (AC), De Lujo (AL), COMIDA RAPIDA: Hamburguesas (AH), Pizzas (AZ) y Pollo frito (AP)
2. Detección de cambios y transformaciones históricas (trayectorias) en infraestructura cultural (establecimientos dedicados a la venta de alimentos) en cinco periodos históricos: 1900-1919, 1930-1949, 1950-1969, 1970-1989 y 1990-2000, se recabó información de campo y documental para tener los domicilios y los giros en que se ubicaban los establecimientos, a partir de estos se elaboraron con un software especializado las cartografías culturales, donde se ubicaban las coordenadas para situar en un mapa real y virtual dichos establecimientos en las diferentes épocas.
3. Documentalmente se trabajaron las cronologías y la información que se referían a situar en el tiempo y en el espacio los principales cambios y transformaciones que marcaron el desarrollo del campo alimentario.
4. Se trabajaron algunos datos fríos que se refirieron a la cuantificación de la infraestructura, agentes especializados y públicos relacionados con el campo de la alimentación.

## **Discusión de resultados**

### **Infraestructura cultural**

Con respecto a la ubicación y cuantificación de los establecimientos relacionados con la venta de alimentos en la ciudad de Oaxaca no se obtuvieron datos para la primera época que cubría de 1900 a 1919 en el periodo de 1930-1940 solo se ubicó un establecimiento que aún sigue funcionando que es el restaurante "Asador Vasco" que data su operación a partir de 1938. De 1950 a 1969 se cuantificaron un total de 48

establecimientos, apareciendo en este periodo los establecimientos relacionados con la venta de pollos fritos y hamburguesas. En el periodo de 1970 a 1989 los datos conseguidos no reflejan lo que realmente sucedió en este periodo, en el periodo de 1990 al 2000 es donde los datos reflejan claramente que los establecimientos dedicados a la venta de comida rápida en los que se incluyen el pollo frito, las pizzas y hamburguesas se elevan significativamente en número (ver Grafica 1).

## Los cambios más visibles en la comida rápida

### Hamburguesas

A partir de los 80s en la ciudad de Oaxaca se presentan cambios en la proliferación de establecimientos que se dedican a la venta de comida rápida, haciéndose más visible esta situación en la década de los 90s, como podemos observar en la gráfica, donde el 57% de los establecimientos de hamburguesas se ubican en el período de 1990-2000.

Por otro lado la aparición de esta modalidad de alimentación se ubica en los Estados Unidos de Norteamérica y se remonta a 1892, relacionándose con una feria del condado de Ohio, donde según Marvin Harris<sup>3</sup>, se le atribuye a un oscuro dueño de restaurantes que, al quedarse sin salchichas de cerdo, decidió sustituirlas por carne picada de vaca. Otros afirman que las hamburguesas aparecieron por primera vez en 1904. La palabra “hamburguesa” se originó, o bien entre los emigrantes alemanes que viajaban en la línea Hamburgo-América, y a los que se servía una mezcla de carne picada y cebolla, o bien en un plato a base de carne picada que era popular en la ciudad de Hamburgo (p. 158).

Un poco mas de veinte años después, en 1921 en Kansas City, se crea la cadena de hamburgueserías White Castle. La cadena se extendió lentamente, tardando casi una década en alcanzar Nueva York. Pero ni White Castle era un restaurante de comida rápida, ni los tiempos estaban aun maduros para su advenimiento. Se trataba mas bien de un establecimiento de comidas baratas cuya clientela se nutría del tráfico peatonal de los centros urbanos. Las hamburguesas se preparaban mientras los clientes, sentados en la barra, hacían tiempo frente a una taza de café. De esta manera quedaba interrumpido el flujo de nuevos pedidos (p.159)<sup>4</sup>.

A principios de los 50's la carne de vacuno comenzó a imponerse sobre la de cerdo, debido a una combinación de cambios en los sistemas de producción y comercialización de dicha carne que se adaptaron a la perfección a los estilos de vida que empezaron a surgir en Norteamérica después de la segunda guerra mundial. Durante el decenio de 1950, los norteamericanos consumieron cantidades iguales de carne de cerdo y vacuno (p. 155)<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> HARRIS, Marvin. 1991. Bueno para comer: enigmas de alimentación y cultura. ALIANZA CONACULTA. 351 pp.

<sup>4</sup> Idem

<sup>5</sup> Idem

A los cambios mencionados que influyeron en los hábitos de consumo de hamburguesas en los Estados Unidos se fueron ligando la creación de distintos establecimientos como los siguientes: en 1954, nace el primer restaurante Burger King fundado por James McLamore y David Edgerton; Mc Donalds abre su primer restaurante en Des Plaines (Illinois, EEUU) en 1955; Jim Delligatti, uno de los franquiciados más antiguos de la cadena Mc Donalds inventa el Big Mac, la hamburguesa que más unidades por persona ha vendido a nivel internacional.<sup>6</sup>

La aparición de las hamburguesas y sus cambios mencionados, aunados a la instrumentación de estrategias económicas tales como las franquicias permitieron la expansión de los establecimientos de hamburguesas, esto se sustenta en lo que se afirma en la Revista Restaurantes Oaxaca<sup>7</sup> donde se indica que “En 1995, uno de cada tres dólares que los norteamericanos gastaban en bienes y servicios, era mediante franquicias. En los estados Unidos, en este año existían 498 franquicias; estas generaban anualmente 591 billones de dólares de venta, de estas franquicias hace 15 (1980) años solo existía el 15%, algunos autores estiman que en ciertos giros, el 95% de las micro y pequeña empresas, se manejan mediante el sistema de franquicias (p.17).

Los datos citados son corroborados por la firma Alcázar Córdova & Arandy<sup>8</sup>, que nos indican que, a partir de 1996 el sector (*franquiciatario*) retomó su crecimiento, con un ritmo más moderado pero consistente, gracias a la fortaleza de las franquicias que sobrevivieron a la crisis de 1994 y 1995 y al surgimiento prudente y planeado de nuevas franquicias mexicanas y extranjeras, así como a la difusión de la cultura de la franquicias entre los inversionistas, los cuales se volvieron más cuidadosos en la elección de una franquicia. De tal forma en 1997, teníamos 450 franquicias y al rededor de 16 mil puntos de venta. Para 1998, con un crecimiento aproximado del 20 % respecto del año anterior, habían 500 franquicias disponibles y 17,390 puntos de venta y de 1999 a la fecha, el crecimiento ha llegado a más 600 conceptos de franquicia operando con cerca de 20 mil puntos de venta, de los cuales el 60 % son franquicias mexicanas (ver Gráfica 2).

## Pollo frito (rosticerías)

De igual forma los establecimientos de pollo frito o rosticerías han tenido un comportamiento similar a la expansión de las hamburguesas en el Municipio de Oaxaca, pues en la década de 1990-2000 se contabilizaron el 56% de los mismos (ver Gráfica 3).

Para el caso del Municipio de Oaxaca, el número de rosticerías operando con recursos de empresarios locales es considerable pues se han contabilizado hasta la fecha un total de 48 establecimientos, mientras que la cadena de Restaurantes más reconocida a

<sup>6</sup> <http://www.mucho gusto.net/especial/hamburguesas.com>

<sup>7</sup> Revista Restaurantes Oaxaca, año 2 no. 28 agosto de 1995. CANIRAC

<sup>8</sup> Enrique U. Alcázar Córdova y César Arandy Martínez; Director General y Director de Franquicias, respectivamente, de la Firma Alcázar Córdova & Arandy  
[http://mx.invertia.com/noticias/noticia.asp?idNoticia=200105181436\\_INV\\_315636](http://mx.invertia.com/noticias/noticia.asp?idNoticia=200105181436_INV_315636)

nivel mundial especializada en la venta de pollo frito Kentucky Fried Chicken (KFC), llegó a establecerse apenas en el año de 2004, en la parte noroeste de la ciudad, donde se han concentrado prácticamente las grandes empresas transnacionales como Mc. Donalds, Pizza Hut, Sam's Club, y más últimamente Subway.

Por otro lado, algunos empresarios restauranteros locales como es el caso del Restaurant "El Sagrario" están innovando sus estrategias vinculadas con el fast food, pues en el local que se ubica en las instalaciones de la empresa Soriana, "El Sagrario" ofrece comida rápida, incluyendo en su menú pollo frito, hamburguesas y pizzas principalmente, por otro lado y tratando de emular a las grandes transnacionales también tiene en su local un área de juegos para niños.

La historia comercial del pollo frito como tal, para variar empieza en los Estados Unidos de Norteamérica, con la cadena de establecimientos denominada Kentucky Fried Chicken (KFC) y se ubica en 1952 en Corbin, donde el Coronel Sanders abrió su primer restaurante. A él se le acredita como el pionero del desarrollo del concepto de franquicia dentro del sector de restaurantes. Después de la apertura, 10 años (1962) más tarde aproximadamente, en 600 restaurantes estaban sirviendo su pollo de Receta Original bajo licencia. En Octubre de 1986 KFC fue adquirida por Pepsico Inc. El 7 de Octubre de 1997, Pepsico Inc. segregará sus actividades de restauración en una nueva compañía, Tricon Global Restaurants, Inc., que se enfocará en el sector de la restauración con las tres marcas: Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken y Taco Bell<sup>9</sup>.

## Pizzerías

Las pizzerías en Oaxaca se ubican el 100% de los establecimientos en la década de los 90, aunque esto no necesariamente quiere decir que en esta década se empezaron a establecer, sino más bien es el período en que se tiene el mayor número de registros y que falta por confirmar a nivel de campo la tradición pizzera que data de años más atrás en Oaxaca, pero por el momento estos datos nos confirman el crecimiento gradual que está teniendo esta modalidad de la cultura alimentaria conocida como fast food (ver Grafica 4).

La pizza como alimento tiene tres mil años de historia, es de las modalidades del fast food cuyas raíces históricas son más ancestrales y vinculadas con culturas que se desarrollaron en el mar mediterráneo. Pero es entre 700 y 800 que la pizza se consolida siempre más como una de los platos de la comida napolitana preferidos del pueblo, volviendo a ser uno de los más importantes de la tradición culinaria de esta ciudad: y se empiezan a definir las características de la pizza y de los lugares dedicados a su confeccionamiento, las pizzerías. En el 700 la pizza se confecciona en hornos a leña para ser vendida en las calles y en las callejas de la ciudad: un aprendiz que llevaba en equilibrio sobre la cabeza la estufa, consignaba directamente a los adquirientes las

---

<sup>9</sup> Canal Franquicias .com <http://www.canalfranquicias.com/KFC-Kentucky-Fried-Chicken-masinfo205.htm> 12 de septiembre de 2005

pizzas, ya confeccionadas con diferentes ingredientes y condimentos, y las llevaba comunicando su llegada con características llamadas<sup>10</sup>.

En 1905, *Gennaro Lombardi* abre la primera pizzería en Nueva York. En Chicago en 1943, se da más profundidad al estilo de la pizza (hacen que la masa sea más esponjosa que crece y rodea a los ingredientes. Fue creada por Ike Sewell en su bar llamado "Pizzeria Uno". En 1957 Las pizzas congeladas ya pueden encontrarse en las tiendas de ultramarinos. La primera fue comercializada por los hermanos *Celentano*. La pizza pronto se convertiría en el alimento congelado más popular. En 1985 Se abre el primer restaurante Pizza Hut en Wichita, Kansas por los hermanos *Franck* y *Dan Carney*. Con el paso de los años Pizza Hut se convertiría en la mayor cadena de pizzerías a nivel mundial con más de 12.000 establecimientos repartidos en 87 países diferentes<sup>11</sup>.

## Conclusiones

El establecimiento y expansión de la infraestructura material de lo que se ha dado en llamar comida rápida o fast food es un hecho innegable en el Municipio de Oaxaca, que se ve confirmado por los datos cartográficos recabados.

De igual manera se ha determinado que el factor económico, industrial y tecnológico han sido los detonantes que han permitido esta expansión. Siendo los orígenes de esta expansión los Estados Unidos de Norteamérica.

Hasta este momento en este breve análisis, solo se ha mencionado las características que se han manifestado en el campo de la alimentación en el Municipio de Oaxaca y no se han tocado todos aquellos aspectos que tienen que ver con la industrialización de los alimentos, que se ligan directamente con el procesamiento de lo que se ha llamado comida rápida ó fast food, considerado como un nuevo modelo alimentario de alcances mundiales que trastoca no solo las culturas alimentarias de los países y pueblos donde se establece sino que afecta diferencialmente a las clases sociales y grupos de edad que van adquiriendo el hábito del consumo de este tipo de comida.

De igual manera estos cambios que se ligan a la comida rápida se relacionan también y directamente con el campo de la nutrición, la educación, la salud y el abasto, lo que impacta a uno impacta a los demás. Por lo que se hace vital el estudio a profundidad de los efectos del modelo alimentario del fast food en cada uno de estos campos, omitir esta necesidad seguramente traerá consigo consecuencias graves que mas tarde motivaran la necesidad de estas investigaciones que bien se pueden iniciar hoy y no esperar a que dentro de 10 años cuando la problemática que hoy se percibe, sea de consecuencias mas lamentables para muchos sectores de la sociedad.

---

<sup>10</sup> <http://www.averanapoli.it/espstoria.htm> 12 de septiembre de 2005

<sup>11</sup> Mucho gusto, ¿Hablamos de comida? <http://www.mucho gusto.net/especiales/Pizza/> 12 de septiembre de 2005

El estudio de la comida mestiza o regional también es una necesidad prioritaria porque tal parece que, por un lado, estamos importando un modelo alimentario ajeno cuyas consecuencias negativas la mayoría ignoramos, mientras que por el otro, tal vez se este deteriorando y perdiendo la información y el conocimiento de la alimentación propia de los oaxaqueños. Son dos fenómenos que al parecer van de la mano y cuya importancia para investigarse no queda duda por el impacto social que ambos conllevan.

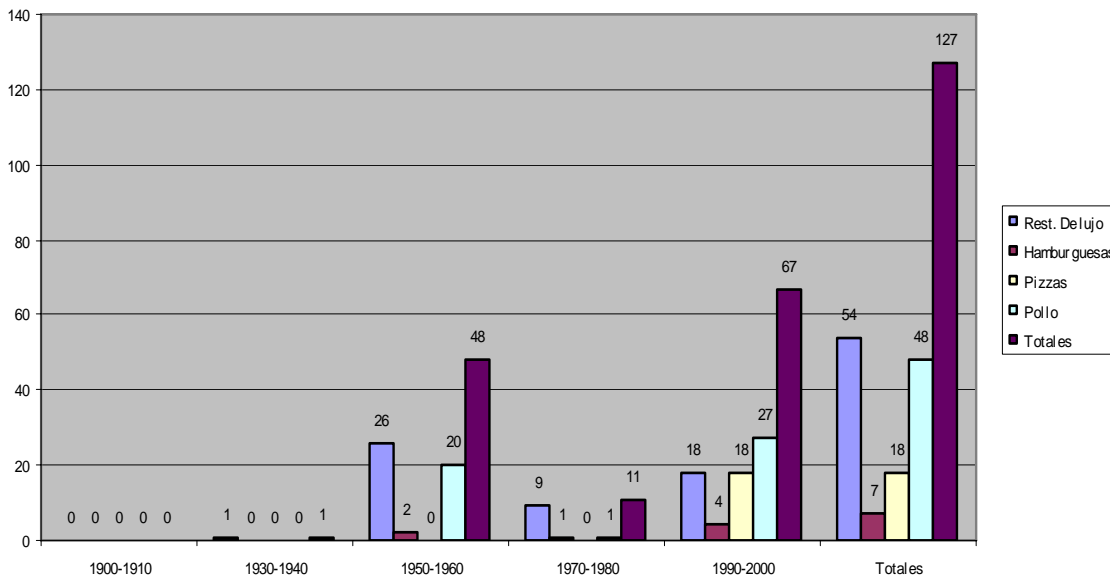
## REFERENCIAS

- Giménez Gilberto. 1977. La Sociología de Pierre Bordiue. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM <http://132.248.35.37/ISSamples/Default/cultura/Gimenez/BOURDIEU.htm>
- HARRIS, Marvin. 1991. Bueno para comer: enigmas de alimentación y cultura. ALIANZA CONACULTA. 351 pp.
- Revista Restaurantes Oaxaca, año 2 no. 28 agosto de 1995. CANIRAC
- Enrique U. Alcázar Córdova y César Arandy Martínez; Director General y Director de Franquicias, respectivamente, de la Firma Alcázar Córdova & Arandy [http://mx.invertia.com/noticias/noticia.asp?idNoticia=200105181436\\_INV\\_315636](http://mx.invertia.com/noticias/noticia.asp?idNoticia=200105181436_INV_315636)
- Canal Franquicias .com <http://www.canalfranquicias.com/KFC-Kentuky-Fried-Chicken-masinfo205.htm> 12 de septiembre de 2005.
- <http://www.averanapoli.it/espstoria.htm> 12 de septiembre de 2005

## ANEXOS:

### GRAFICA 1

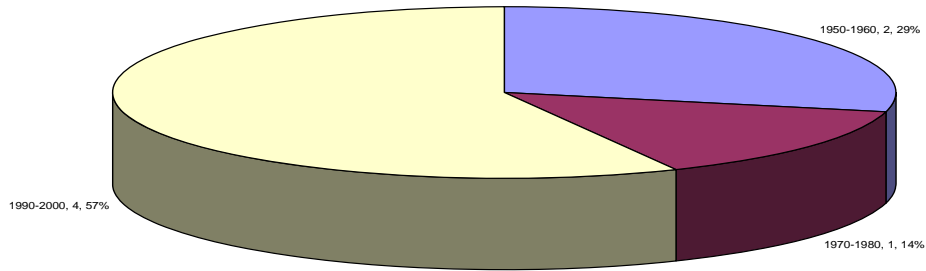
Estableciminetos de Alimentación por subcampo y época en el Municipio de Oaxaca de Juárez, Oaxaca. 2006



### GRAFICA 2.

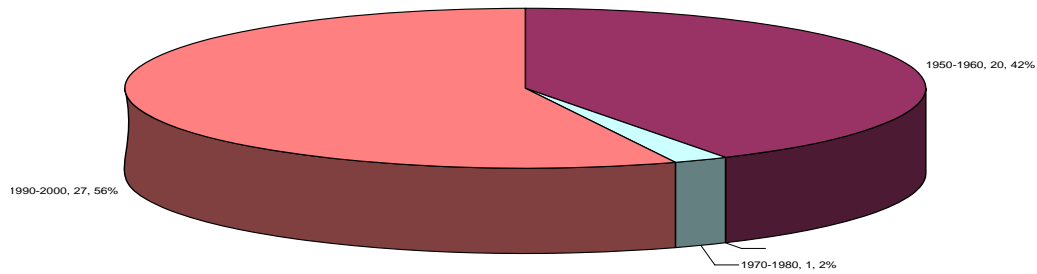


**Establecimientos de Hamburguesas por época  
en el Municipio de Oaxaca de Juárez, Oaxaca. 2006**



**GRAFICA 3**

**Establecimientos de Pollo Frito por época  
en el Municipio de Oaxaca de Juárez, Oaxaca. 2006**



**GRAFICA 4**

**Establecimientos de Pizzas por época  
en el Municipio de Oaxaca de Juárez, Oaxaca. 2006**

