



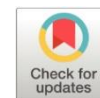


Cuando la tierra habla: representaciones sociales de los alimentos tradicionales

When the land speaks: social representations of traditional foods

- ¹ Iliana Itzel Rojas Contreras  <https://orcid.org/0000-0002-1179-5959>
Universidad Intercultural del Estado de México (UIEM), México, México.
ilianairojas@gmail.com
- ² Ofelia Márquez Molina  <https://orcid.org/0000-0002-9127-7405>
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), México.
ofeliammolina@yahoo.com
- ³ Enrique Espinosa Ayala  <https://orcid.org/0000-0002-7916-2146>
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), México.
enresaya1@hotmail.com
- ⁴ Juan José Ojeda Carrasco  <https://orcid.org/0000-0002-4262-9224>
Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), México.
mvzozeda@hotmail.com



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 09/10/2025

Revisado: 12/11/2025

Aceptado: 03/12/2025

Publicado: 05/01/2026

DOI: <https://doi.org/10.33262/ap.v8i1.666>

Cítese:

Rojas Contreras, I. I., Márquez Molina, O., Espinosa Ayala, E., & Ojeda Carrasco, J. J. (2026). Cuando la tierra habla: representaciones sociales de los alimentos tradicionales. *AlfaPublicaciones*, 8(1), 22–38. <https://doi.org/10.33262/ap.v8i1.666>



ALFA PUBLICACIONES, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://alfapublicaciones.com>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Palabras claves:

Alimentos,
Saberes, cultura,
tradición,
patrimonio.

Resumen

Introducción. Los alimentos tradicionales en México son un pilar de la identidad cultural y el desarrollo económico, especialmente en la zona oriente del Estado de México. Para entender su verdadero valor, es fundamental analizar las Representaciones Sociales (RS) que la gente construye en torno a ellos. **Objetivo.** Identificar el núcleo central y los elementos periféricos de las RS de los alimentos tradicionales entre los consumidores, así como la jerarquía de las categorías que componen estas representaciones. **Metodología.** Se realizó un estudio descriptivo de tipo cualitativo, mediante las técnicas de Análisis Prototípico y Categorical de Representación social, Análisis de contenido, Lexicográfico y Asociación de Libre de Palabras. Se aplicó un cuestionario a 356 consumidores de la zona oriente del Estado de México. **Resultados.** Las RS son conjuntos formados por núcleos centrales y elementos periféricos. El núcleo constituye una estructura estable que es más resistente a transformaciones o cambios, lo que fortalece estas RS, convirtiéndose en una “base común” entre los individuos en este caso se identificó que los nodos centrales los alimentos tradicionales son “sabor”, “cultura” y “alimentos”. Por otro lado, los componentes periféricos se sitúan entre el objeto representado y los núcleos centrales, volviéndose más susceptibles a modificaciones en la representación de un objeto, aunque esto no altera las RS. **Conclusión.** Para los consumidores, los alimentos tradicionales representan mucho más que nutrición. Su percepción se basa en el sabor, la cultura, el hogar y la calidad. Los aspectos sensoriales y culturales son más importantes, superando a factores como el costo o la accesibilidad. Debido a que estos alimentos evocan emociones, recuerdos y convivencia social. Por tanto, es importante promover su valor cultural y la experiencia multisensorial que ofrecen, en lugar de solo resaltar sus beneficios para la salud. **Área de estudio general:** Científico/Industrial. **Área de estudio específica:** Antropología Natural. **Tipo de estudio:** Artículo original.

Keywords:

Food, knowledge,
culture, tradition,
heritage.

Abstract

Introduction. Traditional foods in Mexico are a pillar of cultural identity and economic development, especially in the eastern part of the State of Mexico. To understand their true value, it is

essential to analyze the social representations (SR) that people construct around them. **Objective.** Identify the core and peripheral elements of consumers' social representations of traditional foods, as well as the hierarchy of the categories that make up these representations. **Methodology.** A qualitative descriptive study was conducted using prototypical and categorical analysis of social representation, content analysis, lexicographic analysis, and free word association techniques. A questionnaire was administered to 356 consumers in the eastern part of the State of Mexico. **Results.** SRs are sets formed by central cores and peripheral elements. The core constitutes a stable structure that is more resistant to transformations or changes, which strengthens these SRs, becoming a “common basis” among individuals. In this case, it was identified that the central nodes of traditional foods are “flavor,” “culture,” and “food.” On the other hand, the peripheral components are located between the represented object and the central nodes, becoming more susceptible to modifications in the representation of an object, although this does not alter the RS. **Conclusion.** For consumers, traditional foods represent much more than nutrition. Their perception is based on taste, culture, home, and quality. Sensory and cultural aspects are more important, surpassing factors such as cost or accessibility. This is because these foods evoke emotions, memories, and social interaction. Therefore, it is important to promote their cultural value and the multi-sensory experience they offer, rather than just highlighting their health benefits. **General Area of Study:** Scientific/Industrial. **Specific area of study:** Natural Anthropology. **Type of study:** Original article.

1. Introducción

Los alimentos tradicionales son mucho más que sustento en México; representan un pilar fundamental de la cultura y la identidad nacional. Su relevancia trasciende lo meramente nutricional, impactando directamente la economía local a través de cadenas de producción y mercados comunitarios. Además, contribuyen a la salud, pues, en muchos casos, se relacionan con productos frescos y menos procesados. Desde el sabor distintivo que evoca memorias y placer, hasta el profundo arraigo en la cultura y la conexión con el hogar y la

familia, estos alimentos encapsulan una calidad que va más allá de lo nutricional, abarcando herencia, comunidad y pertenencia (Esponda & Galindo, 2025).

En la zona oriente del estado de México, los alimentos tradicionales poseen una gran importancia que trasciende lo culinario. Constituyen un pilar fundamental para la identidad cultural y el desarrollo económico local. En esta región, la ruta gastronómica que abarca municipios como Tlalmanalco, Tenango del aire, Amecameca, Ayapango, Ozumba y Tepetlixpa, no solo preserva saberes ancestrales y técnicas de preparación transmitidas de generación en generación (Torres & Rojas, 2024; Fichamba et al. 2021; Troncoso-Pantoja, 2019), sino que también impulsa la economía local. Cada platillo, desde los moles hasta las nieves de sabores autóctonos, se convierte en un atractivo turístico que genera demanda para productores y artesanos de la zona (Espinosa-Moreno et al., 2023). Este patrimonio gastronómico fomenta el arraigo social, conecta a las comunidades con su historia y sus recursos naturales, y promueve un sentido de identidad cultural. Al valorar las tradiciones de los antepasados, se promueve la recolección, difusión y defensa de estos saberes (Bermeo et al., 2020). De esta manera, los alimentos tradicionales de esta región no solo nutren al cuerpo, sino que también fortalecen el tejido social, la memoria colectiva y la vitalidad económica del oriente del Estado de México.

Este estudio aborda las Representaciones Sociales (RS) entendidas como el conocimiento social e históricamente construido a partir de conceptos, explicaciones e imágenes que se originan para dar significado a las cosas, las personas y sus acciones. Las RS funcionan como marcos de referencia que permiten interpretar y dar sentido a las construcciones simbólicas que se originan en la interacción social y se recrean a lo largo del tiempo (Carrasquilla et al., 2019; Navarro & Gaviria, 2010).

En el ámbito del consumo alimentario, las RS son una herramienta invaluable que ayuda a entender no solo lo que la gente come, sino por qué lo come y qué significado les atribuye a esos alimentos. Estudiar estas representaciones es crucial para comprender a fondo el consumo, la valoración y, en última instancia, la preservación de los alimentos, especialmente aquellos con un fuerte componente cultural.

La teoría principal de las RS les atribuye la función de construcción, organización, comunicación o difusión del conocimiento. Estas operan como una estructura que gira en torno a un núcleo central (Abric, 2001). Por su parte Moscovici (1979) evidenció la relevancia de un proceso denominado “objetivación” en la creación de las RS. Mediante este proceso una persona prioriza cierta información sobre otra y la separa de su contexto original. Es precisamente aquí donde la readaptación de esta información forma el “núcleo” de la representación; es decir, una estructura jerárquica que representa el objeto en cuestión.

Según Abric (2001) el análisis de las Representaciones Sociales (RS) no se limita al aspecto procesal, sino que también se centra en el contenido de la representación. Así, desde la perspectiva estructuralista, el núcleo figurativo de una representación se convierte en el "núcleo central". Esta teoría parte de la hipótesis de que las RS tienen una organización interna jerárquica entre sus elementos y las relaciones que se establecen entre ellos (Navarro & Gaviria, 2010).

De acuerdo con esta visión, se reconocen dos sistemas: Según Abric (1993, 1989, 1984, citado en Prado & Krause, 2004) el primero refiere que el núcleo o sistema central determina la organización y el significado de las representaciones. Está asociado a los valores y a las normas (condiciones históricas, costumbres e ideologías) y se caracteriza por ser más estable y rígido en la representación del individuo. Posee tres funciones: una como generador de sentido (crea y transforma) el significado de los otros elementos; dos es organizador ya que determina la naturaleza del lazo que existe entre los elementos y la representación social; y tercero porque es un estabilizador de la RS y por consiguiente de la identidad grupal.

Los elementos periféricos son lo que permiten las diferencias individuales en las representaciones, dotando de versatilidad a la estructura. Estos elementos generan una mayor sensibilidad al contexto del sujeto o grupo social, resguardando así el núcleo central a través de la capacidad de adaptación a situaciones específicas. De acuerdo con Abric (2001) esta flexibilidad cumple una función de protección o defensa.

Las RS son conjuntos formados por núcleos centrales y elementos periféricos. El núcleo constituye una estructura estable que es más resistente a transformaciones o cambios, lo que fortalece las RS y las convierte en una "base común" entre los individuos. Por otro lado, los componentes periféricos se sitúan entre el objeto representado y los núcleos centrales, y son más susceptibles a modificaciones en la representación de un objeto. Sin embargo, estos cambios no alteran la esencia de la RS.

A pesar de la creciente atención hacia los alimentos tradicionales, la mayoría de las investigaciones se centran en su composición nutricional, su historia o sus aspectos antropológicos. Sin embargo, existe un vacío significativo en la literatura respecto a cómo los propios consumidores perciben y valoran estos alimentos desde su imaginario colectivo.

En un contexto como el mexicano, donde la gastronomía posee un profundo significado cultural y social, es esencial ir más allá de las características intrínsecas del alimento para desentrañar las construcciones mentales que influyen en su consumo y valoración. La riqueza, gastronómica de México no se comprende completamente sin explorar cómo estos alimentos son percibidos y valorados por quienes los consumen.

Es precisamente aquí donde el estudio de las RS adquiere una importancia fundamental, ya que facilita la comprensión del intrincado conjunto de significados, creencias y representaciones que los habitantes de la región orienten del Estado de México asocian con sus alimentos tradicionales.

Con el fin de abordar esta necesidad de conocimiento, el presente estudio tuvo como objetivo principal identificar el núcleo central y los elementos periféricos de las representaciones sociales que tienen los consumidores sobre los alimentos tradicionales, así como la jerarquía de las categorías que componen dichas representaciones. Este enfoque permitió develar las ideas y asociaciones que predominan en la mente de las personas al pensar en este tipo de alimentos.

2. Metodología

La muestra para este estudio se compuso de 356 consumidores de alimentos tradicionales de la zona oriente del Estado de México. Esta región se caracteriza por una amplia variedad de opciones culinarias, con platillos que reflejan su herencia prehispánica mediante el uso de ingredientes locales y técnicas culinarias tradicionales. Los municipios que integran la muestra son Tlalmanalco, Tenango del aire, Amecameca, Ayapango, Ozumba y Tepetlixpa, los cuales se encuentran dentro de la ruta gastronómica de la zona de los volcanes en México.

El método utilizado para explorar las RS de los consumidores de alimentos tradicionales fue el análisis prototípico y categorial, desarrollado por Pierre Vergés. Para la recolección de los datos, se solicitó a los consumidores que evocaran tres palabras o conceptos relacionados con la frase “alimentos tradicionales”, para posteriormente jerarquizarlos según su importancia.

A partir de la lista de palabras evocadas, se esquematizó la información tal como se ejemplifica la información en la **Tabla 1**. En la técnica de evocación libre, se generaron tres columnas que contienen las palabras mencionadas por los participantes. Dichas palabras se ordenaron de izquierda a derecha, donde la primera posición corresponde a la palabra mencionada en primer lugar y así sucesivamente.

Tabla 1

Ejemplo de tabla de evocación libre

Evocación 1	Evocación 2	Evocación 3
abuelos	aroma	sabor
abuelos	abundante	alimentos
abundante	calidad	sabor
precio	cultura	sabor
alimentos	sabor	hogar
alimentos	nutritivos	nostalgia

Para el análisis prototípico, se siguió una serie de pasos. Primero, se realizó una corrección ortográfica de las respuestas. Posteriormente, se llevó a cabo una agrupación conceptual de las palabras basándose en su definición y proximidad semántica, por ejemplo, “salud” y “saludable” se agruparon en una misma categoría.

A continuación, se determinó la frecuencia de cada término, eliminando repeticiones y contabilizando las frecuencias totales. Después, se estudió el rango promedio de aparición de cada palabra, el cual se obtuvo de la suma de las posiciones en las que fue mencionada cada palabra, dividida por sus respectivas frecuencias (suma de posiciones/frecuencia=rango) (Moliner & Lo Monaco, 2019; Abric, 2001). Este análisis genera un cuadro de dos entradas como se muestra en la **Tabla 2**.

Tablas 2

Jerarquía estructural: Prototipo de la RS

Frecuencia	Rango promedio	
	Bajo	Fuerte
	Alto	Núcleo central
	Débil	Periférico 1
		Periférico 2

La interpretación de los resultados indica que los elementos con alta frecuencia y bajo rango promedio de aparición (es decir, aquellos que fueron mencionados primero) son los que, hipotéticamente, conforman el núcleo central de la representación social.

Los elementos de la primera periferia contribuyen a operacionalizar o contextualizar los elementos centrales. Su relevancia radica en que son palabras con una alta frecuencia de evocación (comunes en el grupo) o fueron mencionados en las posiciones más altas, lo que indica que son fácilmente accesibles en el ámbito representacional.

En la segunda periferia se sitúa la mayoría de las palabras que enriquecen el campo semántico de referencia del objeto, aunque ocupan las últimas posiciones en la jerarquía. Para resaltar el "prototipo" de la representación, se realizó un análisis léxico que busca mostrar la estructura del contenido. Este análisis considera dos analizando dos indicadores: la frecuencia de aparición de los términos en la muestra encuestada y el orden de aparición de dichos ítems, es decir, el rango medio calculado sobre el total de la población para identificar si la palabra fue evocada en primer, segundo o tercer lugar.

Estos parámetros proporcionan dos tipos de información, una perspectiva grupal, ya que se consideran conceptos ampliamente aceptados, y una perspectiva personal, porque se fundamentan en una distribución numérica construida a partir del orden definido por los

participantes. A partir de estos hallazgos, es posible llevar a cabo un estudio de categorías que resalte los temas o ideas que estructuran la RS del conjunto.

3. Resultados

La muestra produjo un total de 1068 palabras o expresiones, de las cuales 36 fueron diferentes. Esto representa un promedio de 3 palabras distintas por persona, lo que significa que en promedio, cada participante evocó al menos tres palabras diferentes.

A partir de este primer corpus, se realizó un análisis del prototipo de las RS del consumidor de alimentos tradicionales, según la técnica de Abric (2001). Para entender la percepción de los consumidores sobre las palabras que asocian con los alimentos tradicionales, se llevó a cabo un primer análisis para jerarquizar las palabras más importantes. Para ello se consideraron las que fueron mencionadas en un mayor o igual número de casos (según Vergés), con el fin de determinar la jerarquización de los elementos que componen el corpus y calcular un promedio del total de palabras evocadas. El promedio de frecuencia mayor o igual a ese valor redujo el total de palabras a 36. A partir de estas palabras, se elaboraron los núcleos central y periféricos, basándose en la frecuencia: aquellas con una frecuencia mayor o igual a 2 (≥ 2) y las que fueron menores a 2 (< 2). La importancia de las palabras se definió a partir de la mediana de los datos obtenidos de las mismas 36 palabras.

3.1. Análisis de prototipicidad

En la **Tabla 3** se aprecia que el núcleo central está constituido por las palabras sabor, cultura, hogar y calidad. Estos cuatro términos forman el eje principal de la representación social. Lo cual significa que cuando las personas piensan en el concepto que se está analizando (en este caso, los alimentos tradicionales), las ideas de “sabor”, “cultura”, la “conexión con el hogar” y la “calidad” son las primeras que surgen. Estas palabras actúan como pilares sobre los que se construye el significado colectivo. Su alta recurrencia indica que son mencionadas con frecuencia, mientras que el bajo rango sugiere que son evocadas de manera rápida y consistente por la mayoría de los participantes.

Tabla 3

Prototipo de la representación social de los alimentos tradicionales

Rango menor a 2,0				Rango mayor a 2,0		
Frecuencia mayor o igual a 29,67	sabor	247 ^a	1,76 ^b	alimentos	146 ^a	2,03 ^b
	cultura	186	2	nutritivos	61	2,2
	hogar	70	1,89	saludables	31	2,16
	calidad	39	1,97			

Tabla 3

Prototipo de la representación social de los alimentos tradicionales (continuación)

Rango menor a 2,0				Rango mayor a 2,0		
Frecuencia menor a 29,67	frescura	15	1,73	recuerdos	27	2,37
	naturales	14	2	aroma	24	2,08
	fiesta	11	1,91	amor	24	2,04
	gastronomía	10	1,9	deliciosos	23	2,13
	México	8	2	sazón	18	2,22
	abuelos	5	2	convivencia	16	2,31
	identidad	5	2	económicos	14	2,43
	campo	4	1,5	consistencia	12	2,33
	tianguis	4	1,5	precio	10	2,4
	auténticos	3	1,67	originario	8	2,38
	gusto	2	2	abundante	7	2,29
	pobreza	2	2	practicidad	7	2,29
				nostalgia	5	2,4
				disponibilidad	3	3,0
				variedad	3	3,0
				orgánicos	2	3,0
				inocuos	2	2,5

a. Frecuencia de evocación b. Rango de evocación

En los elementos periféricos próximos se ubican las palabras: alimentos, nutritivos y saludables. Estos términos son fuertemente asociados con el concepto, pero presentan una mayor variabilidad en su evocación. Indican aspectos importantes de la representación, como la conexión con la alimentación y las dimensiones nutrición y salud. Aunque son frecuentes, la ligera dispersión en el rango sugiere que su asociación puede ser menos automática o estar más influenciada por el contexto individual que los elementos del núcleo central.

La zona de contraste está integrada por las palabras fresca, naturales, fiesta, gastronomía, México, abuelos, identidad, campo, tianguis, auténticos, gusto y pobreza. Aunque menos frecuentes, estas palabras son evocadas de manera muy consistente (bajo rango). Esto sugiere que representan aspectos específicos y estables dentro de la representación social. Si bien no son centrales para todos los participantes, son altamente significativos para quienes los evocan. Pueden señalar dimensiones como el origen de los alimentos (fresca, naturales, campo, tianguis, México y auténticos), las emociones y memorias asociadas (abuelos, identidad y gusto), o incluso aspectos socioeconómicos (pobreza). Estos elementos podrían formar parte del núcleo de subgrupos dentro de la población o activarse en contextos más específicos.

www.alfapublicaciones.com

Por último, el sistema periférico dos, ubicado en el cuadrante inferior, estuvo integrado por las palabras recuerdos, aroma, amor, deliciosos, sazón, convivencia, económicos, consistencia, precio, originario, abundante, practicidad, nostalgia, disponibilidad, variedad, orgánicos e inocuos. Estos términos son los menos representativos del grupo en general. Su baja frecuencia y alto rango indican que son menos evocados y con una mayor variabilidad. Podrían ser asociaciones más individuales, coyunturales, o que reflejan opiniones menos compartidas. Sin embargo, no dejan de ser parte de la representación social, aunque se sitúan en su periferia más externa. Estos términos sugerían aspectos como la experiencia sensorial (aroma, deliciosos y consistencia), el impacto emocional (recuerdos, amor, nostalgia), o aspectos logísticos o de ingresos (económicos, precio, disponibilidad y practicidad).

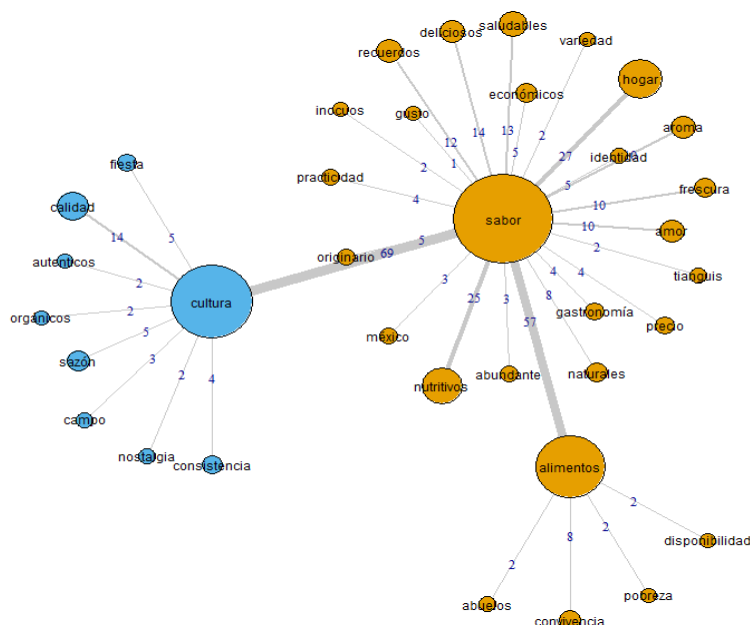
3.2. Gráfico de red

La **Figura 1** presenta una red de co-ocurrencia de palabras clave que revela las asociaciones conceptuales más fuertes dentro de un cuerpo de texto, probablemente relacionado con la percepción y el valor de los alimentos. En la red, los nodos (círculos grandes) representan los conceptos, y su tamaño indica su frecuencia o importancia. Las aristas (líneas grises) muestran las conexiones entre los conceptos; el grosor de la línea y el número indican la fuerza de esa co-ocurrencia.

En este sentido la red exhibe tres nodos principales que actúan como articuladores del campo semántico: “sabor”, “cultura” y “alimentos”.

Figura 1

Análisis de similitud de las representaciones sociales de alimentos tradicionales



El concepto de “sabor” es el nodo central más grande, lo que lo convierte en la palabra predominante y más importante en el discurso analizado. Este concepto comparte una fuerte conexión con 22 términos como “hogar” y “nutritivos”, lo cual, sugiere que el sabor está muy asociado a los beneficios de los alimentos, al ámbito familiar y a las prácticas culinarias. También presenta conexión con “deliciosos”, “saludables”, “frescura”, “aroma”, “amor”, “naturales”, “económicos”, “originario”, “identidad”, “practicidad”, “precio”, “gastronomía”, “México”, “abundante”, “variedad”, “inocuos” y “gusto”. Esto indica que el sabor se percibe en relación con la nutrición, la memoria, las características sensoriales y la tradición culinaria. La suma de las evocaciones de los conceptos relacionados con el sabor es de 247.

El concepto de “cultura” corresponde al segundo nodo más representativo y relevante. Se asocia fuertemente con ocho conceptos como: “calidad”, “sazón”, “fiesta”, “consistencia”, “nostalgia”, “auténticos” y “orgánicos”. Esto sugiere que la cultura se vincula con el pasado, la calidad de los productos, las celebraciones, la autenticidad y, posiblemente, con las prácticas tradicionales. Su suma de evocaciones es de 37.

Por último, el tercer nodo está integrado por cuatro conceptos de “alimentos”, y se relaciona con “convivencia”, “disponibilidad”, “abuelos” y “pobreza”. Esto indica que los alimentos se perciben en relación con el aspecto social (convivencia), las figuras de los abuelos y también con desafíos como la pobreza y la disponibilidad. Su alta frecuencia en las evocaciones refuerza la idea de que los alimentos son una característica central de los alimentos tradicionales.

Para lograr una mejor comprensión de estos conceptos, se llevó a cabo un análisis categórico, basándose en la teoría del sistema central de la representación social. Este análisis permite observar la jerarquía o importancia entre estas categorías y otras que se generaron (**Tabla 4**). Además, se empleó un indicador de similitud para verificar la hipótesis de la centralidad en las cogniciones de los consumidores de alimentos tradicionales, lo que permitió analizar el tipo de vínculos formados entre las categorías.

Es importante recordar que las representaciones sociales se definen como un conjunto de componentes cognitivos interrelacionados. Así, no solo los elementos del contenido y su jerarquía determinan el significado de la representación, sino que las conexiones y sus respectivas jerarquías también son relevantes. Para llevar a cabo este análisis, se determinó un índice de similitud basado en el criterio de co-ocurrencia, es decir, la cantidad de veces que las categorías fueron mencionadas de manera conjunta.

En este sentido se observa que las representaciones sociales de los consumidores de alimentos tradicionales están dominadas por aspectos emocionales y culturales. La primera categoría formada, “sensorial y hedónico”, no solo es la que más ocurrencias acumula (323 evocaciones), sino que también tiene la mayor proporción de palabras

frecuentes (35.9%). Esto resalta su papel central y subraya la importancia del sabor, el aroma y el placer en la elección y el consumo de estos alimentos.

Tabla 4

Análisis categorial: jerarquía entre las categorías de las RS de los consumidores de alimentos tradicionales

Categoría	No de palabras		Ocurrencias (No. Evocaciones)		Palabras frecuentes	
		%		%		%
Sensorial y hedónico	6	16.7	323	30.2	247	35.9
Cultura e identidad	6	16.7	212	19.9	186	27.0
Social y familiar	5	13.9	139	13.0	70	10.2
Calidad y bienestar	6	16.7	149	14.0	39	5.7
Economía y accesibilidad	4	11.1	29	2.7	0	0.0
Logística y prácticas culinarias	3	8.3	21	2.0	0	0.0
Otros	6	16.7	195	18.3	146	21.2
TOTAL	36		1068		688	

De manera similar, la categoría “cultura e identidad”, es la segunda más destacada en términos de ocurrencia con 212 evocaciones. Con un 27.0% de palabras frecuentes, se enfatiza el arraigo de estos alimentos en la tradición y la identidad colectiva, lo que indica que los alimentos tradicionales están fuertemente vinculados a aspectos culturales y de pertenencia.

Resulta interesante notar cómo la relevancia disminuye para categorías más pragmáticas. Por ejemplo, mientras “calidad y bienestar” aún tienen un peso considerable (14.0% de ocurrencias), y “sabor y familia” el 13.0%, lo cual sugiere que las interacciones sociales y los beneficios para la salud también son factores importantes.

En contraste, categorías como “economía y/o accesibilidad” y “logística y/o prácticas culinarias” presentan porcentajes considerablemente bajos de ocurrencia (2.7% y 2.0% respectivamente) y cero palabras frecuentes. Esto podría indicar una menor prominencia de estas categorías en la mente de los consumidores en comparación con las mencionadas anteriormente. Esto sugiere que, para los consumidores de alimentos tradicionales, el costo o la facilidad de preparación no son factores tan determinantes en su percepción como la experiencia sensorial, el valor cultural y los beneficios percibidos.

Finalmente, la categoría “otros” agrupa un conjunto diverso de representaciones que, aunque no se clasifican en las categorías principales, conforman una parte importante de las evocaciones de los consumidores. Su peso en ocurrencias (18.3%) y palabras frecuentes (21.2%) indica una riqueza y diversidad en las representaciones que no se ajustan estrictamente a las categorías definidas.

4. Discusión

En México gracias a la gran diversidad biológica y al conocimiento ancestral de sus comunidades, se consolidó una rica tradición alimentaria que va más allá de la mera subsistencia. La preparación y el uso de una amplia variedad de alimentos, como el maíz, frijol, chile y calabaza, no solo convirtió al país en un productor clave (González, 2014), sino que también forjó la identidad cultural de sus pueblos. Esta profunda conexión entre el entorno natural y las prácticas culinarias es un reflejo del patrimonio intangible que se transmite de generación en generación, ya sea de forma oral o escrita (Espinosa-Moreno et al., 2023; Villalva & Inga, 2021). Los alimentos tradicionales, como los mencionados, representan un componente esencial de las economías locales y un aspecto clave de la identidad comunitaria (Meléndez & Cañez, 2010).

El consumo de alimentos es un acto complejo que involucra mucho más que la nutrición. Como señala Oseguera (2001) está intrínsecamente ligado a factores físicos, psicológicos, sociales, culturales y económicos. Desde una perspectiva de las RS, los alimentos adquieren un valor simbólico que se construye a partir de un conjunto de ideas, creencias y valores compartidos por un grupo social (Ocampo-Aguirre et al., 2020; Cava, 2019).

En el contexto de alimentos tradicionales, estas RS se manifiestan en la importancia de compartir la mesa, el placer sensorial y el valor simbólico de los alimentos. Estudios como el de Ariñez & Vega (2015) demuestran que por ejemplo, los jóvenes otorgan un valor significativo a los lugares y a la socialización en torno a la comida, a veces incluso por encima de las consideraciones de salud. Esta idea se ve reforzada por los hallazgos de Tapia (2021), quien destaca que la satisfacción principal al consumir platillos tradicionales es el gusto, lo que subraya la importancia del placer sensorial en la experiencia alimentaria.

Las comidas tradicionales no solo nutren el cuerpo, sino que también fortalecen el espíritu y la conexión social. Se asocian a momentos especiales y celebraciones, como la Semana Santa, Navidad, o eventos familiares significativos (bodas, bautizos, XV años), reforzando su papel como marcadores culturales. El patrimonio intangible de estos alimentos evoca emociones, creencias e imaginarios que fortalecen el sentido de herencia y valor cultural (Tapia, 2021). De acuerdo con Causi-Becerra (2025) las RS en torno a los alimentos tradicionales están ligadas al acto de compartir y al valor de su sabor y sensaciones, lo que sugiere que su consumo es un acto profundamente arraigado a la identidad cultural y la memoria colectiva.

Este estudio sienta una base importante para interpretar un estudio sobre las RS de la alimentación. No obstante, es necesario considerar si estos hallazgos son generalizables a todas las poblaciones ya que este estudio en una zona urbana podría no reflejar las mismas representaciones que uno de una comunidad rural, donde la conexión con la

producción de alimentos es más directa. Para futuras investigaciones se podría explorar las diferencias entre las RS entre distintos grupos de edad, regiones o contextos socioeconómicos. Esto permitiría una comprensión más completa y matizada del papel de los alimentos tradicionales en la vida social y cultural en México.

5. Conclusiones

- Este estudio reveló que las representaciones sociales de los alimentos tradicionales para los consumidores mexicanos están profundamente arraigadas en dimensiones que trascienden la mera nutrición. Se confirma que el sabor, la cultura, el hogar y la calidad constituyen el núcleo central de esta representación, actuando como los pilares conceptuales que guían su percepción. La jerarquía de categorías obtenida destaca de manera contundente la primacía de los aspectos sensoriales y hedónicos junto con los de cultura e identidad, superando significativamente a consideraciones más pragmáticas como la economía, la accesibilidad o los modos de preparación. Esto subraya que los alimentos tradicionales son percibidos como vehículos de emociones, recuerdos, identidad cultural y convivencia social, elementos que enriquecen la experiencia del consumo más allá de su función alimenticia. Estos hallazgos son cruciales para el diseño de estrategias de marketing y políticas públicas orientadas a la promoción y preservación de los alimentos tradicionales, enfatizando la importancia de comunicar su valor cultural y la experiencia multisensorial que ofrecen, además de sus beneficios para la salud o su costo.

6. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

7. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

8. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

9. Referencias bibliográficas

Abric, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. Ediciones Coyoacán.

<https://n9.cl/fvg3s>

Ariñez C, C. & Vega M, A. R. (2012). Representaciones sociales de la seguridad alimentaria de los jóvenes adolescentes de la comunidad de Purral Los Cuadros,

- Costa Rica. *Universidad de Costa Rica*, 46-52.
<https://hdl.handle.net/10669/13407>
- Bermeo T, P. L., Elizalde M, J. J., & Calle I, M. P. (2020). Gastronomía tradicional: gustos y preferencias de los habitantes del cantón Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 16(2), 175-185.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200175>
- Carrasquilla B, D. A., González R, G., Camargo N, D., Soto, N. J., & Ramos, E. (2019). Representaciones sociales de salud, enfermedad y cuidado cultural en músicos tradicionales. *Revista Cubana de Enfermería*, 35(1).
<https://revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/19813>
- Causi-Becerra, A. (2025). Significados y prácticas del derecho a la alimentación en una escuela rural de Uruguay. *Estudios Sociales Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*. 35(66).
<https://doi.org/10.24836/es.v35i66.1607>
- Cava, A. (2019). La cultura del gusto. La alimentación entre representaciones y conexiones. *Barataria. Revista castellano-manchega de ciencias sociales*, 26, 121-133. <https://www.redalyc.org/journal/3221/322161687007/html/>
- Espinosa-Moreno, J., Carrera-Lanestosa, A., Centurión-Hidalgo, D., Baeza-Mendoza, L., García-Centurión, J. A., & Sánchez-Ruiz, B. A. (2022). Identificación de los alimentos tradicionales de Tabasco para la determinación de su potencial como artesanía alimentaria. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 32(59), e221209. <https://doi.org/10.24836/es.v32i59.1209>
- Esponda P, J. A. & Galindo R, S. M. (2025). Cultura alimentaria del municipio de Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 46(182), 241-264. <https://doi.org/10.24901/rehs.v46i182.1127>
- Fichamba, L., Jaramillo, M., & Jiménez, D. (2021). Las tradiciones orales en el desarrollo turístico de un pueblo milenario. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(3). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2735>
- González, H. (2014). Specialization on a global scale and agrifood vulnerability: 30 years of export agriculture in Mexico. *Development Studies Research*, 1(1), 295–310. <https://doi.org/10.1080/21665095.2014.929973>
- Meléndez T., J. M., & Cañez D la F, G. M. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y*

Desarrollo Regional, 1, 182-204.

<https://www.redalyc.org/comocitar.oe?id=41712087008>

Moliner, P., & Lo Monaco, G. (2019). *Métodos de asociación verbal para las ciencias humanas y sociales: fundamentos conceptuales y aspectos prácticos*. Editorial Gedisa. <https://n9.cl/0dndt8>

Moscovici, Serge. (1979). *El Psicoanálisis, su imagen y su público* (2da. Edición). Ed. Huemul. <https://taniars.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>

Navarro C, O. & Gaviria L, M. (2010). Representaciones sociales del habitante de la calle. *Universitas Psychologica*, 9(2), 345-56. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy9-2.rshc>

Ocampo-Aguirre, A., Ramírez-Hernández, O. I., De Jesús C, D. & Hipólito A, A. (2020). Representaciones sociales: el atole de plato como elemento para el agroturismo en El Estanco, Luvianos, México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57), 1-36. <https://doi.org/10.24836/es.v31i57.1042>

Oseguera P, D. (2001). La comida: ¿lugar de encuentro entre disciplinas científicas? *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, VII(13), 141-151. <https://www.redalyc.org/articulo.oe?id=31601307>

Prado, M. I., & Krause, M. (2004). Representaciones sociales de los chilenos acerca del 11 de septiembre de 1973 y su relación con la convivencia cotidiana y con la identidad chilena. *Psyche*, 13(002), 57-72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282004000200005>

Tapia B, J. A. (2021). Importancia de la comida tradicional, de la mesa a la cocina. *Novum, revista de ciencias sociales aplicadas*, 2(1). 43-59. <https://www.redalyc.org/journal/5713/571369597003/html/>

Torres T, F. & Rojas M, A. (2024). Alimentos ultra procesados y comida rápida: hacia la configuración de un patrón alimentario híbrido. *Problemas del desarrollo*, 55(217), 3-28. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2024.217.70084>

Troncoso-Pantoja, C. (2019). Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectivas en Nutrición Humana* 21(1), 105-114. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/nutricion/article/view/337443>

Villalva, M. & Inga, C. (2021). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista Chakiñan*, 13.
<https://doi.org/10.37135/chk.002.13.08>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Alfa Publicaciones**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Alfa Publicaciones**.



Open policy finder
Formerly Sherpa services