

6. La importancia de la identidad gastronómica en un destino turístico: grupo focal con docentes de Licenciatura en Gastronomía en Mazatlán, Sinaloa

EMMANUEL BAÑUELOS MURILLO*

<https://doi.org/10.52501/cc.245.06>

Resumen

La identidad gastronómica de los destinos turísticos es un elemento clave para enriquecer la experiencia de los visitantes y promover el desarrollo local. Sin embargo, poco se ha investigado sobre cómo los chefs instructores o profesores de Gastronomía perciben y transmiten esta identidad. Este estudio busca analizar la identidad gastronómica compartida por los chefs-docentes de una universidad pública con Licenciatura en Gastronomía en Mazatlán, Sinaloa, México. Para ello, se realizó un grupo focal con cinco docentes, explorando sus perspectivas a través de la teoría de los imaginarios sociales. El análisis del discurso reveló tres categorías principales que estructuran la identidad gastronómica según los participantes: productos e ingredientes locales, cocina rural y local, y restaurantes y comida callejera. La calidad y origen de los ingredientes locales emergieron como elementos centrales, seguidos por el valor otorgado a las tradiciones culinarias, aunque consideradas limitadas en variedad. Los restaurantes y la comida callejera fueron vistos como la carta de presentación ante los turistas. Estos hallazgos sugieren que la identidad gastronómica de los docentes se fundamenta más en el apego a la materia prima local que en la innovación culinaria. Se identificaron además los campos semánticos asociados a cada categoría, como técnicas de cocción, utensilios, costumbres y oferta-demanda. Se concluye que el grupo posee conocimientos sólidos y compromiso con la transmisión

* Candidato a Doctor en Gestión del Turismo por la Universidad Autónoma de Occidente, Sinaloa, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0205-290X>

de la identidad gastronómica, sentando bases para futuras investigaciones que profundicen en los significados e imaginarios detrás de cada perspectiva. El estudio aporta un precedente metodológico al aplicar la teoría de los imaginarios sociales y el análisis del discurso a un grupo focal en este contexto. Se recomienda continuar explorando las dimensiones de la identidad gastronómica local desde enfoques cualitativos que capturen la complejidad de este fenómeno social.

Palabras clave: *Identidad gastronómica, imaginarios sociales, turismo gastronómico.*

Introducción

La identidad profesional de los chefs se construye a través de un proceso complejo que involucra su formación culinaria, sus experiencias laborales y su interacción con el contexto social y cultural en el que se desenvuelven. Por lo tanto, la identidad del chef se forma a partir de la adquisición de habilidades técnicas, el desarrollo de un estilo propio y la internalización de los valores y normas de la profesión. Todo esto ocurre en sintonía con las influencias del entorno local y las demandas del mercado (Stierand y Lynch, 2008).

La identidad gastronómica de un destino también puede entenderse como el conjunto de prácticas y tradiciones culinarias específicas, que lo distinguen y le dan un sentido único al lugar. Esto refleja el reconocimiento de la gastronomía como un componente clave de la identidad cultural y un atractivo para los visitantes. Por lo tanto, la promoción de la identidad gastronómica local puede contribuir significativamente al desarrollo turístico de un destino (Okumus, 2018).

La relevancia de la identidad gastronómica en términos turísticos se evidencia en la capacidad de las prácticas y tradiciones culinarias específicas de una región o cultura, para constituir un atractivo turístico y un bien o producto cultural. La cocina propia de un lugar deja una huella perdurable en los viajeros, enriqueciendo así su visita y fomentando el turismo (Montalvo-Moncayo *et al.*, 2021).

Entonces, la gastronomía local no sólo ofrece una variedad de platos, sino que también proporciona una ventana a la cultura y a la historia de la región. Así que los visitantes pueden explorar la identidad de un lugar a través de su cocina, descubriendo los ingredientes locales, las técnicas de preparación únicas y los sabores distintivos que han evolucionado a lo largo del tiempo.

La construcción de la identidad culinaria de un destino no sólo se limita a la perspectiva interna de la comunidad local, sino que también se ve moldeada por las percepciones y experiencias de los visitantes. Según Tsai y Wang (2017), la gastronomía local puede transformarse en un atractivo turístico que facilita la interacción social entre visitantes y lugareños, promoviendo experiencias sensoriales únicas y generando emociones positivas. Estas interacciones y vivencias en torno a la comida desempeñan un papel crucial en la formación de la imagen gastronómica del destino en la mente de los turistas.

Además, la perpetuidad de las preparaciones e ingredientes locales –especialmente aquellos nativos de la región– confiere un sabor único y característico al destino, haciéndolo memorable y diferenciado (Castro *et al.*, 2019). Esto refuerza la idea de que cada lugar tiene una identidad culinaria propia, que puede ser evocada y añorada por los visitantes.

La continuidad de estas tradiciones culinarias a lo largo del tiempo fortalece el vínculo emocional entre los viajeros y el destino, convirtiendo a la gastronomía en una poderosa herramienta para la promoción turística y el desarrollo económico local. La autenticidad y la singularidad de la cocina local son aspectos valorados por los visitantes en su búsqueda de experiencias auténticas y enriquecedoras (Sims, 2009).

En este contexto, la identidad gastronómica se convierte en un elemento central de la identidad cultural del destino, pero también en un atractivo turístico y un factor de desarrollo local. Por ello, la identidad gastronómica no puede entenderse únicamente como una construcción interna de la comunidad, sino que surge de la interacción dinámica entre locales y visitantes, así como de la proyección de la gastronomía local hacia el exterior (González *et al.*, 2005) Esta perspectiva relacional y contextual de la identidad gastronómica implica que su construcción y evolución están sujetas a múltiples influencias, tanto internas como externas, y que puede adoptar

diferentes significados y expresiones dependiendo de los actores y circunstancias involucradas.

La construcción de la identidad gastronómica no puede separarse de la interacción social y los procesos de socialización, ya que estos ocurren en múltiples contextos, desde el ámbito familiar hasta los espacios públicos y las redes sociales. Consecuentemente, a través de estas interacciones, los individuos internalizan valores, normas y prácticas culinarias, a la vez que reafirman su sentido de pertenencia a determinados grupos o comunidades (Bessière, 1998).

Sin embargo, Ovejero (2015) señala la importancia de los procesos de socialización y construcción identitaria, ya que no son estáticos ni homogéneos al estar sujetos a cambios y transformaciones a lo largo del tiempo y en diferentes contextos socioculturales. De esta manera, la identidad no está definida únicamente por el destino, sino que comprende la combinación de varios factores, y, por lo tanto, no asegura repetición de manera individual.

En el contexto actual de globalización, los procesos de construcción de la identidad gastronómica adquieren nuevas dimensiones y se manifiestan de manera diferente en comparación con hace unas décadas. Esto se debe a que, con una mayor exposición a influencias culinarias, los individuos se sensibilizan sobre éstas, lo que puede conducir a una especie de homogeneización y estandarización de las prácticas alimentarias, trasgrediendo las particularidades locales (Fischler, 1988).

No obstante, esta migración cultural impulsada por la globalización puede generar un efecto de reconocimiento o revalorización de las tradiciones gastronómicas regionales, como una forma de diferenciación y resistencia cultural (Poulain, 2002). Esto sugiere que también puede tener un efecto extrínseco, al no limitarse únicamente a ser víctima de disolución sociocultural.

Esto implica que la identidad gastronómica no es un ingrediente fijo e inmutable. Bessiere y Tibere (2013) comparten que en realidad es una construcción dinámica y multidimensional que se configura a través de las interacciones sociales, las representaciones culturales y las prácticas alimentarias de los actores involucrados, que contempla tanto a locales como visitantes.

Como mencionan Mak *et al.* (2012), la globalización puede impulsar la reconstrucción y reinención de las tradiciones y particularidades gastronómicas locales mediante la readaptación derivada del intercambio que se produce al compartir la mesa con otras entidades culturales.

En este sentido, la identidad gastronómica se convierte en un proceso de negociación constante entre lo local y lo global, lo tradicional y lo innovador, lo auténtico y la readaptación, donde las interacciones entre visitantes y locales juegan un papel fundamental en la construcción de esta identidad (Bessiere y Tibere, 2013; Mak *et al.*, 2012).

Similarmente, Grimson (2011) afirma que cualquiera puede identificarse con aquellos que comparten símbolos o costumbres similares, incluso si no se encuentran en el mismo espacio territorial. No obstante, el autor también argumenta que existen dos tipos de distancias: la distancia cultural y la distancia identitaria. Para diferenciarlas, se puede aludir al ejemplo de que lo cultural hace referencia a prácticas, creencias y significados rutinarios y repetitivos, mientras que lo identitario hace referencia al sentimiento de pertenencia a un grupo en el cual existen intereses compartidos.

Sin embargo, no siempre se va a coincidir culturalmente dentro de un grupo identitario; de esta manera, puede haber grupos que compartan un sentimiento de identidad homogéneo (generado a través de atributos sociales, relaciones entre las personas y sentimientos de pertenencia), pero no necesariamente compartan homogeneidad cultural.

Como se ha mencionado anteriormente, la cultura actúa como pilar medular en la construcción de la identidad gastronómica. Esto se debe a que existen aspectos culturalmente compartidos que generan esta identidad, tales como atributos culturales o un conjunto relacionado de atributos culturales, los cuales se antepone sobre otros sentimientos. Dicha priorización de atributos también es reconocida como fuentes de sentido; por lo tanto, son adoptadas por los actores a través de procesos de individualización o decisión propia (Castells, 2006).

Esto se debe a que el individuo puede identificarse de varias maneras o describirse de diversas formas –según Hobsbawm (1994)– y, por lo tanto, la identidad gastronómica estará sujeta a aquella identificación que se priorice sobre todas las demás. En consecuencia, la descripción con mayor importancia será aquella con la que el individuo se sienta mayormente

identificado, incluso si se genera de manera cotidiana como, por ejemplo, aquella que se construye al pertenecer a un ámbito laboral específico.

En el mismo sentido, otro de los aspectos que contribuyen a la formación de la identidad gastronómica es la unificación. En una identidad colectiva, sea cual sea su tamaño, al compartir constantemente patrones de socialización, se puede generar una identidad común. Esto se debe a que, como señala Thompson (1998), “es probable que las imágenes estereotipadas y los patrones repetitivos de los productos culturales contribuyan en cierta medida a la socialización de los individuos y a la formación de su identidad” (p. 162).

No obstante, es importante distinguir entre los conceptos de imaginario e identidad, ya que, si bien están relacionados, no son sinónimos. Los imaginarios provienen de dimensiones de algo real; son el acomodo de la interpretación del mundo (Girola y de Alba, 2020), mientras que la identidad implica un sentimiento de pertenencia y vinculación emocional con un colectivo a partir de compartir un interés (Jenkins, 2014).

La identidad gastronómica colectiva puede formarse a partir de diversos factores compartidos por un grupo, incluso si éste no es numeroso. Coincidir con un espacio laboral geográfico, tener los mismos estudios universitarios de formación, y que parte esencial del trabajo sea transmitir conocimiento, son aspectos que contribuyen a forjar una identidad profesional común. Además, pertenecer a un gremio, tener el mismo estatus profesional y utilizar un uniforme que proyecta mayor rango, refuerzan el sentido de pertenencia. Asimismo, los aspectos más personales, como el lugar de nacimiento, los gustos similares e incluso una pasión que reviste la actividad laboral que se practica, también juegan un papel importante en la formación de una identidad colectiva particular, aunque el grupo no sea muy numeroso.

Identidad gastronómica

Antes de hacer una aproximación a la identidad gastronómica, es importante destacar que el imaginario turístico, en concreto, es la escala territorial

de los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. Para esto, Vega (2015) puede contribuir a su comprensión, ya que la autora define los imaginarios turísticos como el conjunto de producciones mentales subjetivas, motivadas por imágenes, relatos (manifestaciones lingüísticas), valoraciones y percepciones que pueden incluir aspectos relacionados con la geografía, paisaje, clima, composición urbana y arquitectónica, así como rasgos sociales y culturales, entre otros, que giran en torno a un lugar con uso turístico.

Por lo tanto, si trasladamos esta conceptualización hacia la perspectiva de la gastronomía, se puede rescatar el conjunto de producciones mentales subjetivas, motivadas por imágenes, relatos (manifestaciones lingüísticas), valoraciones y percepciones que pueden incluir aspectos relacionados con la geografía, clima, ingredientes, productos, platillos y tradiciones, así como rasgos sociales y culturales, entre otros, que giran en torno a las costumbres alimentarias de un lugar (Zamudio, 2015).

Esta comprensión integral de la gastronomía se refleja en sus diversas expresiones turísticas, como lo señala Medina (2013), quien destaca que, si bien el enoturismo y el turismo gastronómico comparten un enfoque alimentario común, el primero se distingue por su énfasis específico en la cultura y el disfrute del vino, constituyendo así una manifestación particular dentro del espectro más amplio del turismo gastronómico.

Ahora bien, esta noción de identidad gastronómica puede ubicarse en el marco teórico de la sociología de la alimentación, que estudia las prácticas y representaciones sociales en torno a la comida y la cocina (Poulain, 2002). Desde esta perspectiva, la identidad gastronómica se construye a través de las interacciones sociales, las normas culturales y los procesos de identificación colectiva que se articulan alrededor de la alimentación (Fischler, 1988).

Así, la identidad gastronómica no sólo refleja las particularidades de un territorio, sino que también se configura a partir de las dinámicas sociales y culturales que lo atraviesan, incluyendo las influencias de la globalización y la localización (Mak *et al.*, 2012).

En ese sentido, se establece una conexión entre los planteamientos de Zamudio (2015) y Medina (2013) pues, aunque uno hable de imaginarios y otro de identidades, ambos coinciden en la importancia de la dimensión

territorial en la configuración de la identidad gastronómica. Esta convergencia conceptual sirvió de base para el presente trabajo, que buscó descifrar la identidad gastronómica de un grupo reducido de docentes a través de la realización de un grupo focal. La elección de esta técnica cualitativa responde a la necesidad de comprender en profundidad los significados, representaciones y experiencias compartidas por los sujetos en torno a la gastronomía local (Aliaga y Basulto, 2022).

Metodología

Dado que el presente estudio tiene como objetivo principal comprender la identidad gastronómica compartida por los docentes de la Licenciatura en Gastronomía de una universidad pública en Mazatlán, Sinaloa, a través de la exploración de sus perspectivas, experiencias y prácticas en torno a la cultura alimentaria local. Éste se sustenta en la necesidad de profundizar en el papel que desempeñan los formadores de futuros profesionales de la gastronomía en la construcción, transmisión y promoción de la identidad culinaria de un destino turístico, reconociendo su potencial como agentes clave en el desarrollo local y la preservación del patrimonio gastronómico.

La presente investigación adopta una metodología cualitativa, entendida como un enfoque interpretativo y naturalista que busca comprender los fenómenos sociales en su contexto, a partir de los significados que los actores involucrados expresan (Christians, 2017). Este enfoque se centra en la exploración de las experiencias, percepciones y valores de los sujetos, reconociendo la subjetividad inherente a la construcción social de la realidad. Además, la metodología cualitativa permite un abordaje holístico y flexible de los fenómenos estudiados, adaptándose a las particularidades de cada contexto y a la riqueza de los datos obtenidos en el proceso de investigación.

La estrategia metodológica empleada en este estudio se fundamenta en el enfoque cualitativo, específicamente en la técnica de grupo focal, que permite generar datos ricos y detallados a partir de la interacción y discusión entre los participantes para posteriormente desarrollar un análisis (Aliaga y Basulto, 2022).

La metodología es pertinente para el estudio de la identidad gastronómica, ya que permite explorar en profundidad las perspectivas, experiencias y prácticas de los sujetos en relación con su cultura alimentaria; de esta forma, se puede adentrar en la riqueza y complejidad de cómo la comida y las tradiciones culinarias forman parte de la identidad de las personas y de las comunidades (Creswell y Poth, 2017).

No obstante, también se reconocen las limitaciones de esta técnica, como la posible influencia de dinámicas grupales en las respuestas individuales o la dificultad para generalizar los resultados a otros contextos. Por lo tanto, es importante aclarar que el grupo focal, como técnica de recolección de datos, se inserta dentro de un método más amplio de análisis cualitativo, que incluye procedimientos sistemáticos de codificación, categorización e interpretación de la información (Creswell y Poth, 2017).

Esta congruencia entre teoría y metodología permite una aproximación holística y contextualizada a la identidad gastronómica, que reconoce su carácter construido desde lo social, siendo éste dinámico y multidimensional, según Guba y Lincoln (2002).

El grupo focal se realizó con una muestra intencional de cinco docentes de la Licenciatura en Gastronomía de una universidad pública en Mazatlán, Sinaloa. Los criterios de selección incluyeron: Tener más de cinco años de experiencia docente en el programa; haber impartido asignaturas relacionadas con la cocina regional e internacional, y representar diversidad de género y edad.

La decisión de incluir únicamente a docentes, con formación en Gastronomía como participantes del grupo focal, responde a la necesidad de contar con informantes clave que posean un conocimiento profundo y especializado sobre la cultura alimentaria local, así como una trayectoria significativa en la enseñanza y transmisión de estos saberes.

Se considera que los gastrónomos, por su formación académica y su experiencia profesional, tienen una mirada privilegiada sobre los procesos de construcción y reproducción de la identidad gastronómica, así como un rol fundamental en la formación de las nuevas generaciones de profesionales del sector. Además, al ser parte de la plantilla docente de la Licenciatura en Gastronomía, comparten un contexto institucional y un proyecto educativo

común, lo que permite explorar las convergencias y divergencias en sus perspectivas y prácticas.

Cabe mencionar que, si bien el tamaño de la muestra puede considerarse reducido, se encuentra dentro de los parámetros recomendados para estudios cualitativos exploratorios y grupos focales (Aliaga y Basulto, 2022). Es importante señalar que los participantes del grupo eran los únicos docentes de la plantilla que contaban con Licenciatura en Gastronomía.

El análisis de los datos se realizó siguiendo un proceso sistemático de codificación abierta y axial, identificando categorías y subcategorías emergentes que fueron posteriormente interpretadas a la luz de la teoría de los imaginarios sociales y la sociología de la alimentación. Este proceso analítico incluyó la comparación constante entre los datos, la búsqueda de patrones y relaciones, y la triangulación de perspectivas, que posteriormente se abordará.

Para la realización del grupo focal, se diseñó una guía de entrevista semiestructurada, que incluyó una serie de preguntas y tópicos claves relacionados con la identidad gastronómica, los imaginarios sociales y las prácticas culinarias locales. Esta guía fue elaborada a partir de una revisión exhaustiva de la literatura especializada y sometida a un proceso de validación por expertos en el área. Algunos de los temas abordados fueron: los platillos y productos emblemáticos de la región, las tradiciones y festividades asociadas a la comida, las transformaciones y adaptaciones de la gastronomía local frente a la globalización, y el papel de los docentes en la formación de la identidad gastronómica de los estudiantes.

Los tópicos abordados sirvieron como punto de partida para generar una discusión profunda y para obtener perspectivas valiosas sobre la identidad gastronómica de los docentes, considerando que la guía de entrevista semiestructurada incluyó las preguntas:

1. ¿Cuáles consideran que son los platillos más representativos de la gastronomía de Mazatlán?
2. ¿Qué ingredientes locales destacan en estos platillos?
3. ¿Cómo se han transmitido las recetas y técnicas culinarias tradicionales de generación en generación?

4. ¿De qué manera la globalización ha influido en la evolución de la gastronomía local?

Grupo focal a docentes de Licenciatura en Gastronomía para identificar la identidad gastronómica que comparten con el alumnado

Para llevar a cabo el estudio, se realizó un ejercicio de técnica grupal enfocado en la investigación de los imaginarios sociales, con el objetivo de determinar la identidad gastronómica compartida por un grupo de docentes. El ejercicio se desarrolló en una universidad pública que cuenta con un programa de Licenciatura en Gastronomía, ubicada en el puerto de Mazatlán, Sinaloa.

Es importante destacar que, por petición de la dirección de la facultad y en adherencia a los principios éticos de la investigación científica (Meo, 2010), la información obtenida durante el ejercicio se presenta de manera anónima, resguardando la identidad de la institución académica y de los docentes participantes.

Esta decisión se fundamenta en la necesidad de garantizar la confidencialidad y proteger la privacidad de los informantes, evitando cualquier posible repercusión o incomodidad derivada de la exposición de sus opiniones y experiencias. Además, el anonimato permite crear un ambiente de mayor confianza y apertura durante la discusión, favoreciendo la obtención de datos más auténticos.

La metodología de la técnica grupal aplicada se basó en la obra de Aliaga y Basulto (2022), debido a la clara información expuesta, así como diversas técnicas a aplicar, en cuanto a investigaciones sociales se refiere.

Para ello, se comenzó con la constitución de la muestra como los autores lo indican, la cual fue por conveniencia, debido a que desde la perspectiva de Aliaga y Basulto (2022), para el grupo focal, los participantes deben coincidir con ciertas características similares entre ellos; no obstante, la heterogeneidad entre los mismos enriquece la técnica. Por lo que, de esta manera, se decidió que la muestra estuviese conformada por los docentes de la Facultad de Gastronomía, que igualmente tuviesen la misma

licenciatura como formación académica, pasando de docentes que contaran con una licenciatura distinta, aunque también colaborasen en el mismo programa educativo.

Los docentes contaban con una amplia trayectoria en el programa de Licenciatura en Gastronomía, con un rango de experiencia que oscilaba entre los 5 y los 15 años. Esta diversidad de antigüedad en la docencia permitió obtener perspectivas tanto de profesores con una larga carrera en la formación de gastronomos, como de aquellos que se han incorporado en tiempos más recientes, aportando visiones complementarias sobre la evolución de la identidad gastronómica local y su transmisión a las nuevas generaciones.

Un aspecto destacable de los participantes es que, además de su labor docente, tres de ellos tienen o han tenido empresas gastronómicas propias en el ámbito local, y todos en algún momento de su faceta profesional han trabajado en la industria hotelera y restaurantera. Esta experiencia como emprendedores y gestores de establecimientos de alimentos y bebidas les confiere un conocimiento directo y aplicado sobre las dinámicas del sector, las demandas de los comensales y las tendencias del mercado.

Su doble faceta como formadores, empleados, y empresarios enriquece significativamente sus percepciones sobre la identidad gastronómica de Mazatlán, al integrar tanto la dimensión académica como la práctica profesional. Sus aportes durante el grupo focal fueron especialmente valiosos para comprender la interrelación entre la enseñanza de la gastronomía y su materialización en la oferta culinaria de la ciudad.

Posteriormente, la convocatoria se llevó a cabo en un grupo de mensajería instantánea; esto sin que se les expresara más allá de su participación en una reunión sin detallar, que se trataba de grupo focal con propósitos académicos. Al grupo seleccionado sólo se les cuestionó por su disponibilidad de horario, por lo que, posteriormente, al ser discutido entre ellos se estableció una fecha y hora tentativa. La muestra estuvo conformada entonces por dos docentes mujeres y tres docentes hombres, quienes, entre todos, convenientemente imparten clases en cada uno de los semestres de la licenciatura.

Sólo uno de los participantes del grupo no es originario de la ciudad de Mazatlán, Sinaloa; sin embargo, tiene más de siete años residiendo en la ciudad, así que igualmente se le convocó a participar. Algunos de los docentes, además de impartir clases, también tienen otras funciones a su cargo, tales como liderar la jefatura de la Licenciatura en Gastronomía, o ser profesores de tiempo completo, quienes prestan actividades extras además de la docencia. Igualmente, tres de los docentes tienen o han tenido empresas gastronómicas propias, por lo que su experiencia como empresarios locales es de suma importancia para el estudio.

Con respecto a la retribución al participante, el grupo mostró un interés genuino en participar en la reunión; ello con el simple hecho de apoyar al convocante, de tal manera que el incentivo se dio de manera simbólica a través de un agradecimiento por su participación en la reunión.

Sobre la importancia del lugar, la actividad se llevó a cabo en las instalaciones de la institución en la sala de maestros de la facultad; por consiguiente, el espacio ya era conocido por los participantes y el convocante, resultando en una situación más cómoda, haciendo que hubiese una buena fluidez en la comunicación. Lo anterior ayudó bastante con respecto a los controles subjetivos en el grupo; puesto que, como tanto los participantes y el convocante ya se conocían, además de contar con el espacio adecuado, eso abonó a que no se suscitara ningún tipo de factor negativo como para dificultarse el llevar a cabo la actividad.

Es necesario reconocer que el hecho de que los participantes y el convocante, al ser colegas en la misma institución, pudo haber influido en cierta medida en las dinámicas del grupo focal. Si bien este factor contribuyó a generar un clima de confianza y comodidad que favoreció la fluidez de la discusión, también pudo haber introducido algún sesgo en las respuestas, ya sea por la existencia de acuerdos tácitos, la deseabilidad social o la omisión de opiniones discrepantes para evitar confrontaciones.

No obstante, también es válido argumentar que la familiaridad entre los participantes pudo haber facilitado la expresión de ideas y experiencias compartidas, al existir un contexto común y una mayor complicidad. Asimismo, el hecho de que el convocante fuera un colega pudo haber generado

un mayor compromiso y sinceridad en las respuestas, al percibir el estudio como un proyecto colaborativo en beneficio de la institución y la comunidad gastronómica local.

En cualquier caso, estas reflexiones no invalidan los resultados obtenidos, sino que invitan a considerarlos como una aproximación situada y parcial a la identidad gastronómica desde la perspectiva de un grupo específico de docentes, que comparten un contexto laboral y una trayectoria profesional afín. Futuros estudios podrían ampliar la muestra a otros perfiles docentes o actores del sector gastronómico, para contrastar y enriquecer los hallazgos presentados posteriormente.

En cuanto al desarrollo de la dinámica del grupo ésta se realizó, según lo recomendado por los autores Aliaga y Basulto (2022), pues al inicio de la actividad se aclaró el motivo por lo que se les había convocado, el perfil que cumplían específicamente a ellos y la importancia que le confería a la actividad, así como el propósito o finalidad para llevar a cabo el ejercicio, lo que generó la confianza necesaria para el desarrollo sin que hubiese ningún mal entendido o confusión.

Al grupo se le explicó cómo se establecerían los canales de comunicación con la finalidad de multiplicarlos y generar un mayor tránsito comunicativo entre los participantes. Una vez expuesta toda la información necesaria, se aplicó la técnica de grupo focal siguiendo los lineamientos propuestos por autores Aliaga y Basulto (2022), complementándola con otras dos técnicas que se mencionarán posteriormente.

Cabe señalar que el grupo focal es una técnica de investigación cualitativa que permite recoger datos a través de la interacción y discusión grupal sobre un tema específico (Barbour, 2007), mientras que la metodología se refiere al conjunto de procedimientos y herramientas utilizados para alcanzar los objetivos del estudio (Guber, 2019). Por esto, la metodología empleada fue de tipo cualitativo, basada en el análisis del discurso de los participantes y complementada con otras técnicas que se detallarán más adelante.

Además de seguir los pasos propuestos por Aliaga y Basulto (2022), se utilizaron dos técnicas complementarias, también propuestas por los autores. En primer lugar, se utilizó la técnica de la “palabra generadora”, que consiste en proponer términos clave relacionados con el tema de

investigación y pedir a los participantes que expresen las ideas, emociones y experiencias que asocian a cada uno de ellos.

En este caso, se presentaron palabras como “identidad”, “gastronomía”, “tradición”, “innovación” y “turismo”, y se invitó a los docentes a compartir sus reflexiones y vivencias en torno a estos conceptos. Esta estrategia permitió obtener respuestas más espontáneas y reveladoras sobre los significados profundos atribuidos a la identidad gastronómica, así como identificar posibles tensiones o contradicciones en las perspectivas de los participantes.

Posteriormente, se empleó la técnica del “mapa mental colaborativo”, donde se pidió a los docentes que plasmaran gráficamente las relaciones entre los diferentes elementos que, a su juicio, conforman la identidad gastronómica local. Para ello, se les proporcionó una hoja en blanco, bolígrafos y marcadores, pues se les hizo la indicación de que debían trabajar en equipo para crear un esquema visual que representara los componentes clave de la gastronomía mazatleca y sus interconexiones. Este ejercicio facilitó la visualización de las categorías emergentes y las jerarquías implícitas en el discurso de los participantes, así como la identificación de aspectos convergentes y divergentes entre sus perspectivas.

La combinación de estas técnicas complementarias con el grupo focal tradicional permitió obtener un conjunto de datos más rico y matizado, que no sólo se limitó a las respuestas verbales de los participantes, sino que también incluyó elementos gráficos y asociativos que aportaron nuevas capas de significado al análisis. Asimismo, la participación de los docentes en la construcción de los mapas mentales fomentó un mayor compromiso y colaboración durante la sesión, generando un ambiente propicio para la reflexión y el intercambio de ideas.

Definiendo los materiales de trabajo

En este apartado buscó hacer observable el objeto de estudio, generar datos de primer orden a partir de los resultados obtenidos en el grupo focal

realizado, para lo cual a los participantes se les interrogó de diversas formas acerca de cómo entendían la gastronomía, qué significaba para ellos y cómo se compone.

Es importante destacar que, si bien la gastronomía es un elemento central de la identidad cultural de un grupo o sociedad, ambos conceptos no son sinónimos. Puesto que la identidad cultural se refiere al sentido de pertenencia a un colectivo, nación o grupo social, con el cual se comparten rasgos culturales, como valores, creencias, costumbres y comportamientos (Molano, 2007).

Mientras que la gastronomía no sólo abarca la preparación y consumo de alimentos, sino que también implica un conjunto de hábitos y costumbres arraigados en las formas de actuar, pensar y sentir de quienes participan en estas prácticas (Nieto, 2020). De esta manera, aunque la gastronomía es un componente importante de la identidad cultural, esta última abarca muchos otros aspectos además de la alimentación.

Las preguntas fueron hechas al todo el grupo, y la participación del grupo para contestarlas fue hecha a través de pedir el turno de la vez para expresar su opinión o participación. Para esta dinámica, se contó con una moderadora que fungió como coordinación de la dinámica, estableciendo orden al darle la oportunidad de participar a todo el que quisiese, pero de forma ordenada y sin interrupciones del resto de participantes.

Debido a que el instrumento era sólo una guía semiestructurada, a los participantes se les otorgó la libertad de expresarse abiertamente, pues de esta forma no sólo capturaron las opiniones explícitas, sino también las subjetividades de cada participación. Por ejemplo, al hacerles la pregunta número 4, esta generó bastante participación variada entre el grupo al ser una pregunta de carácter mayormente extrínseco.

A diferencia de que, al hacerles la pregunta número 1, ésta no generó mucha discrepancia o debate entre los participantes, pues al tratarse de una pregunta de carácter intrínseco, la participación se desarrolló más como un consenso, sin generar discrepancia o choque de participaciones.

Construcción de lo observable

En la siguiente tabla 1 se muestran los primeros resultados obtenidos de la actividad, los cuales permitieron identificar las categorías que, según el grupo, configuran la identidad gastronómica local.

Tabla 1. *Resultado de la construcción de lo observable*

<i>Categorías encontradas en el discurso de grupo</i>	<i>Repeticiones de palabras</i>
Productos locales	3
Ingredientes locales	4
Cocina rural	5
Cocina local	5
Restaurantes	3
Comida callejera	4

Fuente: Elaboración propia del autor.

Estas categorías emergen del análisis del discurso de los participantes (Van Dijk, 2003) y reflejan los elementos centrales de su cultura alimentaria, entendida como el conjunto de representaciones, creencias, conocimientos y prácticas heredadas o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado dentro de una cultura (Contreras y Gracia, 2005).

Para ello, se llevó a cabo un proceso de codificación y categorización, que incluyó los siguientes pasos:

1. Transcripción detallada de las grabaciones del grupo focal, incluyendo no sólo las palabras literales, sino también aspectos paralingüísticos como pausas, énfasis y risas.
2. Lectura repetida de las transcripciones para familiarizarse con el contenido y obtener una visión general de los temas y patrones recurrentes.
3. Codificación abierta, donde se identificaron y etiquetaron fragmentos de texto relevantes para el objeto de estudio, generando códigos descriptivos e interpretativos.
4. Codificación axial, donde se establecieron relaciones y conexiones entre los códigos, agrupándolos en categorías más amplias y abstractas.

5. Refinamiento y definición de las categorías finales, buscando un equilibrio entre la exhaustividad y la parsimonia, y validándolas a través de la triangulación entre investigadores y el retorno a los datos brutos.

Si bien la noción de identidad gastronómica se relaciona estrechamente con la de *cultura alimentaria*, es importante distinguirlas conceptualmente. Mientras que la cultura alimentaria abarca el conjunto de prácticas y representaciones sociales en torno a la comida y la cocina, la *identidad gastronómica* implica un sentido de pertenencia e identificación con un determinado territorio o grupo social a partir de sus tradiciones y particularidades culinarias (Bessière, 1998).

Entonces, el análisis dio como resultado las siguientes categorías; productos e ingredientes locales; cocina rural y local; restaurantes y comida callejera; reflejando tanto elementos de la cultura alimentaria como componentes clave de la identidad gastronómica del lugar, desde la perspectiva de los docentes. Para determinar estas categorías, se contabilizaron las palabras clave repetidas por los participantes y se llegó a un consenso grupal, lo que permitió validar intersubjetivamente los resultados (Creswell y Poth, 2017).

Reducción de las categorías

Posteriormente, antes de pasar a la elaboración de los datos, se decidió que los observables se podrían agrupar según sus similitudes, quedando finalmente tres categorías para la descripción de la identidad gastronómica del grupo, las cuales se muestran en la siguiente tabla 2.

Tabla 2. *Reducción de las categorías*

<i>Categorías encontradas en el discurso de grupo</i>	<i>Repeticiones de palabras combinadas</i>
Productos e ingredientes locales	7
Cocina rural y local	10
Restaurantes y comida callejera	7

Fuente: Elaboración propia del autor.

Elaboración de los datos: campos semánticos

Dado que el grupo focal era de un tamaño considerablemente moderado, el conjunto de registros fue abarcado manualmente, buscando contar con una mayor coherencia conceptual, y se consideraron aspectos semánticos y temáticos para determinar las similitudes entre las categorías iniciales.

Tabla 3. *Campos semánticos obtenidos del grupo*

<i>Campos semánticos de la perspectiva productos e ingredientes locales</i>			
A. Materia prima	B. Calidad	C. Accesibilidad	D. Costo
<i>Campos semánticos de la perspectiva cocina rural y local</i>			
A. Técnicas de cocción	B. Utensilios	C. Costumbres	D. Tradiciones
<i>Campos semánticos de la perspectiva restaurantes y comida callejera</i>			
A. Oferta	B. Demanda	C. Expectativas	D. Realidad

Fuente: Elaboración propia.

La construcción de los campos semánticos fue el resultado de la aplicación de la metodología de Pintos (2006), la cual consistió en los siguientes pasos:

1. *Agrupación de palabras clave*: donde se identificaron y agruparon las palabras o expresiones más recurrentes y significativas en el discurso de los participantes, que estuvieran relacionadas con cada perspectiva.
2. *Identificación de patrones semánticos*: donde se analizaron las relaciones semánticas entre las palabras clave agrupadas, buscando patrones de significado recurrentes y coherentes. Esto implicó considerar los contextos discursivos en los que aparecían estas palabras, así como las asociaciones y oposiciones que los participantes establecían entre ellas.
3. *Interpretación contextual de los significados*: donde se realizó una interpretación hermenéutica de los patrones semánticos identificados, considerando el contexto sociocultural específico de la investigación y el marco teórico de los imaginarios sociales.
4. *Determinación de la pertinencia y relevancia*: donde se evaluó la pertinencia y relevancia de cada campo semántico en función de su

capacidad para capturar y representar aspectos significativos de la identidad gastronómica, tal como era percibida y expresada por los participantes.

Este proceso de construcción permitió obtener un conjunto de categorías analíticas que reflejan los principales ejes de significado en torno a los cuales se estructura la identidad gastronómica local, desde la perspectiva de los docentes participantes. Cada campo semántico representa un núcleo de sentido que articula diversos elementos simbólicos, prácticos y valorativos, y que contribuye a configurar un imaginario compartido sobre la gastronomía local.

Los imaginarios sociales: el código (relevancia/opacidad)

Para este punto del desarrollo de la investigación, se utilizaron los propuestos por Pinto en dos trabajos distintos, siendo el primero un acercamiento teórico (J. L. Pintos, 2004), y el segundo un caso práctico que sirvió para la generación de los imaginarios, y su presentación a través de modelos de cada una de las perspectivas encontradas (J. L. Pintos, 2006). Estas figuras se generaron a partir del diccionario de perspectivas, hecho para cada uno de los campos semánticos.

Las figuras que se presentan a continuación (ilustraciones 1, 2 y 3) fueron construidas a partir del diccionario de perspectivas elaborado para cada uno de los campos semánticos identificados en la fase anterior del análisis. Estos campos semánticos, que representan los principales ejes de significado en torno a los cuales se estructura la identidad gastronómica local, fueron organizados según su nivel de relevancia y opacidad, siguiendo el método propuesto por Pintos (2006).

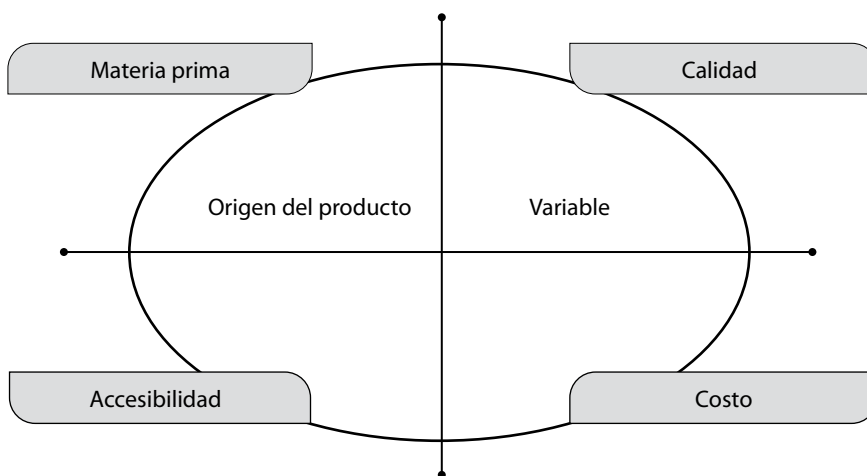
Para cada perspectiva (productos e ingredientes locales, cocina rural y local, y restaurantes y comida callejera), se seleccionaron los cuatro campos semánticos más significativos y se ubicaron en un plano cartesiano, donde el eje horizontal representa la duración o permanencia en el tiempo, y el eje vertical representa el grado de reconocimiento social. Así, los campos

semánticos situados en el cuadrante superior derecho corresponden a los elementos más relevantes y visibles del imaginario, mientras que los ubicados en el cuadrante inferior izquierdo representan los aspectos más opacos o menos reconocidos.

De esta manera, la representación gráfica permite visualizar de forma sintética y comprensiva la estructura y dinámica de los imaginarios sociales en torno a la identidad gastronómica, destacando aquellos elementos que tienen mayor peso e influencia en la configuración de las percepciones y prácticas de los actores sociales.

La figura 1 está constituida por el máximo grado de relevancia, que es la calidad, debido a su importancia inherente en la creación de productos típicos de la región, según la identidad del grupo focal. El siguiente campo semántico se sustenta en la importancia identitaria con la que el grupo reconoce a la materia prima, la cual se considera como punto de partida o predecesora de ingredientes, preparación o producto. El siguiente campo semántico se compone de la accesibilidad que se tiene sobre la materia prima, puesto que esta se encuentra predispuesta, según su temporalidad. Finalmente, el último campo semántico se forma a partir de la fluctuación de los costos, según sea la época del año o la aproximación de la materia prima.

Figura 1. *Identidad gastronómica-Perspectiva producto e ingredientes locales*



Fuente: Elaboración del autor, adaptado con base en J. L. Pintos (1995).

La identidad que el grupo intenta retratar se basa en el origen del producto. No sólo lo reconocen como consumidores locales, sino que el 100% del grupo ha tenido la oportunidad de vivir fuera del estado y, por lo tanto, comparar la diferencia de calidad que le otorga su origen, de ahí su importancia identitaria. El segundo enfoque se sustenta en la variabilidad, que puede carecer de constancia dependiendo de la temporalidad y de las diferencias encontradas dentro de la región, tanto en productos como en ingredientes.

Entonces, se puede observar que la calidad emerge como el elemento más relevante y visible del imaginario. Esto sugiere que, para los docentes participantes, la identidad gastronómica de Mazatlán está fuertemente anclada en la excelencia y distinción de sus materias primas, las cuales son valoradas por su frescura, sabor y autenticidad.

Por esta razón, el imaginario de los productos e ingredientes locales se configura como una trama compleja de significados, donde la calidad y la autenticidad de las materias primas se entrelazan con aspectos prácticos y económicos, como la accesibilidad y el costo, descansando en elementos simbólicos y materiales; esto da forma a una identidad gastronómica enraizada en el territorio y en las prácticas culturales de la región.

El máximo grado de relevancia de la ilustración 2, se encuentra constituido por la utilización de utensilios distintivos de la localidad, por lo que el grupo expresa su identidad hacia ellos, identificando su importancia para la generación de productos típicos de la región. Por tal motivo, el siguiente campo semántico es referente a las técnicas de cocción, ya que la naturaleza de los platillos, productos típicos y preparaciones se encuentran predispuestos a partir del clima predominante con el que cuenta la región, haciendo pertinente el desarrollo de diversas técnicas que sirven para la conservación, ayudando a prolongar la vida de la comida.

Esto indica que, para los docentes participantes, la identidad gastronómica de Mazatlán está fuertemente vinculada al uso de herramientas y técnicas culinarias ancestrales, que han sido transmitidas de generación en generación y que confieren a los platillos un sabor y una autenticidad únicos.

La relevancia de los utensilios tradicionales se explica por su estrecha relación con el segundo campo semántico más visible: las técnicas de cocción. Los docentes reconocen que la preparación de los alimentos con

métodos como el asado, el guisado o el hervido, utilizando utensilios como el molcajete, el comal o la olla de barro, es un aspecto fundamental de la cocina regional y un marcador de identidad cultural.

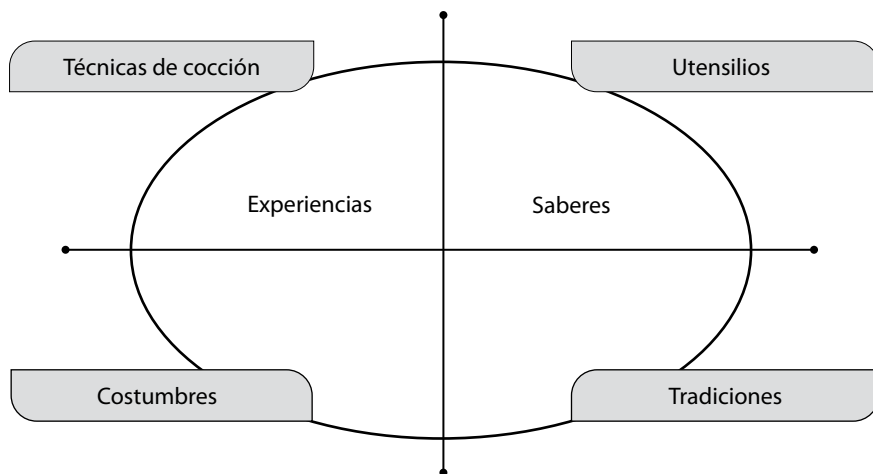
Estos dos campos semánticos (utensilios y técnicas) se articulan, a su vez, con las nociones de costumbres y tradiciones, que aparecen como elementos menos visibles, pero igualmente importantes del imaginario. Las costumbres hacen referencia a las prácticas culinarias cotidianas, como la preparación de tortillas a mano, la implementación de adobos en varias de las preparaciones y platillos o el uso de ingredientes locales en las recetas. Las tradiciones, por su parte, aluden a las celebraciones y festividades en las que la comida juega un papel central.

Así, el imaginario de la cocina rural y local se configura como un entramado de significados, donde los utensilios y las técnicas culinarias se entrelazan con aspectos socioculturales más amplios, como las costumbres y las tradiciones. Lo cual da como resultado una identidad gastronómica arraigada en la historia y en la vida comunitaria de la región, a partir de la combinación de elementos materiales y simbólicos.

Y, dado que la experiencia Culinaria es la que se decanta por la preferencia de la cocina local o rural, surge la importancia de salvaguardar o rescatar las recetas de preparaciones y platillos tradicionales. Pues esto se ve reflejado como un propósito en común de todo el grupo, haciendo que se identifiquen y que se genere una identidad homogénea en el grupo.

La última perspectiva, mostrada en la ilustración 3, está conformada principalmente por la demanda de los comensales locales, cuyas preferencias y expectativas influyen en la oferta gastronómica de la ciudad. Los gustos y hábitos de consumo de los residentes, que se convierten en comensales al elegir comer fuera del hogar, determinan en gran medida el tipo de establecimientos y la variedad culinaria disponible en la localidad.

Al mismo tiempo, los comensales visitantes también influyen directamente en la oferta gastronómica, pues el campo semántico más relevante y visible es el de la demanda, lo cual sugiere que, para los docentes, la identidad gastronómica de Mazatlán está fuertemente influenciada por las preferencias y expectativas de los comensales, tanto locales como de turistas, quienes buscan en los establecimientos de alimentos y bebidas una experiencia culinaria auténtica y satisfactoria.

Figura 2. *Identidad gastronómica-Perspectiva cocina rural y local*

Fuente: Elaboración del autor, adaptado con base en J. L. Pintos (1995).

La relevancia de la demanda se explica, en parte, por su estrecha vinculación con el campo semántico de la oferta, que ocupa el segundo lugar en términos de visibilidad. Los docentes reconocen que la variedad y calidad de los platillos y productos ofrecidos en los restaurantes y puestos callejeros es un factor clave para atraer y fidelizar a los clientes, así como para proyectar una imagen distintiva de la gastronomía local.

Por esta razón, la oferta juega un rol crucial en la configuración de la identidad gastronómica local, pues refleja tanto las tradiciones culinarias arraigadas como las tendencias emergentes. Estos dos campos semánticos (demanda y oferta) se articulan, a su vez, con las nociones de expectativas y realidad, que aparecen como elementos menos visibles, pero igualmente importantes del imaginario. Las expectativas hacen referencia a las ideas preconcebidas y los deseos de los comensales respecto a la experiencia gastronómica, las cuales pueden estar influenciadas por la publicidad, las recomendaciones o las tendencias culinarias del momento.

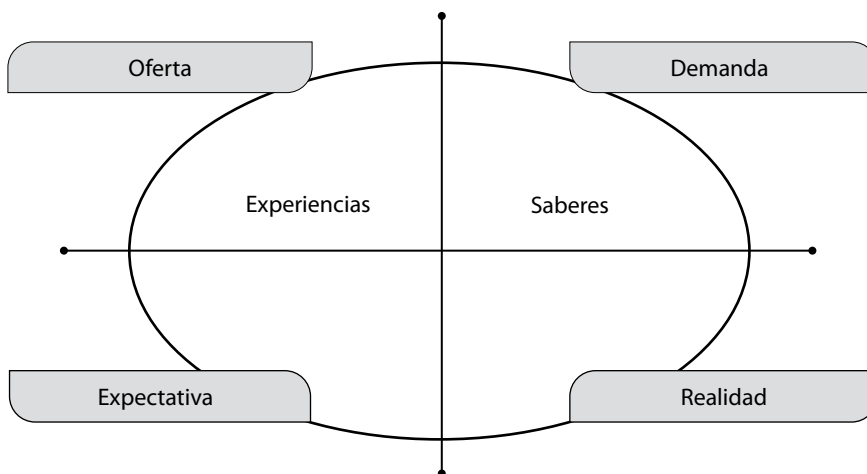
La realidad, por su parte, alude a la experiencia concreta de los comensales al visitar los establecimientos, la cual puede coincidir o diferir de sus expectativas previas. Sin embargo, el grupo focal percibe que la oferta gastronómica actual de la ciudad es limitada y poco variada con respecto a los

platos y preparaciones tradicionales, lo cual puede generar una brecha entre las expectativas de los comensales y la realidad.

Esta discrepancia sugiere que la identidad gastronómica local, desde la perspectiva de los docentes, se encuentra en un proceso de transformación, donde la demanda de los comensales por una mayor variedad y calidad está impulsando cambios en la oferta y, por ende, en la manera en que se define y se proyecta la gastronomía de la región.

El imaginario de los restaurantes y la comida callejera se configura como una trama compleja de significados, donde la demanda y la oferta se entrelazan con aspectos subjetivos y experienciales, como las expectativas y la realidad. Esta amalgama de elementos económicos y psicológicos da forma a una identidad gastronómica que se construye en la interacción entre los prestadores de servicios y los comensales, y que está sujeta a constantes negociaciones y transformaciones.

Figura 3. *Identidad gastronómica-Perspectiva restaurantes y comida callejera*



Fuente: Elaboración del autor, adaptado con base en J. L. Pintos (1995).

Discusión

Los resultados del grupo focal revelan que la identidad gastronómica de los docentes se centra fuertemente en la calidad y el origen de los ingredientes

locales. Esto se evidencia en la perspectiva de productos e ingredientes locales, donde la calidad es el elemento más relevante, junto con el reconocimiento y la valoración de la riqueza de los ingredientes propios de la región. Esta identidad gastronómica se construye a partir de la experiencia y el conocimiento de los docentes como profesionales de la gastronomía, y no necesariamente refleja las preferencias de consumo de los habitantes locales.

La perspectiva sobre cocina rural y local ocupa un segundo plano en la identidad gastronómica de los docentes. Aunque el grupo valora las tradiciones culinarias locales, las considera limitadas en variedad de platillos en comparación con otros estados del país.

Esta percepción puede estar influenciada por un fenómeno común en el norte de México, donde la diversidad culinaria tiende a ser menos reconocida y celebrada que en otras regiones. No obstante, los docentes perciben que la cocina típica del municipio es competitiva frente a la de otras localidades, ya que el reconocimiento de la calidad de los insumos sustenta no tan extensas variantes de preparaciones.

Una de las categorías centrales que emergió del análisis de los datos fue la de “productos e ingredientes locales”. Esta categoría agrupa todas aquellas referencias de los docentes a los alimentos, platillos y sabores que consideran propios y representativos de la gastronomía regional Sinaloense. Como lo expresa una de las participantes: “Para mí, la identidad gastronómica de Mazatlán está muy ligada a los productos del mar, como el pescado zarandeado, los ceviches, los aguachiles... Porque estos son platillos que encuentras en todas partes y que la gente busca cuando viene” (Docente 3, comunicación personal, 28 de noviembre 2022).

En participación, se observa cómo los ingredientes locales, especialmente aquellos derivados de la pesca, se asocian con un sentido de pertenencia e identificación colectiva. Puesto que el pescado zarandeado, los ceviches y los aguachiles se mencionan como platillos emblemáticos, y forman parte del patrimonio gastronómico reconocido y valorado tanto por los habitantes locales como por los visitantes.

Este hallazgo empata con lo señalado por Bessièrè, (1998), ya que el autor expone que los alimentos tradicionales y regionales constituyen un elemento clave del patrimonio cultural, que se transmite y reproduce a través de las prácticas culinarias cotidianas y festivas. Entonces, para los docentes, además

de ser platillos típicos de la región, los identifican como platillos emblemas de la gastronomía, es decir, que además de estar reconocidos como preferidos, también los reconocen como estandartes gastronómicos locales.

Entonces, debido a que la identidad gastronómica se entiende como una interacción de negociación entre lo local y lo global, lo tradicional y lo innovador, la importancia o centralidad de los ingredientes locales juega un rol básico, no sólo para generar la identidad gastronómica local, sino que estos elementos se comparten y se vuelven identitarios para los visitantes, ya sea de manera experiencial o previo a su visita.

Otro aspecto interesante que revela esta categoría es la dimensión simbólica y afectiva que los docentes atribuyen a los productos e ingredientes locales. Como lo expresa otro participante: “Cuando pruebas un pescado recién sacado del mar, con esa frescura y sabor característico, es como si estuvieras probando un pedacito de Mazatlán... Te transporta a la playa, al malecón, y a la vida del puerto” (Docente 1, comunicación personal, 28 de noviembre 2022).

De esta forma, se observa cómo los alimentos no sólo satisfacen una necesidad fisiológica, sino que también evocan emociones, recuerdos y experiencias asociadas con el lugar de origen. Este vínculo afectivo entre identidad y alimentación ha sido ampliamente estudiado por autores como Fischler, (1988), quien sostiene que la incorporación de los alimentos es también una incorporación de sus propiedades simbólicas y morales.

En relación con las preguntas de investigación, la categoría de “productos e ingredientes locales” permite comprender algunos de los elementos centrales que configuran la identidad gastronómica de los docentes de Mazatlán. Por un lado, se destaca la importancia del entorno geográfico y cultural en la definición de lo que se considera propio y auténtico en términos culinarios. Y, por otro lado, se revela el papel de la gastronomía como marcador de identidad y diferenciación regional, así como su capacidad para generar sentimientos de pertenencia y orgullo colectivo.

Estos hallazgos son relevantes en el contexto del turismo gastronómico, ya que sugieren que la promoción de los productos e ingredientes locales pueden fungir como otro eje para promocionar la identidad gastronómica; es decir, que se puede tener en cuenta para ello no sólo a las preparaciones de la cocina regional o platillos, sino que a su vez conocer los

ingredientes también ayuda a la promoción turística desde una perspectiva más profunda y arraigada (Hall y Mitchell, 2002).

A partir del análisis de las categorías y narrativas emergentes del grupo focal, es posible identificar algunos hallazgos clave que contribuyen a una comprensión más profunda y contextualizada de la identidad gastronómica de los docentes de la Licenciatura en Gastronomía de Mazatlán.

Como primer punto a destacar está la centralidad de los productos e ingredientes locales en la configuración de un sentido de pertenencia y diferenciación regional. Los participantes coinciden en señalar platillos emblemáticos, a partir de productos del mar como los más emblemático, convirtiéndolos en marcadores de identidad gastronómica que reflejan la riqueza del entorno natural y cultural del puerto.

De esta manera, las preparaciones que se mencionaron (pescado zarandeado, ceviches y aguachiles) no sólo satisfacen las necesidades fisiológicas de quien los ingiere, sino que también estos a su vez evocan emociones, recuerdos y experiencias compartidas, actuando como vehículos de memoria colectiva y patrimonio cultural.

A su vez, también sobresale la importancia de las prácticas culinarias tradicionales y las formas de consumo asociadas a la cocina regional. Los docentes valoran los saberes y técnicas heredados de generaciones anteriores, así como los espacios propios de la cultura local, tales como los mercados, las fondas y los puestos callejeros. Estos elementos se consideran esenciales de una identidad gastronómica arraigada en el territorio y la historia, que se reproduce y transforma a través de las interacciones cotidianas entre productores, cocineros y comensales.

Estos hallazgos permiten comprender la identidad gastronómica como un fenómeno complejo y multidimensional, que se construye en la intersección de factores geográficos, históricos, sociales y culturales. Lejos de ser una esencia fija y estática, la identidad gastronómica de los docentes se revela como un proceso dinámico y contextual, que se negocia y reinterpreta constantemente en respuesta a los desafíos y oportunidades del entorno cada vez más cambiantes con mayor rapidez.

La identidad del grupo se centra en la alta calidad de los ingredientes y productos locales, pues también valoran la riqueza de estos elementos propios de la región. Para el grupo, la cocina típica local es también relevante,

aunque la perciben limitada en cuestión de variedad de platillos, aun así, la consideran competitiva frente a la de otros estados. Entonces, ¿cómo podrían los actores del sector turístico (restaurantes, hoteles, guías, etc.) aprovechar los elementos identitarios identificados por los docentes para crear experiencias culinarias más auténticas y memorables para los visitantes?

Esto puede ser complicado de generarse, debido a que, aunque la respuesta pueda ser simplista al preponderar la utilización de ingredientes, preparaciones, platillos y tradiciones locales, en la oferta siempre va a existir un lento, pero constante desdoblamiento de lo auténtico para poder llegar a los paladares de los visitantes nacionales o extranjeros. Sin embargo, si se generaran experiencias con mayor grado de autenticidad, se podría generar una concientización a partir de una exposición más cercana y real con la gastronomía local.

Entonces, ¿qué estrategias podrían implementar para ofrecer una experiencia gastronómica más representativa de la cultura y las tradiciones de Mazatlán? En ese sentido, los productos turísticos pueden aportar en gran medida a la experiencia gastronómica, ya que muchas de las ocasiones estos (en su desglose) no se limitan a un solo tipo de servicio, sino que se complementan desde uno más holístico, en varios servicios a la vez como pueden ser, además del alojamiento, el transporte, el entretenimiento, la alimentación, y actividades complementarias (Alpizar, 2011).

Son en estas actividades complementarias donde se puede hacer uso de visitas guiadas a los productores locales, restaurantes y localidades rurales, con la finalidad de, además de compartir una experiencia más cercana y auténtica, fomentar el conocimiento y los saberes de la gastronomía local, y con ello buscar generar y perpetuar una preferencia en los turistas, la cual sin duda se convertiría posteriormente en una demanda (Osorio *et al.*, 2018).

Asimismo, los resultados sugieren que la gastronomía regional no sólo cumple una función de diferenciación y promoción turística, sino que también juega un papel clave en la construcción y transmisión de un sentido de pertenencia e identidad colectiva. Los docentes, en su labor formativa y profesional, se convierten en agentes activos de este proceso, al seleccionar, valorizar y comunicar aquellos elementos que consideran representativos de la cultura gastronómica local.

Los resultados del estudio confirman lo señalado por Bessièrè (1998), quien sostiene que los alimentos tradicionales y regionales constituyen un elemento clave del patrimonio cultural, que se transmite y reproduce a través de las prácticas culinarias cotidianas y festivas. Asimismo, el énfasis puesto por los docentes en la dimensión simbólica y afectiva de los productos locales se alinea con la idea de Fischler (1988) de que la incorporación de los alimentos implica también una incorporación de sus propiedades simbólicas y morales.

Conclusiones

El presente estudio ha permitido una aproximación más rica y matizada a la identidad gastronómica de los docentes de la Licenciatura en Gastronomía de Mazatlán, reconociendo su carácter plural y dinámico. Los resultados revelan que esta identidad se fundamenta principalmente en la valoración de la calidad y autenticidad de los productos e ingredientes locales, así como en la preservación de las técnicas culinarias y los utensilios tradicionales.

Los hallazgos no sólo contribuyen a una comprensión más profunda de las relaciones entre alimentación, cultura y territorio, sino que también abren nuevas perspectivas para pensar el turismo gastronómico como un espacio de encuentro, diálogo y creación de valores compartidos. Futuras investigaciones podrían profundizar en las implicaciones prácticas de estos resultados, explorando estrategias pedagógicas y modelos de desarrollo turístico que promuevan una valorización responsable y sustentable del patrimonio gastronómico regional.

Futuras investigaciones podrían profundizar en las implicaciones prácticas de estos resultados, explorando estrategias pedagógicas y modelos de desarrollo turístico que promuevan una valorización responsable y sostenible del patrimonio gastronómico regional.

A partir de los elementos identitarios identificados por los docentes, se recomienda a los actores del sector turístico (restaurantes, hoteles, guías, etc.) implementar acciones concretas para crear experiencias culinarias más auténticas y memorables para los visitantes.

Algunas estrategias podrían incluir: (a) la incorporación de una mayor variedad de productos locales y de temporada en los menús; (b) la realización de talleres y demostraciones que permitan a los turistas conocer y participar en las técnicas tradicionales de preparación; (c) la organización de rutas y recorridos que vinculen la gastronomía con otros atractivos culturales y naturales de la región; y (d) la creación de espacios de diálogo e intercambio entre cocineros, productores y comensales, que fomenten la transmisión de saberes y la valoración de la identidad gastronómica local.

Asimismo, se sugiere a las autoridades desarrollar políticas y programas que incentiven estas iniciativas y promuevan la gastronomía mazatleca como un patrimonio vivo y un recurso para el desarrollo sostenible.

Al mismo tiempo, se recomiendan futuros estudios cualitativos que profundicen en los significados e imaginarios detrás de cada perspectiva identificada. Por ejemplo, investigar los componentes del concepto de “calidad” de los alimentos para este grupo, o sus creencias sobre las limitaciones de la cocina local en cuestión de variedad de platillos, aportando avances a la comprensión de su identidad gastronómica.

Bibliografía

- Aliaga, F., y Basulto, O. (2022). Técnicas grupales para la investigación en torno a los imaginarios sociales. En *Investigación sensible-Metodologías para el estudio de imaginarios y representaciones sociales* (pp. 235–270). USTA.
- Alpizar, V. A. (2011). Desarrollo de un producto innovador para el turismo enológico: La Ruta del vino en el estado de Querétaro. *Repositorio.Utpl.Edu.Ec*, 1–164.
- Barbour, R. (2007). *Doing Focus Groups*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849208956>
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Bessiere, J., y Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3420–3425. <https://doi.org/10.1002/jsfa.6284>
- Castells, M. (2006). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Alianza. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=165968>
- Castro, J., Vallejo, L. E., y Estrada, N. (2019). The optimal design of the retaining walls built by the Incas in their agricultural terraces. *Journal of Cultural Heritage*, 36, 232–237. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2018.09.013>

- Christians, C. (2017). Ethics and politics in qualitative research. En *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5a ed., pp. 139–164). SAGE Publications, Inc.
- Contreras, J., y Gracia, M. (2005). *Alimentación y cultura: Perspectivas antropológicas*. Ariel España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=254460>
- Creswell, J., y Poth, C. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design-Choosing Among Five Approaches* (4a ed.). SAGE Publications, Inc.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292. <https://doi.org/10.1177/053901888027002005>
- Girola, L., y de Alba, M. (2020). Imaginarios y representaciones sociales. Reflexiones conceptuales y una breve mención al estado del arte en México. En *Los imaginarios sociales y el turismo: conceptos y aplicaciones* (1a ed.). Universidad Panamericana.
- González, S., Cavieres H., H., Díaz C., C., y Valdebenito S., M. (2005). Revisión del constructo de Identidad en la Psicología Cultural. *Revista de Psicología*, 14(2), 9. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2005.17420>
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura | crítica de las teorías de la identidad*. Siglo XXI. <https://traficantes.net/libros/los-l%C3%ADmites-de-la-cultura>
- Guba, E., y Lincoln, Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En *Antología de métodos cualitativos en la investigación social* (pp. 113–145).
- Guber, R. (2019). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.
- Hall, M., y Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. En *Tourism and Gastronomy*. Routledge.
- Hobsbawm, E. (1994). Nation, State, Ethnicity, Religion: Transformations of Identity. En *Nationalism in Europe. Past and Present*. Universidade de Santiago de Compostela. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico.
- Jenkins, R. (2014). *Identity matters* (4a ed.). Routledge. <https://www.routledge.com/Social-Identity/Jenkins/p/book/9780415706926>
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., y Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>
- Medina, F. X. (2013). Alimentación, identidad y turismo: Enoturismo, gastronomía y desarrollo local en la región vitivinícola de Tokaj-Hegyalja, Hungría. En *Identidad a través de la cultura alimentaria* (pp. 115–130).
- Meo, A. I. (2010). Consentimiento informado, anonimato y confidencialidad en *Investigación social. La experiencia internacional y el caso de la Sociología en Argentina*. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, 44, 1–30.
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7, 69–84.
- Montalvo-Moncayo, M. V., Viteri-Toro, M. F., Torres-Oñate, C. F., y Sánchez-Guerrero, D. O. (2021). Las rutas alimentarias: Una estrategia turística basada en la identidad gastronómica ambateña. *ConcienciaDigital*, 4(3), 232–249. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1802>

- Nieto, A. (2020). *Gastronomía y turismo: Una reflexión cultural*. Fundación Universitaria San Mateo.
- Okumus, B. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality_ A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*.
- Osorio, R., Serrano, R., y Echeverría, G. (2018). Patrimonio gastronómico: ruta del queso añejo en Zacazonapan. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*, 12(22), 447–458.
- Ovejero, A. (2015). Psicología Social e identidad: Dificultades para un análisis psicossociológico. *Papeles del CEIC*, 2015(2). <https://doi.org/10.1387/pceic.14314>
- Pintos, J. L. (1995). *Los imaginarios sociales: La nueva construcción de la realidad social (La nueva construcción de la realidad social)*. https://www.academia.edu/20690963/Los_imaginarios_sociales_la_nueva_construcci%C3%B3n_de_la_realidad_social
- (2004). *Inclusión-exclusión. Los imaginarios sociales de un proceso de construcción social*. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/4572>
- (2006). *Algunos imaginarios sociales de la vejez. Observaciones sobre datos de internet*. <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/4571>
- Poulain, J. P. (2002). The contemporary diet in France: “De-structuration” or from commensalism to “vagabond feeding”. *Appetite*, 39(1), 43–55. <https://doi.org/10.1006/appe.2001.0461>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Stierand, M., y Lynch, P. (2008). The Art of Creating Culinary Innovations. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 337–350. <https://doi.org/10.1057/thr.2008.28>
- Thompson, J. B. (1998). *Ideología y cultura moderna. teoría crítica social en la era de la comunicación de masas* (2a ed.). Iniversidad Autónoma Metropolitana.
- Tsai, C.-T. (Simon), y Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 56–65. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.003>
- Van Dijk, T. (2003). La multidisciplinarietà del análisis crítico del discurso: Un alegato en favor de la diversidad. En *Métodos de análisis crítico del discurso* (p. 821). Gedisa.
- Vega, L. S. Z. (2015). Escala territorial de los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Imagonautas*, 5(5), Art. 5.
- Zamudio, L. S. (2015). Escala territorial de los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Imagonautas: Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios Sociales*, 5, 100–112.