



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA GASTRONOMÍA**

**PRESENTADO POR  
YANIRA ORIETA BRAVO BARRIOS**

**ASESORA  
MILENKA CÁCERES HURTADO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER  
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada  
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA GASTRONOMÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN  
HOTELERÍA Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:**

**YANIRA ORIETA BRAVO BARRIOS**

**ASESORA:**

**MAG. MILENKA CACERES HURTADO**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

<b>PORTADA .....</b>	<b>i</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>iii</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Descripción de la situación problemática .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Formulación del problema .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.1 Problema general.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.2 Preguntas específicas.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Objetivos de la Investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3.1 Objetivo general.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Justificación de la investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1 Importancia de la investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2 Viabilidad de la investigación.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Limitaciones del estudio.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Antecedentes de la investigación.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Antecedentes nacionales.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Antecedentes internacionales.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Bases Teóricas .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.1 Identidad cultural.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.2 Alimentación e identidad territorial.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.3 Gastronomía .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Definición de términos básicos.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA.....</b>	<b>24</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>26</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>28</b>

## INTRODUCCIÓN

La gastronomía ha alcanzado un gran reconocimiento a nivel internacional, es un sector bastante diverso y aclamado en el mundo, hay variedad de sabores, diferentes tipos de cocina y opciones para todo tipo de alimentación.

La variación de sabores, presentación y gusto de las comidas, se debe a la identidad pluricultural y a las múltiples tradiciones de cada país. Cada lugar o grupo cuenta con formas particulares de ver la vida, así como tienen diferentes accesos a los recursos, ya que no todos viven una misma realidad.

Hay lugares donde sienten mucho respeto por los animales y no los incluyen en su alimentación, así como comunidades que no pueden darse el gusto de escoger que comer e implementan en sus platillos lo primero que sea accesible para ellos.

Estos factores se encuentran plasmados en la identidad cultural de cada lugar, basándose en sus propios valores, creencias y formas de actuar de manera colectiva, son conocimientos que han sido heredados y son parte de la vida de la persona por el mismo sentido de pertenencia al grupo. Estos aprendizajes son expresados en la gastronomía, donde muestran lo aprendido por generaciones pasadas y los diferencian de otros grupos. La interrogante a develar fue ¿De qué manera influye la identidad cultural en el desarrollo de la gastronomía?

Se presentó como objetivo analizar de qué manera influye la identidad cultural en el desarrollo y crecimiento de la gastronomía. Así como, la presente investigación es importante porque contribuirá a visibilizar y fortalecer la identidad cultural de las distintas comunidades y también a dar a conocer de qué manera ha influido la identidad cultural de los distintos pueblos en el posicionamiento de la gastronomía a nivel mundial.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la situación problemática**

La gastronomía es un sector que ha avanzado a grandes escalas a nivel mundial, cada vez más personas viajan por motivo gastronómico, donde puedan conocer acerca de la historia y trayectoria de un lugar a través de su cocina. Así como, los turistas deciden visitar un destino mediante su reconocimiento gastronómico, debido a que cada lugar cuenta con distinta sazón y sabores característicos que lo representan.

La variación de sabores en la gastronomía de cada país se debe a que no todos los lugares se encuentran en la misma situación, hay comunidades con realidades y estilos de vida muy diferentes a otros, lugares donde la tecnología y el progreso van de la mano y otros donde aún existen brechas sociales, de modo que influyen en su alimentación y la accesibilidad a los recursos.

Cada comunidad mantiene una identidad cultural particular y se encuentra ligado a las tradiciones, usos y prácticas que se ha ido inculcando desde la niñez y que tienen características singulares que los definen.

Esta puede estar representada en la gastronomía, ya sea en la implementación de técnicas culinarias, la presentación de un plato típico, la mezcla de insumos pertenecientes a una comunidad específica. De modo que aplican los conocimientos ancestrales en sus platillos, mostrando que la cocina no es la misma ni tiene el mismo gusto a otros lugares. Muchas veces las técnicas de elaboración varían según las herramientas que se encuentren disponibles en ese lugar, no todos los insumos crecen en todas las zonas, estos dependen de acuerdo al tipo de suelo y clima, entre otros.

La gastronomía es reconocida como una de las sensaciones más placenteras de experimentar y son muchas las personas que pagan buena cantidad de dinero por probar un plato de comida de un lugar determinado, pero, aun así, no sé estudia a fondo sobre la diferencia de sabores en los platillos de cada lugar, a que factor se debe esta variación y quienes son los principales autores del proceso.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

- ¿Qué influencia tiene la identidad cultural en la gastronomía?

### **1.2.2 Preguntas específicas**

- ¿Qué importancia tiene identidad cultural en la formación y desarrollo de la gastronomía?
- ¿Cómo contribuye la identidad cultural en la conservación de platos típicos?

- ¿Qué beneficios brinda la gastronomía para fortalecer la identidad cultural de las comunidades?

### **1.3 Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

- Analizar la influencia de la identidad cultural en la gastronomía.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Precisar que tan importante es la identidad cultural en la formación y desarrollo de la gastronomía.
- Analizar la contribución de la identidad cultural en la conservación de platos típicos.
- Demostrar los beneficios que brinda la gastronomía para fortalecer la identidad cultural de las comunidades.

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### **1.4.1 Importancia de la investigación**

Es relevante, ya que revalorizará las manifestaciones de diferentes comunidades, así como también a dar a conocer de qué manera ha influido la identidad cultural de los distintos pueblos en el posicionamiento de la gastronomía a nivel mundial. De modo que se logre informar a la población local y extranjera acerca de la importancia de los saberes y técnicas

ancestrales de las comunidades, que han sido parte del proceso y éxito de reconocimiento culinario a nivel internacional y que además ha sido olvidado por las generaciones en el transcurso del tiempo.

Será importante realizar el estudio con el propósito de ofrecer un impulso a una vida más óptima a las distintas comunidades que siguen siendo vulnerables y encasilladas en brechas sociales y de desventajas, a pesar de tener una gran influencia en la historia de la cocina.

#### **1.4.2 Viabilidad de la investigación**

Se considerará viable la elaboración de la presente investigación, teniendo en cuenta que existen diversas fuentes de información del tema, facilitando el proceso de recolección de información de calidad. Así mismo, se cuenta con el apoyo de expertos y actores relacionados en el ámbito cultural, activista e histórico de distintas comunidades y que tienen conocimiento gastronómico de sus tierras natales.

#### **1.5 Limitaciones del estudio**

En el caso de la presente investigación, se considera una limitación a la pandemia mundial ocasionada por la enfermedad infecciosa del COVID-19, ya que impide obtener información por medio de otras fuentes, como la ejecución de entrevistas personales a expertos especializados en el tema.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Antecedentes nacionales

La tesis del año 2015, titulada “La gastronomía regional como identidad cultural y condición de emprendimiento en los alumnos del Daca Unas de Tingo María”, de la autora Susan Lopez Garay, tuvo como objetivo demostrar la relación entre gastronomía e identidad cultural en el emprendimiento empresarial de los alumnos del Daca Unas de Tingo María. El estudio es descriptivo y cuenta con un diseño no experimental del tipo transversal. Así mismo, se realizó una muestra en base a 139 alumnos y se utilizó el cuestionario como instrumento. Con el presente estudio se concluyó que el 57.55% de los encuestados indican que la gastronomía regional como identidad cultural representa la tradición y un 47.48% declaran que forma parte de su cultura, ambos demuestran estar totalmente de acuerdo respectivamente. Además, se concluyó que mejorarán las oportunidades y condiciones para emprender en los alumnos del Departamento Académico de Ciencias Administrativas - Universidad Nacional Agraria de la Selva. Finalmente, existe un 51.80% que manifiestan estar de acuerdo en emprender un negocio en el sector gastronómico teniendo una correlación de  $R^2 = 0.892$  a un nivel de  $\alpha = 0.05$  respectivamente.

La tesis del año 2018, titulada “Identidad cultural y desarrollo del turismo en Moquegua - 2016”, de la autora Yohana Cubas Bustamante, tuvo de objetivo establecer el nivel de identidad cultural y el desarrollo turístico que se viene desarrollando en Moquegua. Para la presente investigación se utilizaron como

técnicas la encuesta y la observación documental, los instrumentos aplicados fueron el cuestionario y la guía de observación. La muestra de estudio fue de 384 personas. Los resultados indican que: La población de la ciudad de Moquegua tiene buen grado de identidad cultural. Moquegua cuenta con variedad de recursos turísticos, conformados por: manifestaciones culturales (36%), sitios naturales (31%), acontecimientos programados (8%), folklore (7%) y realizaciones técnicas, científicas y artísticas (1%). Se consideraron 25 recursos turísticos que forman parte del Inventario de Recursos Turísticos, sólo doce ya han sido jerarquizados.

Tesis del año 2019, titulada “Warique Culinario, Memoria y Arte Urbano Andino, 2017”, de la autora Karol Rebeca Guillen Balboa, donde tuvo como objetivo investigar la relación entre identidad cultural y cohesión social, con el fin de diseñar el Warique del arte urbano andino y culinario en la localidad de Santa Clara, distrito de Ate. El diseño aplicado a la investigación es el no experimental y se utilizó como instrumento al cuestionario. Se ha empleado un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, donde se encuestó a 80 habitantes de la localidad. Los resultados indican que en el factor inclusión social el 40% considera que es de buen nivel, mientras que el 33.3% opina que es malo. Luego, en el factor capital social, el 40% de los encuestados consideran que es de nivel bueno, mientras que el otro 40% considera que es malo. Finalmente, en el factor espacio público, el 60% considera que el nivel es bueno, mientras que el 20% considera que es nivel malo y regular.

### **2.1.2 Antecedentes internacionales**

La tesis del año 2017, titulada “Análisis de la construcción de la identidad cultural de Sevilla a través del turismo gastronómico: estudio desde una perspectiva de género”, de la autora Dunia Alonso Sobrado, su objetivo fue analizar la construcción social de la identidad cultural a través del turismo gastronómico de la provincia de Sevilla. El presente trabajo fue una investigación interpretativa, con el fin de entender la realidad en la provincia de Sevilla: la identidad cultural a través del turismo gastronómico. Se apostó por seguir una estrategia metodológica cualitativa y se utilizó la técnica de entrevista cualitativa. Se tomó una muestra de 21 participantes, tanto hombres como mujeres. En los resultados, se trató de materializar como se integra la identidad cultural en la oferta turística gastronómica. Algunas personas entrevistadas pertenecientes a la ciudad, basaron el concepto de identidad gastronómica a los productos y a la manera de consumirlos. Mientras que en provincia se obtuvo un concepto más unitario relacionando lo antepasado con la manera de disfrutar un plato típico actualmente.

La tesis del año 2015, titulada “Estudio de la Identidad cultural gastronómica de Guayaquil y su vínculo en el fortalecimiento del sector turístico de la ciudad en el año”, del autor Juan Carlos Andrade Rosales, tuvo como objetivo analizar las consecuencias de no estar bien informados acerca de la identidad gastronómica guayaquileña y el desinterés de la población en disfrutar los platos típicos en la Cdla Saucés I, a través de un sitio web para el fortalecimiento del sector turístico gastronómico de Guayaquil. El trabajo de investigación es transeccional, ya que los datos recopilados fueron obtenidos de las personas estudiadas y fue descriptiva, ya

que se habla de la identidad cultural gastronómica y como ayuda a fortalecer el sector turístico de Guayaquil. Así mismo, se utilizaron como técnicas la entrevista y la encuesta. Se aplicó el muestreo probabilístico de 351 muestras. Finalmente, los resultados indican que, el 100% de los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo que la gastronomía Guayaquileña se identifica con los gustos y preferencias de los habitantes. El 93% de los encuestados estuvieron de acuerdo y muy de acuerdo en que las comidas típicas contribuyen a tener una verdadera cultura e identidad gastronómica en Guayaquil. La mayoría de los encuestados están de acuerdo con que lo autóctono de nuestra comida motiva a crear nuevos platos con materia prima de la localidad, logrando un 77% en las respuestas. Como tal el 96% de los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo que la gastronomía de la localidad es un aliado permanente del turismo y por tanto del desarrollo de la ciudad motivadora de emprendimiento. Así que, para la buena información y conocimiento de comidas lugares, el 100% de los encuestados respondieron estar de acuerdo y muy de acuerdo en que se promueva un sitio web que, de forma ilustrada y cultural, exponga todo lo relacionado a la gastronomía de la localidad e información que permita conocer la cultura de la localidad.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Identidad cultural**

La identidad cultural se encuentra ligada a las vivencias de distintos pueblos y costumbres que los caracterizan. Hoy en día se habla mucho más del concepto de identidad cultural, y es que a raíz del nacimiento de la globalización y la uniformidad que este busca para mejorar procesos entre países, se está

olvidando la importancia de las manifestaciones culturales de distintos pueblos. Muchos de estos, se resisten al cambio y tratan de fortalecer mucho más su identidad cultural y el compromiso con su comunidad.

Existen diferentes factores que pueden ayudar a revalorar o fortalecer la identidad cultural de una comunidad, tal puede ser una festividad tradicional en una fecha determinada, compartir idioma, expresiones culturales mediante la danza, la gastronomía, la artesanía, entre otros. Tal como lo indica el autor Rodríguez (2017) indica que la identidad cultural es una serie de elementos característicos de un grupo determinado, este puede ser expresado a través de actividades colectivas, estilo de vida y valores, que son parte de la persona debido a sentirse identificado, diferenciándolo de otros grupos culturales.

Muchas de estas actividades y expresiones culturales que identifican y son parte de una determinada comunidad, han sido aprendizajes desde la temprana edad, ya que la identidad cultural es formada desde niños con las manifestaciones y hábitos aprendidos de sus padres e individuos cercanos, también es parte del sentido de pertenencia a una comunidad que comparte las mismas creencias, valores y tradiciones que han sido aprendidos con anterioridad por generaciones pasadas.

Así mismo, cada cultura se diferencia de la otra, ya sea por distintas creencias o estilo de vida. Para Ccohaquira C. & Huamán M. (2017) la identidad cultural tiene características singulares que lo diferencian de otras, cada cultura posee una peculiaridad que lo identifica. Por lo tanto, es una manera de identificación con acciones colectivas distintivas de otras culturas.

Tal como se indica en la opinión de Gonzales (2000) citado por Molano (2008) donde anuncia: La identidad cultural de una sociedad se define históricamente mediante la lengua, ya que este es el método de comunicación entre ellos, del mismo modo con la forma de relacionarse con otros, los ritos, ceremonias y acciones comunitarias. Por otra parte, la identidad cultural generalmente está vinculada a la manera de actuar y cómo practica la vida diaria, para preservar la cultura a futuro.

La manera de ver la vida que identifica a una cultura va a estar relacionada a prácticas, creencias, códigos y modos de comportamientos que son importantes en la vivencia de una comunidad.

Tal es el caso, donde la identidad cultural contribuye en el proceso de desarrollo y expansión del individuo, así como del pasado histórico de la comunidad a la que pertenece, ya que este se ha desarrollado en base a lo aprendido de su entorno y son características particulares de este grupo.

Por otro lado, nos presentan dos conceptos que plantean como el hombre puede sentirse parte de un determinado grupo y producir su propia identidad.

Como así lo plantea Cojti (2007) donde indica que la identidad cultural es el derecho de todo ser humano a ser parte de un grupo, a través de valores compartidos que lo definen y hace que se sienta parte del grupo.

Por su parte, Gallo (1988) refiere que la identidad cultural es la perspectiva de cómo la persona produce su propia cultura basándose en su propio entorno,

en la realidad y la forma de ver la vida.

La identidad cultural como sentido de pertenencia a un determinado lugar y que conlleva tener características similares al grupo. Además, se toma una postura en la manera de actuar y de vivir.

Diop (1982) menciona tres pilares fundamentales que determinan la identidad, estos son: El primer factor es el histórico, ligado a aprendizajes y prácticas heredadas en el entorno familiar y que influye en la manera de socializar y de tener una postura crítica en la sociedad, que han estado vigentes por décadas y que son aceptadas sin importar las razones o situación actual. El siguiente, es el factor lenguaje que va sufriendo alteraciones conforme los integrantes de la sociedad se relacionan con personas diferentes a su entorno habitual, la gramática se mantiene idéntica pero el léxico tiene modificaciones. Para concluir, el factor psicológico, que, a pesar de evolucionar en el tiempo, sigue manteniendo la esencia y rasgos que ayuda a identificar la identidad en el proceso.

Igualmente, es vital tener en cuenta el concepto de Identidad cultural como atractivo turístico y de qué manera puede ser expresado ante los ojos del turista, Vallejo (2003) expresa que: La identidad cultural, va ser aprendida a través de representaciones como museos, festividades, comidas típicas, música, danzas tradicionales y edificaciones de significación cultural. Estos referentes forman parte de la identidad de un grupo, pero deben ser transmitidos al turista como una fuente de comunicación para que éste pueda acceder a dicha identidad.

Así mismo, Vallejo (2003) señala que los elementos relacionados a la identidad cultural de un grupo definido estarán dados por los siguientes elementos: La identidad cultural se encuentra reflejada en los espacios culturales importantes para la comunidad, estos son mayormente espacios abiertos o edificaciones de gran valor por su importancia histórica que en el presente aún se siguen usando. Así como también, puede percibirse en la producción material de la comunidad, ya que toda agrupación cuenta su historia mediante actividades, que le permiten obtener ingresos económicos, logrando producir elementos que son necesarios para estas actividades los cuales otorgan identidad al grupo y territorio. Así mismo, puede experimentarse en las festividades, que son eventos en fechas de importancia para el lugar, rituales, celebraciones que se transmiten por generaciones, las fiestas pueden ser de carácter religioso, histórico, sociales, culturales, etc., comúnmente se realizan de manera regular e integran a toda la comunidad como también a personas residentes y no residentes que desean gozar el espectáculo. La identidad cultural como expresión artística en las danzas y música, este punto se encuentra adherido a las festividades ya que muchas fiestas tradicionales requieren de música y danzas tradicionales, utilizando sus instrumentos característicos del lugar. Y finalmente en la gastronomía, como pieza esencial y relacionada con la historia, es la elaboración de platos típicos que identifican a una región o comunidad. Estos son los referentes que ayudan al visitante a acercarse a la identidad cultural de un pueblo y son necesarios para que esta se convierta en un atractivo.

Muchos de los pueblos son reconocidos gastronómicamente por técnicas y

prácticas que los caracterizan, ya que solo ellos lo implementan en su cocina.

Estos pueden ser el uso de hierbas aromáticas en sus platos, insumos que solo se encuentran en determinado lugar, presentaciones de platos peculiares, etc.

Es un factor que permite resaltar ante otras comunidades.

Existen diversos elementos que son parte de la cultura, tales como:

De acuerdo a Ferreira (2009) los valores que son parte de una cultura son:

La actitud, es la postura que tomas frente a una situación positiva o negativa y de qué manera te comportas ante esa circunstancia, así mismo influye en la manera de obrar, creer y opinar en sociedad.

Esto conlleva a que cada persona tome una postura determinada dependiendo las creencias y costumbres que le han ido inculcando en el desarrollo de su vida.

Por su parte Diez (2010) considera que las creencias se presentan por pensamientos que se asumen como verdaderos de acuerdo a algo en específico para una persona, estas provienen de ideas grupales y que son confirmadas por experiencias propias. Así mismo, las creencias pueden influir en el éxito personal, ya que determina el nivel de inteligencia, salud y sentimientos.

Las creencias hacen actuar a los individuos con la idea de que lo que creen es realmente de esa manera y es verdadera, además supone que el sujeto actúe de una determinada manera, esta sería la prueba de existencia de la misma.

Mientras que Martorell (2017) explica sobre las tradiciones que se manifiestan como uno de los elementos de la cultura y que son expresiones peculiares de una sociedad en un determinado lugar y que son representadas en el folklore, la comida típica, las celebraciones y ceremonias, donde expresan la realidad de lugar.

Las tradiciones como actividades repetitivas a través del tiempo de un lugar con características propias y que son significativas para una determinada comunidad, esta puede ser transmitida en distintos sectores de la sociedad, como la gastronomía, la música, la religión y se convierte en elemento importante para un grupo de individuos, ya que nos recuerda el pasado.

Finalmente, Pérez & Gardey (2011) manifiestan que la costumbre es un hábito que se repite a través de una acción o varias acciones dentro de un grupo social que sigue una tradición enmarcada (pág.13).

Por lo tanto, se entiende por costumbres a los hábitos adquiridos por la frecuencia de realizar una actividad, así como a las costumbres de una comunidad por los usos y prácticas constantes con el sello distintivo de un lugar, ligados a una fuerte identidad que conlleva toda una historia detrás.

### **2.2.2 Alimentación e identidad territorial**

Para complementar, se presenta el concepto de los alimentos como identidad cultural y la relación con el territorio, debido a la valoración que se le da al producto obtenido del mismo. Así pues, Barrera y Bringas (2009) manifiestan que los alimentos tienen un significado imaginario para la comunidad local, que

es difundida e identificada como parte de ellos. Al relacionarse la producción de un alimento con un determinado lugar, se produce un producto turístico que puede ser parte de un recorrido que presente la identidad local.

Tal es el caso de las rutas turísticas, donde el visitante vincula un lugar con un determinado alimento, por el reconocimiento de la producción de tal insumo en el territorio. Siendo una gran oportunidad para el desarrollo socioeconómico de la población local, que a diario se encuentra laborando en zonas rurales y que muchas veces no cuenta con los mismos recursos y accesos que la zona urbana.

Así mismo, Castellon y Fontecha (2017) afirman que al identificar alimentos como factores culturales pertenecientes a un lugar de origen, fortalecen los vínculos de la comunidad con el territorio. No por el factor de que el producto tenga origen en su tierra natal, sino por las creencias y manifestaciones colectivas que creen tener conexión con los métodos por los que pasa el alimento para que pueda llegar a la mesa de los usuarios, tales como procesos de siembra en tiempos específicos, formas de atraer lluvia en la zona, pagos a la tierra para que esta de producción en abundancia, etc. Así mismo, al darse cuenta que mediante la venta y producción de un producto de su localidad se están mejorando los estilos de vida de su comunidad, se valora el insumo y se busca que sea sostenible en el tiempo.

Finalmente, Torres, Madrid de Zito Fontán y Santoni (2004) señalan que a pesar que la gastronomía es intangible, sigue permaneciendo en el tiempo,

debido a que muestra actividades socioculturales que desarrollan en el lugar y que se van repitiendo en el tiempo. Así mismo, la alimentación de una comunidad tiene particularidades que lo definen y que no se repite en otro lugar, característicos según su cultura. Cada lugar cuenta con un sistema establecido sobre que insumos va en un determinado plato, que ingredientes usar, que platos típicos degustar en fechas especiales, entre otros. Las autoras concluyen que la alimentación de una sociedad permite inferir en el comportamiento de las familias y la forma de socializar en general, tales como de qué forma compartir los alimentos en grupo, la postura política sobre el consumo de ciertos alimentos, el ingreso económico, entre otros, que permiten vincular a la alimentación como un lenguaje distintivo de una cultura determinada.

### **2.2.3 Gastronomía**

La gastronomía es el arte de crear combinaciones de sabores, aplicando distintas técnicas culinarias para procesar los ingredientes y transformarlos en deliciosos platillos. La gastronomía varía dependiendo el lugar y su cultura, ya que cada lugar aplica distintas técnicas, conocimientos e insumos.

Kapsoli (2007) indica que la gastronomía va mucho más allá de la preparación de alimentos, ya que puede influir en la preservación y fortalecimiento de la cultura y ayudar en la realización de una oferta turística en el destino.

Así como también, se puede distinguir la identidad y la cultura de un pueblo mediante su gastronomía, ya sea por el uso de algunos alimentos o la manera de preparación que se ha transmitido por generaciones. Al mismo tiempo, la

gastronomía contribuye a la mejora del lugar y es una forma de dar a conocer la historia y las tradiciones locales.

Tanto ha sido el desarrollo y fortalecimiento del conocimiento local acerca de sus tradiciones mediante la gastronomía, que se ha convertido en un ámbito muy llamativo para los turistas de hoy en día, turistas que buscan saber más y ser parte de lo cotidiano de cada comunidad de una forma más cercana y sensorial.

La gastronomía puede ser un factor que influye en la elección del destino a visitar. Así vemos que según Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT (2018) afirma lo siguiente: "La gastronomía es un importante motor para los turistas a la hora de elegir un destino". Esto significa que, las tendencias indican que los turistas consideran que las experiencias gastronómicas son factores vitales que influyen en la decisión para elegir un destino.

En relación al mismo, Ortega et al (2012), señala que la gastronomía representa diversas oportunidades culturales e históricas de mostrarle al turista acerca del potencial y la trayectoria del territorio mediante técnicas sensoriales.

De manera que, estas actividades pueden llevarse a cabo, ya que los turistas buscan experiencias auténticas donde puedan ser parte del proceso y vivir la experiencia de manera más cercana. Los turistas actuales están cansados del turismo tradicional y buscan experiencias nuevas no tan conocidas por el público en general.

Todos estos requerimientos lo obtienen de forma sensorial al probar la gastronomía de cada lugar, cada uno con diferente metodología en la elaboración y presentación de sus potajes. Por otro lado, la atracción de este sector gastronómico beneficia a la actividad económica del lugar donde se desarrolla, por su relación con el sector productivo y la mano de obra. Así como también, forma parte de una búsqueda y valoración por la identidad de los distintos pueblos.

La gastronomía, se puede concluir, como el arte de representar las tradiciones, vivencias y conocimientos locales de un lugar mediante el buen comer y generando beneficios sociales para la comunidad en el proceso.

Por último, Díaz y Gómez (2005) señalan la importancia de las prácticas alimentarias no sólo como un hábito alimenticio sino también como representaciones de una determinada comunidad o lugar, nos dicen que las prácticas alimentarias reflejan lo vivido del día a día de los diferentes sectores, así como también la diferencia de clases y de economía, todo reflejado en los distintos platos elaborados.

Por ello, se debe aprovechar el boom gastronómico y dar a conocer la gastronomía como una experiencia sensorial que transmite los conocimientos de generaciones pasadas de distintos pueblos y que siguen vigentes debido a conocimientos ancestrales en la cocina.

### 2.3 Definición de términos básicos

- **Identidad:**

La Real Academia Española (2018) explica que la identidad son características propias de un individuo o de un grupo y que logra que se pueda diferenciar ante los demás.

- **Identidad cultural:**

Hall (1995) indica que la identidad cultural no es solo contar acerca de la historia de un grupo, también es como la comunidad desea expresar acerca de su cultura y su pasado, recordando momentos y aprendizajes.

- **Turismo gastronómico:**

Torres (2003) considera que hay turistas que quieren alimentarse y otros que viajan para conocer y probar la cocina de diferentes lugares. Estos turistas interesados por la comida, desean empaparse de conocimientos más allá del placer de comer, sino de probar y conocer desde una perspectiva cultural y fisiológica.

## **CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA**

### **3.1 Análisis de resultados de la investigación**

Según los autores, la identidad cultural es la representación de valores, tradiciones, actividades y conocimientos que diferencian a un grupo específico de otro, estos varían dependiendo su cultura y aprendizajes obtenidos desde temprana edad. La identidad cultural de una sociedad puede estar expresada en diferentes acciones y acontecimientos importantes como una festividad, una danza tradicional o en la gastronomía, cada sector se diferencia en las manifestaciones de cada pueblo, ya que cuentan con vivencias diferentes dependiendo el entorno, estilo de vida y saberes transmitidos.

Además se brindó una perspectiva en la relación de alimentación con la identidad territorial de una comunidad específica. Los autores Barrera y Bringas afirman que puede ser una gran oportunidad para ayudar en el desarrollo social y económico de una localidad productora de insumos agrícolas. Así mismo, al generar valor a los alimentos locales se logra fortalecer la identidad territorial y cultural con su lugar de origen. Como ejemplo se mencionan a las rutas turísticas, que son servicios informativos para los visitantes interesados en disfrutar de una experiencia gastronómica, personas deseosas de conocer acerca de la producción agrícola local y que

los platos típicos a degustar sean elaborados con insumos autóctonos de la zona, que mediante ellos puedan conocer acerca de la historia, las características de la población y la importancia del producto para ellos. Además, el turista cada vez busca estar mejor informado sobre los procesos por los que son sometidos los alimentos, como son cultivados, el tipo de suelo que necesitan, etc.

Por último, la gastronomía como canal para presentar la cultura de distintas comunidades a nivel mundial y ayudar a preservarlas en el tiempo. Cada comunidad cuenta con una forma determinada de presentar sus platos típicos, siendo una oportunidad para generar empleo y bienestar social. Debido a que el sector gastronómico se encuentra generando mayor motivación de desplazamiento para conocer acerca de la cocina típica de diferentes destinos.

## CONCLUSIONES

La identidad cultural de cada pueblo es diferente según sus vivencias, esta viene expresada en la gastronomía según los insumos al alcance en la zona, las practicas establecidas en la alimentación y manera de preparación de los platillos. Es importante, ya que brinda mayor variedad en cuanto a gustos y preferencias de los comensales, brindando mayor panorama al escoger que tipo de cocina desea degustar. Así mismo, la gastronomía de los distintos pueblos logra sorprender al turista con experiencias nuevas, dando a conocer distintas texturas, mezclan e insumos. Sin la existencia de identidad cultural de los pueblos alrededor del mundo, la gastronomía seria neutra y estándar para todos, sin importar el tipo de alimentación que lleve y prefiera el individuo.

La identidad cultural refiere sentirse parte de un grupo específico, al sentirse parte de una actividad u entorno, la persona protege y valoriza lo aprendido, del mismo modo ocurre con los platos típicos, que al ser consumidos desde temprana edad y que son parte de las etapas de desarrollo individual y colectivo, va a ser motivo de orgullo y considerado una tradición. Al mismo tiempo, los platos típicos permiten recordar la historia y acercarse a lo antepasado haciendo uso de la memoria. Las mismas comunidades guiadas por sus costumbres y hábitos de alimentación son los principales autores de promover el consumo de determinados ingredientes, de cómo procesar cada insumo y de dar a conocer sus beneficios, muchos de estos saberes culinarios son reproducidos en las grandes ciudades, considerando técnicas

nuevas a implementar en su cocina, logrando que los productos y platos típicos con ellos sigan vigentes en el tiempo.

Finalmente, se concluyó que la gastronomía es un sector que logra movilizar gran cantidad de turistas, logrando que puedan visitar sitios determinados que no siempre se encuentran desarrollados pero son ricos en cuestión de saberes y expresiones culturales. Así pues, se brindan mayores oportunidades laborales y económicas a la comunidad anfitriona, que al ver que su cultura está siendo valorada desde una mirada externa va a sentirse representado en su comunidad y se lograra fortalecer su identidad cultural en consecuencia al orgullo de que se estén logrando avances en su pueblo a base de insumos y gastronomía de su comunidad, el individuo se sentirá orgulloso de su procedencia, logrando fortalecer aún más su identidad.

## REFERENCIAS

Alonso, D. (2017). *Análisis de la construcción de la identidad cultural de Sevilla a través del turismo gastronómico: estudio desde una perspectiva de género*.

Tesis Doctoral en Sociología. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/64208>

Andrade, J. D. (2015). *Estudio de la Identidad cultural gastronómica de Guayaquil y su vínculo en el fortalecimiento del sector turístico de la ciudad en el año*.

Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8403>

Bada, W. (2020). La invisibilidad y la identidad cultural en los estudiantes indígenas de la Amazonía. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 93-102.

Recuperado de: <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.590>

Bravo, J. P. (2019). *Difusión de la cultura afroperuana en el Centro de Lima*. Tesis de Licenciatura en Hotelería y Turismo. Lima: Universidad Garcilaso de la Vega. Recuperado de:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4122>

Burgos, E. (2015). *Impacto del sector gastronómico en el desarrollo del turismo en la ciudad de Huamachuco – 2015*. Tesis de Licenciatura en Administración. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1381>

Castellón, L. y Fontecha, J. (2018). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, xxii, pp. 167-193. Recuperado de: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.09>

Cubas, Y. (2018). *Identidad cultural y desarrollo del turismo en Moquegua – 2016*. Tesis de Licenciatura en Turismo y Hotelería. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Recuperado de: <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/7743>

Guerra, Y. (2018). *Diagnóstico de la cultura viva que comprende el turismo cultural en la región Callao*. Tesis de Licenciatura en Administración en Turismo y Hotelería. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/36927>

Guillen, K. R. (2019). *Warique culinario, memoria y arte urbano andino, 2017*. Tesis de Licenciatura en Arquitectura. Lima: Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38447>

López, S. (2015). *La gastronomía regional como identidad cultural y condición de emprendimiento empresarial en los alumnos del daca unas de Tingo María*. Tesis de Licenciatura en Administración. Tingo María: Universidad Nacional Agraria de la Selva. Recuperado de:

<http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1136>

Machaca, R. (2016). *Cambio cultural de las costumbres y creencias en la festividad Virgen Inmaculada Concepción del Distrito de San Juan de Salinas – Azángaro*. Tesis de Licenciatura en Antropología. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de:

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12808>

Márquez, N. (2016). *Mercado de gastronomía peruana en el Rímac*. Tesis para optar el título profesional de Arquitecto. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/620698>

Neyra, M. (2018). *Migración e Identidad Cultural en el AA. HH Pedro Zurita Huacho 2017*. Tesis de Licenciatura en Sociología. Lima: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Recuperado de:

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/899>

Oliveira, S. (2011) *“La Gastronomía como atractivo turístico primario para destino turístico”*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 20(3),738-752. Recuperado

de:

<https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/N03/v20n3a12.pdf>

Pomas, M. (2018). *Identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura*. Tesis de Licenciatura en Educación. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho. Recuperado de: <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2748>

Torres, G. Madrid de Zito, L. y Santoni, M. (2004). El alimento, la cocina étnica, la gastronomía nacional. Elemento patrimonial y un referente de la identidad cultural. *Scripta Ethnologica*, Vol. XXVI, Bs. As., pp. 55-66. Recuperado de: [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/98744/CONICET\\_Digital\\_Nro.66c6dd3b-506e-432f-8460-fa3062b73177\\_C.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/98744/CONICET_Digital_Nro.66c6dd3b-506e-432f-8460-fa3062b73177_C.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

Romero, D. (2019). *La Festividad de la Virgen del Rosario y su relación con la identidad cultural en Paucartambo*. Tesis de Licenciatura de Artista Profesional en Folklore. Lima: Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas. Recuperado de: [http://repositorio.escuelafolklore.edu.pe/bitstream/ensfjma/39/1/ROMERO\\_DANIEL-T.pdf](http://repositorio.escuelafolklore.edu.pe/bitstream/ensfjma/39/1/ROMERO_DANIEL-T.pdf)

Villafuerte, D. (2018). *Globalización y otredad en la identidad cultural de la pintura cusqueña contemporánea*. Tesis de Maestría en Artes. Arequipa: Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8017>