

**El Camino y la Mesa: Fronteras, Diálogos y Saberes. Un Estudio de las Interacciones
Culturales y sus Transformaciones a través de la Comunicación Gastronómica**

Autora: Diana Marcela Viera Castrillón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Programa Académico: Comunicación Social

Línea de investigación: Intersubjetividades, contextos y desarrollo

Escuela: Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Docente: Héver Míguez Monroy

Noviembre 2025

Agradecimientos

El momento de levantar la vista de la mesa para reconocer a quienes hicieron posible este banquete de saberes y sabores, agradezco a aquellos que me acompañaron en este camino. En primer lugar, mi gratitud más profunda es para Dios, por ser mi fuente inagotable de fuerza y sabiduría, la guía constante en este proceso y el sostén de cada uno de mis pasos.

El corazón de este proyecto no sería posible sin el apoyo y el aliento incondicional de mi familia. De manera especial, agradezco a mi padre, que, a pesar de haber partido con el Señor, su confianza en mis capacidades fue fundamentales en mi vida académica. A él y a mi madre dedico, con amor y honra, este logro. A mis seres queridos y amigos, gracias por ser el combustible que permitió mantener el ritmo y la esperanza en los momentos de mayor desafío, gracias por su compañía y sus oraciones.

Un agradecimiento sincero a Laura, por su apoyo invaluable en la consolidación de este trabajo, su dedicación y tiempo fueron fundamentales en esta travesía.

Expreso mi gratitud a mi director de trabajo de grado, profe Héver, gracias por su experticia y por desafiarme constantemente a encontrar los mejores ingredientes para esta investigación, gracias por acompañarme, animarme y guiarme en todo este tiempo. A los jurados, por su tiempo y sus valiosas observaciones, que sirvieron de sazón para enriquecer el resultado final. Y a la UNAD por ser el hogar académico que me brindó el terreno fértil para cultivar este proyecto. Un agradecimiento muy especial a cada uno de los chefs, personal de cocina, visitantes y residentes del barrio San Antonio. Ustedes abrieron las puertas de sus cocinas y sus historias, compartiendo con generosidad sus sabores y saberes. Su disposición y confianza es el corazón de esta monografía, pues hicieron de la mesa un verdadero espacio de diálogo.

Resumen

La presente monografía analiza la comunicación gastronómica enfocándose en el barrio San Antonio de la ciudad de Cali. Tiene su centro en cómo la identidad gastronómica se construye y se transforma a partir de la interacción intercultural. A través de encuestas aplicadas, entrevistas con chefs del barrio y la revisión bibliográfica, se identifican elementos propios de la cocina caleña, así como las influencias de otras culturas presentes en la oferta gastronómica del sector. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados entienden a San Antonio como un destino de turismo gastronómico y que platos como la empanada, el pandebono y el aborrajado son percibidos como símbolos de identidad local. Al mismo tiempo se observa una apertura hacia cocinas de otras regiones del país e incluso extranjeras, lo que refleja un proceso de hibridación cultural en la gastronomía. La investigación concluye que la cocina de San Antonio funciona como un espacio de encuentro intercultural donde se negocia la identidad caleña en diálogo con tradiciones locales y globales.

Palabras clave: Comunicación, interculturalidad, frontera gastronómica, identidad, intercambios culturales.

Abstract

This monograph analyzes gastronomic communication, focusing on the San Antonio neighborhood of Cali. It focuses on how gastronomic identity is constructed and transformed through intercultural interaction. Through surveys, interviews with neighborhood chefs, and a literature review, elements unique to Cali cuisine are identified, as well as the influences of other cultures present in the area's gastronomic offerings. The results show that most respondents understand San Antonio as a gastronomic tourism destination and that dishes such as empanada, pandebono, and aborrajado are perceived as symbols of local identity. At the same time, an openness to cuisines from other regions of the country and even foreign ones is observed, reflecting a process of cultural hybridization in gastronomy. The research concludes that San Antonio's cuisine functions as a space for intercultural encounter where Cali's identity is negotiated in dialogue with local and global traditions.

Keywords: Communication, interculturality, gastronomic frontier, identity, cultural exchanges.

Tabla de contenido (El Menú/La Carta)

Agradecimientos	2
Resumen.....	3
Abstract.....	4
Índice de Tablas	7
Índice de Figuras.....	7
Introducción: Pa´Picar	8
Planteamiento del Tema: La Mesa Está Puesta, Todo Listo Pal Sancocho... ..	11
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	16
Justificación: El Apetito.....	16
Marco Teórico: La Entrada.....	22
1. Comunicación Como Práctica Simbólica y Relacional	22
2. La Comida Como Sistema de Signos.....	24
3. Gastronomía, Territorio e Identidad Cultural	25
4. Narrativas Identitarias en la Frontera Gastronómica	26
Marco Conceptual: Acompañamiento (El Seco)	28
La Gastronomía Como Lenguaje Cultural.....	37
Transformación de Identidades.....	37
Comunicación Gastronómica.....	38
Metodología: La Preparación.....	41
Población y Muestra	42
Procedimiento Metodológico.....	42
Técnicas de Recolección de Datos: La Cocción	44
Encuestas.....	44
Entrevistas Semiestructuradas	45
Observación Participante	46
Marco de Resultados: La Degustación del Sabor:	47
Resultados de la Encuesta.....	47

Hallazgos.....	51
Resultados de la entrevista semiestructurada.....	52
Criterios de Observación del Resultado.....	52
Hallazgos.....	55
Resultados de la Observación Participante.....	56
Hallazgos.....	60
Marco de Análisis: El Plato Fuerte.....	64
Análisis del Objetivo 1: Identificar la Diversidad Cultural y sus Expresiones Gastronómicas	64
1. Diversidad percibida: Los Datos Hablan.....	64
2. La Diversidad en Acción: La Perspectiva del Sujeto.....	65
3. La Diversidad en el Espacio: La Prueba Tangible.....	66
Análisis del Objetivo 2: Las Representaciones Simbólicas y Materiales.....	67
1. Las Representaciones Materiales: El Entorno Habla.....	67
2. Las Representaciones Simbólicas: El Significado en el Ritual.....	67
3. La Negociación de Sentido en las Fronteras.....	68
Análisis del objetivo 3: La Configuración de Identidades Locales y Migrantes.....	68
1. Identidad en la Memoria y el Arraigo.....	69
2. Identidad en la Flexibilidad y la Hibridación.....	69
3. El Poder de la Comida en la Transformación.....	70
Conclusiones: El postre.....	71
Bibliografía: La Tienda Teórica.....	75

Índice de Tablas

Tabla 1 Indicadores Cualitativos	54
----------------------------------	----

Índice de Figuras

Gráfico 1 Turismo Gastronómico	48
Gráfico 2 Gastronomía Típicamente Caleña	48
Gráfico 3 Llegada de Multinacionales	49
Gráfico 4 Elección de Comensales	50
Ilustración 1 Plato de Temporada de Semana Santa en el Restaurante Casa Alebrije	60
Ilustración 2 Sazón Caribe y el Mundo Árabe en Domingo Restaurante	61
Ilustración 3 Homenaje a la Memoria Campesina en Domingo Restaurante	63

Introducción: Pa' Picar

Un 'pa' picar' que despierta la curiosidad y nos prepara antes de sumergirnos en el 'plato fuerte'. Esta entrada nos invita a saborear la relevancia de la comida como alimento y como un rico y complejo sistema de signos y significados que identifican a una comunidad.

Estimado lector, en el transcurso de esta investigación va a encontrar este tipo de expresiones que acompañan los títulos de cada sección. Esta es una elección deliberada, una metáfora gastronómica que nos permite navegar por los conceptos de la comunicación, la identidad y la cultura. Así como un menú guía una experiencia culinaria, estas metáforas buscan contextualizar el estudio de la comunicación gastronómica en lo social, cultural y narrativo. Cada título representa un paso en la investigación, desde el cocinado de los datos hasta la degustación de los resultados, para mostrar cómo la interculturalidad y la identidad se van tejiendo en torno a la comida en un diálogo constante entre lo local y lo global.

El barrio San Antonio de Cali diariamente recibe distintos tipos de visitantes; turistas nacionales, extranjeros, y locales que quieren darse un paseo, un *borondo*, y recorrer las empinadas calles de este histórico sector considerado patrimonio de la ciudad, donde se oferta una mixtura de alimentos, incluyendo lo típico y lo foráneo. Este espacio se ha consolidado como un referente gastronómico de la ciudad y un epicentro de sabores. La relevancia del estudio radica en la premisa de que la gastronomía satisface una necesidad fisiológica y constituye un lenguaje simbólico, un vehículo de identidades y un poderoso mediador de las interacciones sociales y culturales.

En esta investigación se abordarán las costumbres, la cultura, el territorio, los intercambios, y en el camino del logro de su comprensión, se tratará de responder algunas cuestiones como ¿Por qué comemos lo que comemos? ¿Lo que comemos nos define?

A través de una mirada analítica se trabajará cómo influye la identidad cultural, la comunicación gastronómica y el encuentro de estas, dentro de las costumbres alimentarias de una región determinada.

Los hallazgos de esta investigación demuestran que la influencia gastronómica va más allá del simple consumo, impactando de manera profunda en las dimensiones culturales, sociales y económicas del barrio. Se observa que las prácticas alimentarias actúan como un terreno fértil para el diálogo, donde los sabores y los saberes se cruzan para construir un nuevo sentido de pertenencia. La presencia de diversas cocinas amplía la oferta culinaria y fomenta la exploración de lo ajeno y la reafirmación de lo propio, evidenciando un proceso de hibridación en la identidad de comensales y visitantes.

El análisis de estos resultados se aborda a través de una brújula teórica interdisciplinaria que conecta la comunicación gastronómica (Fusté-Forné) con la semiótica de la alimentación (Roland Barthes), la noción de fronteras culturales (Marta Rizo) y la comunicación ritual (James Carey). Esta aproximación teórica permitirá comprender cómo el acto de comer y compartir se convierte en un ritual social que negocia las identidades y facilita los diálogos.

Finalmente, el postre de este banquete deja un sabor duradero de transformación. Este postre, que culmina el camino recorrido, es una mezcla de lo propio y lo ajeno, donde la dulzura de la tradición caleña se combina perfectamente con el toque exótico de las nuevas cocinas. El sabor final, es la demostración de que la mesa se revela no como un destino sin conflictos, sino como

un poderoso espacio donde se saborea el encuentro, dejando en el paladar la esencia de un diálogo intercultural que, a pesar de los desafíos, se sigue forjando.

En las próximas páginas, el lector se adentrará en un recorrido que demuestra cómo El Camino, el tránsito de las interacciones culturales en el barrio, se encuentra y se transforma en La Mesa.

Planteamiento del Tema: La Mesa Está Puesta, Todo Listo Pal Sancocho...

Si 'la mesa está puesta', significa que es tiempo de sentarse, de compartir y de conversar. En este espacio, nos disponemos a abordar la problemática de investigación; la comunicación gastronómica en San Antonio no es solo el acto de preparar y consumir alimentos, sino un entramado de significados culturales. Un relato que se cocina en cada plato. Nos preguntamos cómo el sancocho, la lulada o el aborrajado actúan como símbolos de identidad, cómo su preparación y consumo transmiten valores, historias y un profundo sentido de pertenencia en la sociedad caleña, y cómo los intercambios culturales posibilitan la transformación de las identidades. Este es el punto de partida para desentrañar el diálogo que se gesta alrededor de la comida.

La mesa es ese territorio simbólico, a su alrededor ocurre el encuentro y la fusión de saberes, sabores, memorias, tradiciones, deseos y construcciones de identidad. Evocando la preparación de un sancocho, pensar en esa sinfonía de sabores y texturas, cocinada a fuego lento hasta alcanzar la perfección. Es que el sancocho vallecaucano es mucho más que una simple sopa; es la esencia de nuestra tierra en trozos generosos de plátano verde que se deshacen en la boca, en la dulzura terrosa de la yuca, la suavidad de la papa, la textura fibrosa de la arracacha, y los granos jugosos y tiernos de la mazorca. El sancocho con sus ingredientes diversos, su modo de preparación y su fuerte carga simbólica, nos ilustra lo que hoy ocurre en el barrio San Antonio: una cocina caleña que burbujea al contacto con otras culturas, con otras formas de ser, de comer, de comunicar y de conservar las tradiciones.

Los inicios de este emblemático sector se registran a mediados del siglo XIX. Su nombre proviene directamente de la iglesia de San Antonio, dedicada a San Antonio de Padua, la edificación inició en 1822 y terminó en 1826, fue la primera construcción importante en la zona

y se convirtió en el punto de referencia principal. San Antonio surgió como asentamiento de la élite caleña. La arquitectura de las casonas coloniales y republicanas, con gruesas paredes de adobe, tejas de barro y patios interiores, con fachadas imponentes, balcones y zaguanes, fueron y hoy siguen siendo testigos de tertulias, bailes y comidas, encuentros sociales y culturales.

El desplazamiento progresivo de las familias fundadoras de San Antonio motivado por la expansión urbana de Cali y la adopción de nuevas tendencias habitacionales, produjo un cambio significativo dando paso a una diversificación poblacional, transformando a San Antonio en un espacio de mayor heterogeneidad cultural. La fragmentación y el alquiler de las grandes casonas coloniales facilitaron la llegada de grupos de clases medias y populares, junto con migrantes internos. Esto introdujo una amalgama de cosmovisiones, identidades, prácticas culturales y sociales que enriquecieron el tejido comunitario preexistente.

La posterior atracción de artistas, artesanos e intelectuales desde finales del siglo XX consolidó a San Antonio como un epicentro de diversidad cultural. Este fenómeno no fue meramente una yuxtaposición de culturas, sino un proceso de interculturalidad dinámica donde diferentes expresiones como teatro, música, literatura, artes plásticas y gastronomía convergieron y se enriquecieron mutuamente.

San Antonio ha sido históricamente un nodo de memoria urbana y símbolo del espíritu caleño tradicional, su arquitectura, sus balcones y sus calles empedradas lo convierten en un simbólico turístico por excelencia. Detrás de todo ese encanto se gesta una transformación que ocurre principalmente en las cocinas. Nuevos restaurantes que ofrecen platos fusión, experiencias gastroculturales, versiones gourmet de platos típicos de la región, ceviche con maracuyá o lulo, arepas con salteados tailandeses. Todo esto se presenta principalmente como innovación, pero, aún más importante, se reconoce como un síntoma de una cultura que quiere

mantenerse y al mismo tiempo abrir espacios a nuevas y diversas formas de entender la cocina, de relacionarse con la comida, de comprender la historia que acompaña un plato y de brindar nuevas experiencias a los comensales. En medio de toda esta sintomatología surgen entonces las preguntas ¿Qué está pasando con las representaciones tradicionales? ¿Dónde queda la identidad gastronómica local?

Gilberto Giménez (2007), plantea que la identidad es una construcción social dinámica, relacional, y cargada de representaciones simbólicas. Este estudio parte de la premisa: la alimentación no consiste solo en una necesidad biológica, sino en una práctica social, cultural y esencialmente comunicativa cargada de símbolos, significados e historia. Desde esta perspectiva se entiende a la gastronomía como un campo donde se puede analizar los procesos de construcción de sentido, de transformación de cultura, de tensiones y soluciones en el cruce de las formas identitarias.

La gastronomía entonces es mucho más que la comida, es un campo de abordaje disciplinar que permite estudiar procesos de interculturalidad y comunicación. Como plantea Catherine Walsh (2009), la interculturalidad implica el contacto entre culturas y también los conflictos, las asimetrías y las tensiones que emergen en esos espacios compartidos. ¿Cómo se expresa esto en el universo culinario de San Antonio, que hoy recibe a turistas, locales, migrantes y cocineros de otros territorios?

Las cocinas de San Antonio se han convertido en frontera, comprendiendo el término como un territorio simbólico en el que se cruzan e intercambian saberes, ingredientes, discursos alrededor de la comida, y las formas de experimentarla. En estos espacios ocurre lo que se puede denominar fronteras gastronómicas, entendidas como lugares de encuentro y negociación cultural, aunque no están totalmente libres de disputas por la identidad y el sentido que quiere

respetar cada cultura. Como señala Eduardo Restrepo (2007), la identidad es siempre un proceso fluctuante, que se construye en la interacción y el conflicto. Por eso, las fronteras gastronómicas no son solo territorios físicos, sino también escenarios comunicativos, cargados de sentidos en disputa.

Desde la comunicación como disciplina de abordaje, entendida no únicamente como transmisión de información, sino como proceso de construcción de sentido, este estudio busca comprender cómo se articulan los discursos, prácticas y experiencias en estos espacios culinarios interculturales. Siguiendo a Jesús Martín-Barbero (1987), entendemos la comunicación como un proceso de mediaciones culturales, donde los actores reinterpretan, resignifican y se posicionan frente a lo nuevo.

En este marco la gastronomía es un factor de transformación, lenguaje identitario y experiencias colectivas, pero ¿Qué ocurre cuando los ingredientes de otras culturas empiezan a formar parte de la cocina tradicional? ¿Se enriquece la identidad local o se diluye? ¿Cómo se posicionan los residentes tradicionales frente a esta transformación? ¿Qué traen los visitantes y qué se llevan? ¿Cómo se da el diálogo de saberes entre cocineros, comensales, turistas y vecinos? ¿Y qué papel juega la comunicación en todo este entramado simbólico? Este planteamiento propone tres niveles de análisis:

1. Identidad gastronómica como fenómeno simbólico y relacional: ¿Cómo se construye la identidad caleña desde las prácticas alimentarias en contexto de interacción cultural?

2. La interculturalidad como campo de tensiones: ¿De qué manera se articulan, negocian o enfrentan las diferentes tradiciones gastronómicas en San Antonio?

3. La comunicación como proceso de construcción de sentido: ¿Cómo se manifiestan, difunden y negocian los significados en contextos de fronteras, tanto en el espacio físico de los restaurantes como en las narrativas turísticas?

Este estudio busca descubrir lo que ocurre en los restaurantes de San Antonio y comprender los sentidos sociales, culturales y comunicativos que se juegan en la cocina, cómo estos influyen en la identidad colectiva de la ciudad.

De ahí que la pregunta problema de esta investigación sea: ¿De qué manera la comunicación intercultural influye en la transformación de identidades en contextos de fronteras gastronómicas como el barrio San Antonio en Cali?

Desde esta mirada la comunicación en el campo de la gastronomía, entendida en este trabajo como comunicación gastronómica, se convierte en una herramienta potente de análisis sociocultural y comunicativo, capaz de aportar al fortalecimiento de la oferta turística, al conocimiento de los saberes tradicionales, a la construcción de una ciudad más consciente de sus propias mezclas.

Objetivo General

Analizar el impacto de la comunicación gastronómica en la transformación de identidades en contextos de fronteras culturales en el barrio San Antonio de la ciudad de Cali.

Objetivos Específicos

1. Identificar la diversidad cultural y sus expresiones gastronómicas presentes en el barrio San Antonio y su contribución a los intercambios culturales.
2. Describir las representaciones simbólicas y materiales que los sujetos sociales construyen a partir de sus experiencias comunicativas en las fronteras gastronómicas, destacando la interacción entre diversas culturas.
3. Categorizar los elementos identitarios que se transforman a partir de los consumos gastronómicos en un entorno de multiculturalidad o pluriculturalidad, evidenciando cómo las prácticas alimentarias contribuyen a la configuración de identidades locales y migrantes en el barrio San Antonio.

Justificación: El Apetito

El 'apetito' por conocer el rol de la comunicación gastronómica surge de una necesidad fundamental: la de ir más allá de la receta. Es necesario entender que los platos nos satisfacen el gusto y el hambre, y que son poderosos medios de comunicación que nutren la vida cultural al transmitir mensajes de historia, arraigo y memoria colectiva. Esta investigación se justifica en la

convicción de que la gastronomía es un sistema vivo, un relato que se cocina y se comparte, y que, al igual que la cultura, es una fuerza vital que nos define y nos conecta como comunidad.

La comunicación gastronómica posee un papel fundamental en la construcción de identidades culturales. En el caso del barrio San Antonio en Cali, la convergencia de distintas tradiciones culinarias genera un espacio de dinamismo, donde los significados culturales se negocian.

San Antonio es un lugar que, como consecuencia de la globalización, el turismo, las tendencias de consumo y los temas de sostenibilidad ambiental, ha experimentado grandes cambios en su oferta culinaria. Lo que ha permitido que la comunicación gastronómica sea el medio de adaptación ideal, para este contexto. Pues permite que los diferentes protagonistas del espacio intercambien funciones y compartan sus conocimientos culinarios. Es decir, permite adaptarse a la interculturalidad, los sabores y saberes, expresados desde diferentes perspectivas. Esto promueve nuevos y diversos espacios gastronómicos, atrae turismo al barrio, comensales y visitantes interesados en conocer la zona.

La transformación de identidades es el esfuerzo de diferentes actores y no el resultado de la espontaneidad. Son múltiples los aspectos que conllevarían un ambiente disonante, si no existieran objetivos que planteen una forma de comunicación para un equilibrio en la interacción. En un contexto donde diferentes restaurantes buscan el posicionamiento en el mercado, el reconocimiento de su identidad gastronómica y cultural, conservar sus tradiciones y brindar experiencias únicas para atraer el mayor número de comensales posibles, la competitividad agresiva podría estar servida a la orden del día; sin embargo, aquí es donde se evidencia la comunicación gastronómica, la interculturalidad y algunos otros conceptos que se desarrollan en este estudio, como el concepto de frontera, abordada desde lo simbólico para mediar entre esos

ítems que promueven una competencia. Y que está, lejos de ser un campo de batalla, al contrario, es más un espacio de muestra intercultural y experiencias gastronómicas únicas. La comunicación aplicada al entorno gastronómico, como la herramienta que ayuda a definir objetivos que cada actor pretende cumplir y a su vez lograr un beneficio común; alcanzar la interacción sana, basada en lo que se gana cuando cada identidad tiene espacio para existir y aportar al colectivo.

El éxito en el contexto de San Antonio depende de la capacidad de integrar diferentes culturas, superando toda posibilidad de conflictos que amenace la sana convivencia. La diversidad gastronómica debe percibirse como una oportunidad para la integración de identidades y tradiciones culinarias. Porque la comida es ante todo un puente, que históricamente ha unido culturas con marcadas diferencias. La comunicación gastronómica permite la interacción de culturas, pero a su vez toma en cuenta, las historias detrás de las tradiciones culinarias, ya que su mayor virtud es crear vínculos simbólicos entre las comunidades, a través de sus preparaciones. Utilizando la comida como un lenguaje que se habla dentro de un territorio intercultural, que llamamos frontera, es donde se comparten sabores y saberes.

San Antonio es un reflejo como hacen las sociedades por desarrollar mecanismos que les permitan sostener sus valores y tradiciones en el tiempo. Con la transmisión y prácticas de técnicas, el aprendizaje de recetas, el uso de ciertos ingredientes y la forma de mezclarlos, las comunidades mantienen su identidad cultural, incluso con la fusión y el compartir culinario, con otras culturas. En un contexto como el de San Antonio, se evidencia la negociación constante entre la tradición y la innovación. Y se apoya en la comunicación gastronómica como canal para legitimar las acciones que constituyen los cambios en las identidades gastronómicas y también para sostener los discursos que le dan esa particularidad de única a cada identidad culinaria.

Esta investigación también aborda el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 11: Comunidades y Ciudades Sostenibles. En el contexto actual, la sostenibilidad trasciende el mero valor ambiental, refiriéndose a una serie de prácticas integradas. Estas prácticas incluyen el respeto, la inclusión y la resiliencia, elementos que, junto a la sostenibilidad económica y ambiental, son fundamentales para construir comunidades duraderas y habitables. En San Antonio, el respeto, la aceptación y el aprendizaje que las diferentes culturas muestran entre ellas ha generado un ambiente de inclusión, y hacen de este espacio un ejemplo de lo que se pretende con este objetivo. Una notable inclinación sostenible en las prácticas de cocina y consumo, así como en las presentaciones, empaquetados, productos y elección de alimentos, se desarrolla también en el barrio, dónde a través de la generación de una conciencia colectiva sobre el cuidado medio ambiental y cada vez más consumidores están asumiendo una responsabilidad ética llevando a los restaurantes a tomar decisiones que los acerquen a prácticas entorno a la sostenibilidad.

Además de la sostenibilidad ecológica, se destaca la sostenibilidad cultural, la cual se desarrolla cuando cada lugar, toma las formas de cocina de su cultura y las preserva. Es decir, trae la tradición a la modernidad. Este, se convierte en el principal atractivo para los turistas, y genera crecimiento económico local, respetando las bases culturales.

La creciente ola turística de San Antonio, casi que obliga a los actores sociales a adaptarse a nuevas dinámicas de consumo, economía y aspectos sociales. Los individuos tienen como herramienta la comunicación gastronómica que permite negociar con los otros, la forma en la que cada uno interactúa en un espacio de tanta diversidad, sin perder su identidad y sus valores tradicionales, sino que propone una forma adaptativa, de mostrarlos, asociarlos, otorgarles

reconocimiento y permitirles fusionarse con otros, creciendo la riqueza culinaria y cultural del espacio.

El ODS 11 es promotor de la inclusión cultural en espacios urbanos, lo que va en coherencia con el objetivo general de este trabajo, en analizar cómo la comunicación gastronómica transforma las identidades en un contexto de fronteras. Donde los restaurantes en San Antonio tienen como meta atraer clientes, y generar un espacio con sentido de pertenencia. La comunicación gastronómica es la herramienta que permite generar las estrategias adecuadas para crear comunidad en torno a la diversidad culinaria, en este espacio urbano.

Suele ser común olvidar que una ciudad sostenible, debe también garantizar la convivencia sana. A través de la comunicación gastronómica, herramienta de integración en el espacio culinario y cultural de San Antonio, se generan narrativas interculturales. La comida se transforma en un lenguaje común y las fronteras en puntos de encuentro y negociación, donde la gastronomía se nutre de la diversidad y también se conserva a través de la tradición.

La preservación de la tradición es definitivamente un reto en entornos urbanos donde la globalización ha permeado un sin número de aspectos sociales. En este contexto la comunicación gastronómica se presenta como la herramienta de resignificación de las prácticas culinarias tradicionales de una cultura, lo que permite una protección del patrimonio cultural, dentro de las ciudades y trae como garantía que el crecimiento económico también se sostenga en prácticas que cuiden la identidad tradicional y no la amenacen, mientras a su vez le permiten convivir con nuevas e innovadoras formas culinarias.

Sobre la mesa tenemos una perspectiva, de cómo la comunicación gastronómica interfiere en la diversidad cultural de San Antonio, actuando como el mecanismo que permite la adaptabilidad, el alcance de objetivos, la integración y la preservación de identidades y formas

culinarias. Analizar el impacto sobre la transformación de las identidades, va a permitir generar nuevo conocimiento sobre el rol de la comunicación en espacios de fronteras culturales, en los que la gastronomía es el lenguaje común, contribuyendo así a ampliar el panorama sobre el cómo la interculturalidad puede ser guiada y sostenida por los procesos de comunicación, partiendo de la interacción gastronómica y posibilitando su comprensión interdisciplinar y transdisciplinar.

Marco Teórico: La Entrada

Como la 'entrada' que despierta los sentidos, el marco teórico de esta investigación nos introduce a los conceptos y autores clave que fundamentan nuestro análisis.

Se parte desde la perspectiva sociocultural y comunicativa para analizar la cocina como un espacio simbólico y de interacción, donde se construyen sentidos, se transforman identidades en contextos de fronteras culturales.

Antecedentes Teóricos:

1. Comunicación Como Práctica Simbólica y Relacional

Desde la mirada del influyente teórico de la comunicación, James Carey, conocido por replantear el concepto desde una perspectiva cultural, (1975) la comunicación puede entenderse bajo dos enfoques: el modelo transmisivo, centrado en el envío de información, y el modelo ritual, donde la comunicación se concibe como un proceso simbólico de construcción de sentido, comunidad y pertenencia. En este enfoque ritual, la comida no es solo alimento, sino acto simbólico y cultural que vincula a las personas, reafirma identidades y construye realidades sociales compartidas. El catedrático, fue uno de los primeros en pensar la comunicación como una herramienta de construcción de significado, además de un medio para transmitir información.

Carey, es clave para esta investigación, porque su modelo ritual de la comunicación permite comprender la gastronomía más allá de solo el consumo de alimentos, sino como un acto cultural que transmite significados, valores, identidad y vínculos sociales. Aplicada al contexto del barrio San Antonio, su perspectiva ayuda a interpretar cómo los espacios gastronómicos,

funcionan como escenarios de interacción simbólica donde se negocian y transforman identidades.

En línea con esta visión, Marta Rizo, especialista en comunicación interpersonal, microsociología y especialidades en los procesos comunicativos, (2013) propone una comprensión relacional de la comunicación, superando el esquema lineal emisor-mensaje-receptor. Para ella, la comunicación es una práctica situada que se da en contextos específicos, marcados por relaciones sociales, afectos, cuerpos y territorios. Su trabajo se ha centrado en pensar la comunicación más allá de los medios, desde las relaciones cotidianas y las dinámicas simbólicas entre personas y grupos, en contextos específicos. Rizo propone una perspectiva relacional y microsociológica, centrada en la interacción cara a cara, en los significados compartidos y en las prácticas simbólicas que surgen en espacios sociales, apela a la comunicación como vínculo, proceso y territorio simbólico y por eso retoma autores como Carey, con el enfoque ritual y Edward T. Hall con proxémica y contexto. Además, reivindica el espacio y las emociones, rompiendo con visiones puramente técnicas.

Desde esta mirada, los espacios gastronómicos como los restaurantes del barrio San Antonio se configuran como escenarios de interacción comunicativa, donde se tejen memorias, discursos e identidades colectivas. Este enfoque permite leer la cocina como una forma de comunicación encarnada y territorial, no solo como un canal de mensajes sino como un lugar donde se produce sentido a través del cuerpo, el gusto, el espacio y la interacción social paralingüísticas, entre otras.

Rizo, es fundamental para este trabajo, porque ofrece un marco teórico desde la forma en la que analiza la comunicación como interacción simbólica entre actores que comparten y

negocian sentidos a través de la comida. Su enfoque permite estudiar los restaurantes de San Antonio como espacios de encuentro, donde se manifiestan y transforman identidades culturales en la práctica cotidiana. Permite analizar el proceso desde un lugar sensible, donde también se explora cómo se vive, qué sienten los actores y cómo desde sus sentires pueden transmitir y transformar conocimientos gastronómicos.

2. La Comida Como Sistema de Signos

El semiólogo, filósofo y crítico literario Roland Barthes, es uno de los principales referentes del estructuralismo y la teoría de los signos. Su obra influyó profundamente en los estudios culturales de la teoría de la comunicación y el análisis de los discursos cotidianos. El autor propone entender la cultura como un sistema de signos y la comunicación como un proceso de construcción de significados a través de esos signos. En su obra, analiza cómo objetivos y prácticas cotidianas, incluyendo la comida, están cargados de significados sociales y funcionales como mitos modernos, es decir, discursos que normalizan ideologías y valores culturales.

En cuanto a la gastronomía, el autor sostiene que los alimentos nutren, y además comunican y que el acto de comer está lleno de connotaciones sociales, emocionales y políticas, (1961) desde la semiología cultural, plantea que los alimentos, más allá de su valor nutritivo, son signos cargados de sentido. En su ensayo *Pour une psychologie de l'alimentation contemporaine*, Barthes analiza cómo la comida comunica estilos de vida, estructuras sociales e ideologías.

Este autor plantea que: la comida es un sistema de comunicación, un cuerpo de imágenes, un protocolo de usos, situaciones y conductas. Esta visión permite entender que un plato típico, un menú o una presentación gourmet son decisiones prácticas y también formas simbólicas de narrar una cultura.

Barthes, es clave para la investigación, porque permite abordar la alimentación desde un signo cultural que comunica valores, pertenencias e identidades. Su enfoque semiótico ayuda a entender cómo los platos, sabores y formas de preparación en los restaurantes de San Antonio, responden a recetas, y transmiten imaginarios, evocan memorias y expresan relaciones interculturales.

3. Gastronomía, Territorio e Identidad Cultural

Francesc Fusté Forné ha estudiado ampliamente la relación entre gastronomía, territorio e identidad, especialmente en contextos turísticos. Desde su perspectiva, la comida representa una tradición que se convierte en una herramienta para narrar el territorio y los fenómenos que ahí encontramos; desplazamientos, tensiones, resistencias y conflictos, donde se dirime lo simbólico, lo político, económico y por supuesto, lo cultural. En otras palabras, el territorio como cruce de intercambio cultural.

Fusté Forné explica que en los restaurantes se escenifica la cultura: allí se producen relatos que conectan al visitante con el lugar. La cocina tradicional, las fusiones, los platos reinventados y las experiencias sensoriales son parte de una narrativa gastronómica que comunica tanto lo local como lo global.

Observamos en San Antonio, la presencia de propuestas gastronómicas tradicionales junto a experiencias contemporáneas que responden a esa lógica de comunicación turística y cultural que Fusté Forné analiza. La cocina se convierte así en un espacio donde se negocian identidades, memorias y discursos.

4. Narrativas Identitarias en la Frontera Gastronómica

El barrio San Antonio puede pensarse como una frontera cultural y gastronómica, donde convergen migraciones internas, turismo, patrimonio y modernidad. En estos espacios, según Marta Rizo, la comunicación también implica disputa, conflicto, negociación y transformación.

Los discursos gastronómicos; platos, ambientes, relatos, redes sociales, funcionan como narrativas identitarias, que representan y producen identidad. Las cocinas locales dialogan con influencias externas, y en esa interacción surgen nuevas formas de ser y habitar lo caleño.

Para efectos de esta investigación, se analiza cómo las identidades gastronómicas en San Antonio se transforman a través de relatos culinarios que mezclan lo tradicional y lo foráneo, lo cotidiano y lo turístico, lo propio y lo adaptado.

Antecedentes empíricos:

1. Puerta Bustamante, C. A. (2018) Tesis de Maestría – Universidad Santo Tomás

Construcción de identidad y tradición a través de la cocina mexicana y colombiana

Tema: Cocina mexicana y colombiana, como espacio de memoria, identidad y tradición.

Se analiza cómo la cocina opera como espacio de memoria, tradición e identidad cultural. Utiliza entrevistas y análisis narrativos, como herramientas metodológicas para mostrar que la comida es también un discurso social.

Este trabajo, fortalece la idea de la cocina como dispositivo narrativo identitario, tal como lo plantean Barthes y Fusté Forné, el uso del análisis narrativo aporta un enfoque cualitativo que permite comprender cómo se construyen las identidades culturales a través del discurso

culinario. Este enfoque resulta útil a la presente monografía, porque ambos buscan explorar las narrativas individuales y colectivas, en torno a la gastronomía de un lugar.

El estudio de Puerta Bustamante evidencia que el aporte narrativo y las entrevistas, permiten comprender cómo la comida funciona como dispositivo de memoria e identidad. Su aporte metodológico, radica en rescatar relatos personales como vía para analizar el discurso social en torno a la gastronomía. Facilita el explorar cómo los actores de un lugar determinado narran y construyen sus identidades a través de las prácticas culinarias.

2. Pérez, M. A. (2021) Tesis de Maestría – Universidad Nacional de Colombia

“Sabores del desplazamiento: cocina, memoria e identidad en mujeres migrantes venezolanas en Bogotá”

Tema: cocina e identidad de mujeres migrantes venezolanas en Bogotá.

Estudia la forma en que las mujeres migrantes reconstruyen su identidad y comunidad a través de la cocina, en un nuevo territorio. La autora emplea entrevistas cualitativas y grupos focales. Estas herramientas le permiten captar las emociones, recuerdos y prácticas culinarias de cada participante.

Este trabajo, se relaciona con Rizo en cuanto al enfoque territorial y relacional de la comunicación. El aporte metodológico se centra en cómo la interacción entre mujeres migrantes a través del acto culinario, se convierte en un dispositivo para narrar el desplazamiento, la resistencia y la adaptación cultural, su enfoque, inspira esta monografía, por la forma en la que analiza cómo las funciones culturales de un territorio influyen en la identidad gastronómica.

La investigación de Pérez evidencia que los métodos cualitativos como entrevistas y grupos focales permiten captar cómo la cocina es un medio para construir identidad en contextos migratorios. Su aporte metodológico consiste en mostrar cómo las experiencias alimentarias son narradas desde la emocionalidad y el arraigo. Esto enriquece a la monografía, obteniendo herramientas para comprender cómo la interacción intercultural en un lugar determinado se manifiesta simbólicamente en los consumos y discursos gastronómicos.

Marco Conceptual: Acompañamiento (El Seco)

El 'marco conceptual' es el 'acompañamiento', ese 'seco' que complementa y define. En el barrio San Antonio, la diversidad gastronómica se manifiesta como un reflejo de la historia y el presente de Cali. Como lo hemos estudiado, lejos de ser un espacio culinario homogéneo, este sector es un crisol donde conviven las expresiones gastronómicas tradicionales, como el sabor auténtico del pandebono o el aborrajado, junto a las innovaciones de la cocina contemporánea. Esta coexistencia no es casual; es un acto de comunicación gastronómica que dialoga entre la memoria y la actualidad. A través de sus restaurantes, cafés y puestos de comida, San Antonio nos narra una historia de mestizaje cultural, de cómo los sabores locales se enriquecen con nuevas influencias y técnicas, creando identidades culinarias en constante transformación

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2010) señala que los hábitos alimenticios están influidos por fenómenos culturales, sociales y económicos que determinan la forma en la que los individuos, separan, seleccionan y preparan los alimentos.

Para hablar de alimentación es necesario abordar la cultura, las costumbres, el territorio, los intercambios. Si los hábitos alimenticios se constituyen a través de las costumbres, es evidente que tienen la influencia de la cultura y esta es indisoluble de la identidad. En este sentido, es importante antes de seguir avanzando definir estos conceptos. “La cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en ‘formas simbólicas’ todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados.” (Giménez, 2005)

En San Antonio encontramos rasgos culturales en las calles, en los visitantes, los residentes que van compartiendo sus maneras y formas con otros, y así construyen identidad, que no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores. (Giménez, 2005).

Es entonces la alimentación un rasgo cultural e identitario, no se trata solo de comer porque hay que comer, sino que comemos para conocernos, comemos y nos comunicamos, comemos y nos acercamos o no, pero definitivamente comemos y nos identificamos. Por ejemplo, nosotros en el Valle del Cauca, comemos champús con empanadas, estos alimentos son representaciones simbólicas, otros individuos posiblemente no saben dónde se consiguen o cómo se preparan. Y ahí encontramos la riqueza de la cultura.

Por lo tanto, la tradición alimentaria está ligada al patrimonio cultural, formando “parte de un sistema repleto de símbolos, significados y clasificaciones, de modo que ningún alimento está libre de las asociaciones culturales que la sociedad le atribuye.” (Braga, 2004). Esos intercambios propician con el paso del tiempo que los consumos y las prácticas se conviertan en

patrimonio cultural, en un factor de identidad, que conecta a las personas con su pasado, les da un sentido de pertenencia, y los motiva a compartirlo con otros y continuar ese intercambio.

La experiencia gastronómica transforma al visitante y al local. Por ello la comunicación intercultural puede facilitar o bloquear el contacto en el territorio, las identidades y la cultura.

San Antonio brinda el escenario perfecto de convergencia entre hábitos, tradiciones, costumbres e identidades, en el que la cocina se transforma en un espacio intercultural, y la comunicación debe superar los obstáculos que ahí se presenten, con el reconocimiento de las prácticas, los rasgos culturales y los rituales de cómo alimentarse.

Se han consultado diversos autores, con el propósito de abordar la problemática planteada en esta investigación, cuyo fin busca aportar ese elemento de valorar teórico y a su vez, práctico, frente a la cultura, la interpretación de las identidades y las posibilidades de crecimiento social, y cultural a partir de las conclusiones de este estudio.

El autor James Carey (2009), explica que la comunicación no se basa solo en la transmisión de un mensaje, sino que es el medio a través del cual se crean y se refuerzan significados culturales. En sus palabras: “La comunicación no es meramente el acto de transmitir información, sino la representación y el mantenimiento de un orden cultural compartido, un proceso simbólico, en el que la realidad se produce, se mantiene, se repara y se transforma”.

Si se aplica este valor de la comunicación a la gastronomía, se puede entender, como un plato típico es una representación cultural, política e histórica de un lugar determinado. Si se centra en el punto geográfico de esta investigación, San Antonio, entonces se realza la importancia de todo este estudio: el entendimiento sobre cómo este valor sustancial de la comunicación que es la de ser un ritual, aplicada a la gastronomía, en un ambiente donde a través de las prácticas culinarias conviven varias regiones de Colombia y del mundo, impacta en un

medio culturalmente diverso y se convierte en la forma que encuentra la armonía, para manifestarse dentro de tantas y tan diferentes expresiones históricas, políticas, culturales y sociales, agrupadas en una forma u otra de seleccionar, preparar y presentar los alimentos.

Dicho de otro modo, si la comunicación se basará en el simple hecho de comunicar información, probablemente espacios tan variados, con marcadas diferencias y distintas prácticas serían imposibles. La comunicación es una herramienta integral, que, claramente comunica, pero al mismo tiempo, genera ambientes sanos, apunta al colectivo y permite que, para este caso preciso, distintas expresiones de la cultura de lugares muy diferentes coexistan.

En el contexto de San Antonio, es perfectamente aplicable la teoría de Carey. Se trata de un espacio geográfico en el que conviven diferentes culturas, expresadas principalmente en preparaciones culinarias. Cada alimento, la razón por la que se elige, la forma de prepararlo y presentarlo está cargado de la identidad gastronómica de cada región. Tanto en Colombia, como en otros lugares en el mundo, la identidad en distintos aspectos sociales está marcada por hechos históricos y económicos, que hacen posibles unos u otros productos en mayor medida, por las condiciones geográficas y por el estilo de vida que culturalmente se lleva en cada lugar. Las expresiones gastronómicas que conviven en San Antonio son el resultado de cientos de años de historia, de las limitaciones geográficas, de las costumbres, las creencias y la estructura interna de la cocina de cada parte del mundo, que se encuentra allí.

Es así como en este espacio la comida se convierte en un lenguaje ritual, gracias a la coexistencia de múltiples culturas que propicia un diálogo colectivo alrededor de los alimentos. En otras palabras, genera comunicación gastronómica. Lo que ocurre con los espacios de diálogo, es que necesariamente se convierten en lugares seguros para la experimentación, donde la tradición y la fusión pueden interactuar dentro de los límites de lo posible, sin transgredir

completamente la identidad. Entender el ritual de la comunicación como un espacio híbrido, donde se conserva la tradición, se protege y a su vez se le da apertura a nuevas fusiones y a preparaciones que son el resultado de una mezcla cultural.

Podemos comprender entonces la transformación de identidades gastronómicas en contextos de fronteras culturales, como el resultado de la comunicación ritual, en el que la comida es un símbolo de alianza entre diferentes tradiciones, y que concentra a cada persona con su cultura gastronómica, pues solo se puede hablar con autoridad de las cosas que se conocen. La comunicación ritual propone la transformación de la identidad, pero al mismo tiempo la protege, porque hace que las personas se interesen por conocer los aspectos de su propia cultura para poder expresarla, compartirla y fusionarla con otras formas culinarias.

“La interculturalidad como proceso y actitud, más que como situación concreta, implica considerar elementos como el respeto, la tolerancia, el diálogo y el enriquecimiento mutuo, entre otros. De ahí que la interculturalidad no pueda existir si no es en el marco del respeto cultural; solo puede darse a partir del reconocimiento del otro y a partir de un diálogo de saberes y haceres que tiendan hacia la armonización” (Pech Salvador et al. 2008).

En el texto, las autoras describen un elemento central en la configuración de las culturas, y las relaciones interculturales, y es el valor. Conformado por una serie de principios compartidos, que orientan el comportamiento de un grupo de individuos. Estos principios ayudan a definir dentro de una comunidad en la que interactúan diferentes culturas, los límites del respeto, el concepto de bueno, aceptable y dan forma a lo que se espera, suceda a nivel relacional, en un espacio determinado. Estos principios tienen un impacto directo en la comunicación intercultural, ya que, lo que puede ser prioridad para una cultura, fácilmente podría no serlo para otra, a esto se le conoce como relatividad cultural y se supera, a través de los

valores, en la forma en la que los propone el texto, utilizándolos como herramientas de construcción colectiva. Básicamente consiste en encontrar puntos de convergencia entre las diferentes culturas y sus principios, buscar un objetivo común, para la sana convivencia intercultural, en un espacio determinado, a través de un acuerdo entre las diferentes concepciones de bueno, aceptable y respetuoso, lo que las autoras describen como el valor.

En un espacio donde las fronteras culturales están en constantes negociaciones como lo es San Antonio, es indispensable reconocer que los valores están estrechamente relacionados con las creencias y el peso histórico aspectos que varían en cada comunidad, sin embargo, es también un claro ejemplo que, este vínculo, lejos de ser limitante, argumenta que es posible que formas culturales diversas, diferentes o incluso contrarias, convivan en un entorno pacífico y común. Pocas veces en la historia las diferencias han resultado en espacios de crecimiento cultural y económico, sin embargo, San Antonio, evidencia que es precisamente esa diversidad lo que le ha permitido ganar su lugar de prestigio entre los destinos turísticos de Cali.

Para Rizo (2013), la definición de frontera va más allá del concepto de limitación geográfica, entendiéndose más como una metodología simbólica que permite definir lo ajeno y lo propio, lo que podría traducir como separamos el nosotros, de los otros. Su concepto es el de frontera simbólica, donde se explica la frontera como el punto que distingue las identidades. Lo que quiere decir que estas fronteras son inherentes a la comunicación y, en lugar de representar un obstáculo, representan el reconocimiento, el respeto y la distinción por cada identidad, permitiendo a su vez que estas interactúen, se fusionen y aprendan unas de las otras. Reconocer lo individual, lo propio y lo característico, es fundamental para poder construir en colectivo.

Como resultado del entendimiento del concepto de frontera, de forma simbólica, se establecen los frentes culturales que hablan de los universos de distintos sentidos que se

producen en espacios de interculturalidad, como lo es San Antonio. De cómo aparecen las tensiones, el nivel que estas alcanzan y la posibilidad de resolverlas, partiendo siempre de eso que dice que, aunque aparezcan resistencias, es posible mediarlas, mientras se conservan las identidades y se construye lo colectivo.

En conclusión, la autora plantea la frontera, como un espacio de negociación intercultural, antes del límite de la frontera, cada identidad, para el caso preciso de este trabajo, cada identidad cultural de San Antonio conserva sus valores, sus costumbres y las pone en práctica, en el límite de la frontera, entra a mediar con otras identidades, cómo será parte del colectivo, la mejor forma de integrarse, los aportes valiosos que puede lograr y lo que puede aprender de otros.

Con Carey y Rizo hemos visto el carácter simbólico de entender la comunicación como un ritual, cargado de significados. Y como esta, crea los ambientes perfectos para que la coexistencia entre variables muy diferentes sea posible, incluso en los sitios donde existen marcadas fronteras culturales y gastronómicas. Desde la mirada de los autores y contextualizando la idea al sitio geográfico de esta propuesta, San Antonio puede definirse como un espacio de diálogo de saberes y haceres gastronómicos, donde existen fronteras culturales que mantienen cada una sus costumbres, mientras valoran la diversidad y la posibilidad de nuevas fusiones. Lo que permite crear un espacio de interculturalidad gastronómica o, dicho de otra forma, lo que permite a distintas expresiones gastronómicas ser marcadas entre sí por la cultura propia de cada una. Mostrar su identidad, interactuar con otras y compartir saberes y gustos, todo esto en un ambiente de armonía y respeto.

También se explora la problemática de sabores y saberes a través de la mirada del autor español Francesc Fusté-Forné, en este trabajo observamos, un entrelazamiento del pasado, el

presente y el futuro, la diversidad, la fusión y los puntos de convergencia, en torno a la identidad gastronómica de una región determinada, en este caso del barrio San Antonio.

Para Fusté Forné, que realiza su investigación desde una mirada crítica, sin embargo, termina proponiendo alternativas de solución; la gastronomía, lejos de estar opacada por la globalización y la modernización, se convierte en el principal vehículo de la identidad cultural, propone la innovación culinaria y la preservación del patrimonio gastronómico y las tradiciones en igual medida de importancia, para este efecto de conservación. Subrayando lo importante de procurar los valores culturales en torno a la alimentación de una región determinada. Además, recalca el interés de definir límites sanos y claros en el turismo gastronómico, que, utilizado de forma adecuada, genera un fortalecimiento de la identidad gastronómica local, y a su vez centrarse en las prácticas sostenibles que pueden desarrollar una sociedad, la generación de empleo y el crecimiento económico en consecuencia.

En palabras del autor, esta investigación también entiende la gastronomía, mucho más allá del acto de alimentarse, porque reconoce que esta, es la expresión profunda de la cultura de un territorio, de las formas primarias en las que interactuaron con el mismo y su medio ambiente para conseguir alimentos y definir sus formas de preparación, en las que mostraron cómo desarrollaron un importante y determinante concepto para el avance humano, la adaptabilidad evolutiva. Recordemos que, si en términos de evolución corporal tenemos ancestros comunes, desde la mirada del autor, también tenemos prácticas ancestrales comunes sobre la forma en la que se preparan y se consumen los alimentos, su elección, su recolección y sus distinciones.

Es por esto que Fusté Forné, expresa la gastronomía como un símbolo de identidad cultural, sí, pero también como un símbolo de identidad histórica, íntimamente relacionada con nuestra capacidad evolutiva. El principal argumento dentro de todo el análisis del autor, sobre

esta profundidad evolutiva reside en qué, lo que conocemos como identidad gastronómica, formada por esas preparaciones con ingredientes distintivos, con particulares formas de preparación y con selecciones de sabores regionales, es el resultado de cómo nuestros antepasados y a la vez sus antepasados, interactuaron con el territorio, el medio ambiente y su entorno inmediato, es decir, como se fueron adaptando de forma evolutiva, para construir sus procesos alimenticios. Propone la gastronomía tradicional de un lugar, como las posibilidades de interpretar la relación temprana que los antepasados tuvieron con la naturaleza puntual, de su región.

El autor valora y analiza importantes puntos, como la pérdida de estas identidades evolutivas a nivel gastronómico o lo que también se conoce como identidad gastronómica, gracias a la globalización y a la tendencia humana a homogeneizar las prácticas para buscar el control sobre ellas. De cómo algunas formas de hacer las cosas, en este caso de preparar los alimentos o los ingredientes que son seleccionados, se imponen sobre otras, casi extinguiendo su identidad, y de la importante necesidad de entender la gastronomía como el vehículo de preservación de las tradiciones.

Fusté Forné plantea sus preocupaciones y las debilidades que ha traído para la fuerza del concepto de identidad gastronómica, un mundo tan global, con influencias tan autoritarias de unos sobre otros, sin embargo e inmediatamente propone que la solución al problema se encuentra precisamente en el mismo concepto, la gastronomía puede utilizarse para borrar saberes tradicionales si demanda un carácter impositivo, pero también y si es voluntad, se convierte en el principal vehículo de conservación histórica, cultural y de las tradiciones de una región.

El semiólogo y crítico francés Roland Barthes habla en su obra: *Mitologías* (1957), sobre cómo los objetos cotidianos adquieren símbolos más allá de su función. Así en el capítulo “El vino y la leche”, el autor describe cómo en Francia el vino es mucho más que una simple bebida, sino un símbolo de cultura y de identidad histórica. Con este ejemplo empieza a hablar sobre cómo los alimentos se convierten en vehículo de valores identitarios de la cultura y la historia de los pueblos, o comparado con el presente trabajo, de los barrios. Incluso la relación entre la obra del autor y lo que ocurre en San Antonio, se describe en su obra de tres diferentes formas:

La Gastronomía Como Lenguaje Cultural

Considera que las preparaciones son textos culturales, encierran la historia, la tradición y la elección de alimentos de una cultura, que el comensal puede interiorizar a través de las experiencias del consumo del plato. Pero el lenguaje sirve a su vez para comunicar todos los mensajes posibles. Un ejemplo, sería un restaurante cuyo dueño sea colombiano y cocine con productos locales, pero vivió muchos años en Asia y decide cocinar integrando técnicas y sabores de este continente. Entonces sí, la comida sigue siendo un lenguaje, pero en este caso, el mensaje es sobre la fusión, la inclusión, el respeto y la creatividad para integrar nuevos sabores.

Transformación de Identidades

El autor dice que los significados culturales no son estáticos, y el intercambio y la fusión, son los que los lleva a evolucionar. Esto se ejemplifica en San Antonio, donde se encuentran ofertas gastronómicas variadas, incluso con técnicas o platos de otros lugares del mundo, y también platos desarrollados con creatividad, cocina local reinventada y comida fusión.

Comunicación Gastronómica

El autor reconoce que los platos que se consumen y se presentan, tienen una narrativa, incluso tienen carga histórica. Podría decirse que el ritual de alimentarse, especialmente cuando se hace producto de fusiones, creatividad, buscando el crecimiento local de la economía, recuperando tradiciones, técnicas, conocimientos, incorporando sabores nuevos a los platos típicos, reinventado y mezclando diferentes culturas, se convierte en un lenguaje cargado de significados, que las personas aprenden, y también consumen.

Barthes, se centra en esos significados culturales de la alimentación, pero no lo plantea como la dinámica sobre el consumo de los alimentos, sino que va un poco más allá, explicando que, para él, los alimentos no son simplemente el objetivo de consumo, sino el vehículo a través del cual se expresa un lenguaje cargado de valores, tradiciones e historia de esa preparación y que terminan siendo en realidad la muestra de su cultura. Y que, si en un espacio conviven diferentes preparaciones o muestras culturales, este espacio se vuelve multicultural, y acoge a su vez, un espacio individual para que cada platillo muestre su identidad. A este conjunto de procesos el autor le llama comunicación gastronómica, que, como veremos, está dentro de la comunicación intercultural.

La comunicación intercultural se refiere a los procesos de interacción y entendimiento entre personas de diferentes culturas. Según Pech Salvador et al. (2008), este tipo de comunicación implica el intercambio de información y la negociación de significados, valores y percepciones. En este contexto, uno de los mayores desafíos que enfrenta la comunicación intercultural es la resistencia generada por juicios preconcebidos y bloqueos mentales.

En San Antonio, la comida es mucho más que la forma de preparar, presentar y consumir un alimento se trata del mayor mediador y es una herramienta efectiva de la comunicación

intercultural. La gastronomía es el punto de convergencia entre las diferentes culturas, que quieren resaltar a través de un punto común, aquellos rasgos culinarios que los caracterizan. Dicho de otra forma, la comunicación gastronómica se convierte en la principal herramienta de la comunicación intercultural en el barrio San Antonio. La comida, como lenguaje universal, y los significados que cada cultura le otorga, son el vínculo que une a la gastronomía con la interculturalidad.

La interacción simbólica que se produce en torno a la comida, en San Antonio, ayuda a superar barreras y sesgos culturales. Pues se permiten los espacios para que cada actor social narre, a través de la comida, su historia, su cultura, sus creencias, su herencia y se permita reconocer otras. Al punto de ser tan efectivo el ritual gastronómico como herramienta que ofrece la comunicación intercultural, que distintas culturas terminan fusionando sus saberes, sabores y prácticas para crear gastronomía que aumenta mucho más el valor cultural, histórico y por supuesto alimentario del emblemático barrio caleño.

En efecto San Antonio es una zona en la que conviven diferentes culturas, tradiciones e historias, es decir, es un espacio urbano marcado por fronteras culturales. Estas fronteras lejos de representar algún obstáculo solo significan el respeto por la identidad cultural de cada uno de los restaurantes que allí se encuentran. Es preciso aclarar esto, para re entender el término frontera, no como un espacio de separación que obstaculiza, sino como un espacio de respeto por la identidad del otro, como se ha mencionado anteriormente. Es decir, en San Antonio cada identidad cultural cuenta con un espacio sano para desarrollarse. Al convivir dentro de estas fronteras culturales, tan diversas formas gastronómicas de expresión cultural, nos encontramos con la comunicación intercultural, que es la herramienta dada primero por el respeto a la identidad y el espacio de desarrollo de cada uno, y de cómo, esta dinámica ha permitido el

diálogo entre las diferentes culturas para establecer un acuerdo de sana convivencia, lo que ha terminado potenciando la comunicación gastronómica. Pues cada lugar puede a través de sus prácticas culinarias promover y comunicar su cultura, mientras que, va construyendo un espacio de interacción sana, ha podido aprender del vecino, fusionar saberes y tradiciones, interiorizar conocimientos y ofrecer cada vez más una experiencia gastronómica urbana, marcada por la fusión, la tradición, la creatividad y fundamentada en un ambiente de respeto basado en la comunicación en todos los niveles, que eleva la gastronomía a un ritual verdadero integrado por valores que van mucho más allá del acto del consumo.

Desde estas posturas, en el desarrollo de este proyecto, se aborda la gastronomía del barrio San Antonio, como un punto de convergencia entre diferentes formas de expresar la cultura a través de los alimentos y todo lo que esto conlleva. Se entiende el espacio como lugar físico de integración de diversidad de identidades gastronómicas que buscan ofrecer un entorno de variabilidad y riqueza, un para todos los gustos, y es precisamente esta, la perspectiva de solución que proponen los autores, un punto de convergencia entre la conservación del patrimonio identitario a nivel gastronómico y la apertura en armonía, hacia fusiones de sabores y preparaciones, en un espacio donde puedan coexistir diferentes expresiones culinarias, que son el resultado de cómo diferentes culturas, re interpretan la interacción de sus antepasados con el entorno.

Se empieza a entender lo importante de reconocer la gastronomía, como un conjunto mucho más amplio, mucho más trascendente y con una fuerte carga histórica, y casi a predecir la importancia que tiene todo el trabajo académico a su alrededor para aportar valor social y posibilidades de crecimiento económico en regiones determinadas y en diferentes áreas sociales. Y surgen de este análisis, interrogantes de gran relevancia tales como ¿Existe una fórmula

generalizada que puedan aplicar los territorios para encontrar el equilibrio perfecto entre la conservación de lo tradicional, y la integración de nuevos sabores? ¿Existe la posibilidad de un equilibrio entre las diferentes expresiones de identidad gastronómica en un mismo espacio físico? ¿Qué peso tienen los intercambios de frontera en la expresión y formación de la identidad gastronómica, y cómo esta define la gastronomía regional? ¿Por qué las personas sienten la necesidad de migrar su identidad gastronómica a espacios con cultura diferente a la suya?

Metodología: La Preparación

La 'preparación' de esta investigación es el proceso metodológico que nos permitirá llegar al 'plato fuerte' del análisis. Aquí se detalla la receta de nuestro trabajo.

Se aborda desde un enfoque mixto, que combina elementos cualitativos y cuantitativos. Esta elección metodológica es fundamental para lograr una comprensión integral del fenómeno de la comunicación gastronómica y su impacto en la transformación de identidades en contextos de fronteras culturales en el barrio San Antonio. El componente cualitativo, de naturaleza descriptivo-interpretativa, permite explorar y comprender las experiencias, percepciones, emociones y saberes de los actores involucrados. Por su parte, el componente cuantitativo complementa este análisis al proporcionar datos estructurados que permiten identificar tendencias y establecer relaciones entre variables clave.

El tipo de investigación es exploratoria, se busca analizar un fenómeno poco estudiado a profundidad en el ámbito local. Entendiendo que este es un tema que se aborda desde una perspectiva de novedad, como lo es comprender la interacción entre gastronomía, identidad y comunicación, dentro de la diversidad gastronómica que ofrece San Antonio.

Población y Muestra

La población objeto de estudio está conformada por los turistas y caleños visitantes del barrio San Antonio que interactúan con su oferta gastronómica, así como por los actores que forman parte directa de esta oferta (chefs y personal de cocina).

La muestra se compuso de dos grupos seleccionados para obtener una visión completa del fenómeno:

- Grupo 1 (Cuantitativo): Ochenta y un (81) personas encuestadas. La selección se realizó a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, distribuido mediante un formulario en línea. Se incluyeron personas que cumplieran con el requisito de tener un conocimiento experiencial previo del barrio San Antonio, su gastronomía y sus escenarios de diversidad cultural.
- Grupo 2 (Cualitativo): Diez (10) personas entrevistadas. La selección se llevó a cabo mediante un muestreo intencional o por conveniencia, buscando la diversidad de cocinas, culturas y tradiciones representadas en el sector. Este grupo incluyó a chefs y asistentes de cocina que actualmente trabajan o han trabajado en el barrio, ofreciendo perspectivas desde el interior del fenómeno.

Procedimiento Metodológico

El proceso de investigación se desarrolló en las siguientes fases:

Fase 0: **Pesquisa documental**. Esta etapa se centró en la búsqueda de los ingredientes necesarios para la preparación de esta monografía, es decir la base documental que soporta la investigación. Se abordó la comunicación como proceso base; la interculturalidad desde la

noción crítica de fronteras simbólicas; y la gastronomía como lenguaje en el marco de la comunicación gastronómica. También se incorporaron los conceptos de identidad y cultura, fundamentales para el reconocimiento y la transformación social.

Esta rigurosa base conceptual incluyó la indagación de 23 textos especializados: 21 de orden teórico y 2 de orden empírico (tesis de maestría, que ofrecieron un contexto de aplicación sobre la relación entre cocina, identidad y migración). Todo este proceso constituyó la receta analítica que permitió una aproximación con precisión al trabajo de campo en el barrio San Antonio.

Fase 1: Recolección cuantitativa. Se aplicó la encuesta en línea a una muestra de 81 personas para obtener un panorama general del fenómeno.

Fase 2: Recolección cualitativa. Paralelamente, se llevaron a cabo las entrevistas semiestructuradas con los chefs y personal de cocina. También se realizó la observación participante en los establecimientos gastronómicos, complementando las narrativas con el registro de las interacciones y dinámicas observadas en el entorno.

Fase 3: Análisis de datos. Los datos cuantitativos de la encuesta fueron procesados a través de un análisis descriptivo de datos en una matriz de Excel. Para el componente cualitativo se realizó un análisis temático en otra matriz de Excel, con las respuestas de la entrevista, donde se categorizaron las narrativas para identificar patrones y temas recurrentes.

Fase 4: Interpretación de resultados. Finalmente, los hallazgos de ambos componentes fueron interpretados a la luz del marco teórico y los objetivos de investigación para construir las conclusiones del estudio.

Técnicas de Recolección de Datos: La Cocción

La 'cocción' es el proceso de enriquecimiento de los ingredientes. En este apartado se exponen las técnicas de recolección de datos que utilizamos, como las entrevistas en profundidad, las encuestas y la observación participante. Cada técnica es como un método de cocción diferente (hervir, freír, hornear) que permite extraer los sabores y las esencias de la información, de las historias de los caleños, turistas y visitantes en San Antonio.

Encuestas

Se utilizó un cuestionario digital, diseñado en Google Forms, para recopilar información cuantitativa. Este instrumento permitió obtener datos sobre las percepciones generales de los 81 participantes frente a la gastronomía local y los cambios identitarios en San Antonio, sirviendo como una base para el análisis exploratorio. Las preguntas se enfocaron en hábitos de consumo y percepciones sobre la identidad y las transformaciones culturales relacionadas con la alimentación.

Formato de la encuesta:

- Título: Sabores de San Antonio, Identidad y Comunicación.
- Fecha: Marzo 2025
- Objetivo: Recopilar información sobre la percepción de la gastronomía del barrio

San Antonio en la ciudad de Cali, y su relación con la identidad gastronómica y la interculturalidad.

- Público Objetivo: habitantes y visitantes de Cali, mayores de edad, nacionales y extranjeros.

- Número de encuestados: 81
- Medio de aplicación: Google forms
- El formulario digital incluyó preguntas de opción múltiple y de respuesta abierta, diseñadas para explorar la percepción de la comunicación gastronómica en San Antonio. Las preguntas se organizaron en las siguientes categorías: datos demográficos (edad, nacionalidad y residencia), percepciones sobre el barrio San Antonio y la identidad gastronómica, la influencia de la globalización en las tradiciones culinarias, hábitos de consumo y, finalmente, las experiencias personales sobre prejuicios y barreras culturales en torno a la comida ([Ver anexo para el cuestionario completo](#))

Entrevistas Semiestructuradas

Esta técnica fue crucial para el componente cualitativo. Se utilizó un cuestionario como instrumento, lo que permitió explorar en detalle las experiencias, narrativas, interpretaciones y saberes de los chefs y trabajadores entrevistados, facilitó la comprensión de los significados asociados a la comida y la identidad en el contexto del barrio. Las argumentaciones que presentan los informantes, dan cuenta de las percepciones, las señales de satisfacción, los cambios en lo que puede ser la oferta en el gusto de los comensales, lo cual apunta a identificar o a precisar indicadores de orden cualitativo.

Formato de entrevista semiestructurada:

- Título: Sabores de San Antonio, Identidad y Comunicación.
- Fecha: Marzo 2025

- Objetivo: Profundizar en las experiencias, percepciones y narrativas de los chefs y personal de cocina sobre los procesos de interacción cultural y la transformación de identidades a través de sus prácticas gastronómicas en el barrio San Antonio.
- Público Objetivo: Chefs y personal de cocina, empleados mayores de edad, nacionales y extranjeros, dado que son los conocedores de las formas tradicionales y nuevas para preparar las comidas.
- Número de entrevistados: 10
- Medio de aplicación: Google Forms, videollamadas, presencialidad ([Ver Anexo para el cuestionario completo](#)).
- Para asegurar la consistencia en la información, el cuestionario abordó los siguientes ejes temáticos: las dinámicas de intercambio y fusión cultural en la cocina, la influencia de la gastronomía caleña en otras preparaciones del sector, y las prácticas de asimilación y apropiación de los alimentos. Además, se profundizó en las relaciones sociales y laborales dentro del espacio de la cocina, así como en la preservación y transformación de las tradiciones culinarias en el contexto de la diversidad cultural del barrio.

Observación Participante

La investigadora se sumergió en el entorno de estudio, participando en diversas experiencias gastronómicas y observando las interacciones entre los actores y el espacio. La información se registró en un diario de campo, donde se documentaron detalles sobre el ambiente, los rituales culinarios, la comunicación entre comensales y el personal, y las expresiones identitarias y culturales a través de la gastronomía. También comunica su experiencia, da su

opinión sobre la interacción de factores culturales externos y hace parte del ambiente del objeto de estudio.

Marco de Resultados: La Degustación del Sabor:

Tras la 'cocción' de la información, llegamos al momento de 'la degustación del sabor'. Este capítulo presenta los resultados y hallazgos de la investigación. Este espacio es una invitación a reflexionar sobre las texturas y matices que la comunicación gastronómica aporta a la construcción de la identidad y la cultura. Para una comprensión clara, los resultados se han estructurado en secciones según el instrumento de recolección de datos: en primer lugar, se exponen los de la encuesta, seguidos de los de las entrevistas semiestructuradas y, finalmente, los de la observación participante.

Resultados de la Encuesta

Se encuestaron 81 personas que conocen el barrio San Antonio, las preguntas abordaban aspectos como la percepción del barrio como un espacio multicultural, la variedad gastronómica presente, la influencia de otras culturas en la comida local, y la forma en la que estas experiencias afectan su identidad o su forma de percibir la comida caleña.

- Respecto a la identidad gastronómica del barrio, el 91,4% de los encuestados está de acuerdo en que San Antonio es un destino para el turismo gastronómico. Se aprecia en el siguiente gráfico.

8. ¿Cree que San Antonio es un destino para el turismo gastronómico?

81 respuestas

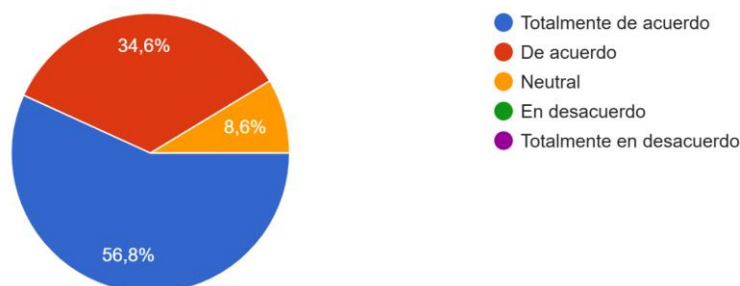


Gráfico 1 Turismo Gastronómico

- el 64.2% creen que las personas visitan San Antonio para probar gastronomía típicamente caleña, el 24.7% se mantiene neutral, y el 11,1% está en desacuerdo. Se aprecia en el siguiente gráfico.

9. ¿Cree que las personas visitan San Antonio para probar la gastronomía típicamente caleña?

81 respuestas

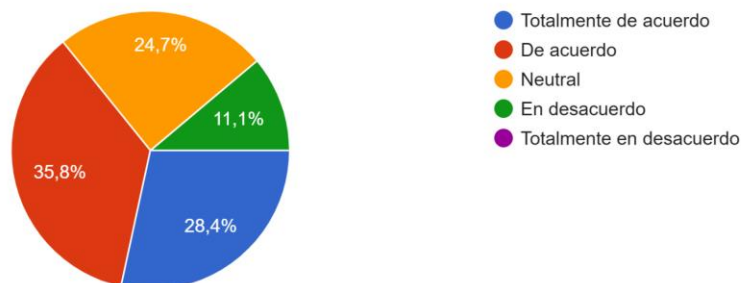


Gráfico 2 Gastronomía Típicamente Caleña

- Un 62.8% prefiere comida local en las reuniones familiares y ocasiones especiales, el 33.4% prefiere comida extranjera en momentos puntuales como salidas con amigos

o según el antojo de probar algo nuevo. El 3.8% restante se mantiene indiferente y elige según conveniencia.

- 41 personas mencionan la empanada y la fritanga típica caleña, como el plato que mejor los representa. Mientras que los 40 restantes optan por el sancocho, el pandebono, el cholao, la chuleta, los frijoles, el champús o la lulada.

- El 40.7% cree que la llegada de las cadenas multinacionales como McDonald 's, Burger King, KFC, entre otras, no restan a la oferta de comidas tradicionales. El 38.3% cree que sí, y un 21% se muestra indeciso. Se aprecia en el siguiente gráfico.

11. ¿La llegada de las cadenas multinacionales resta a la oferta de nuestras comidas tradicionales?
Ej McDonald's, Burger King, KFC, (entre otras)
81 respuestas

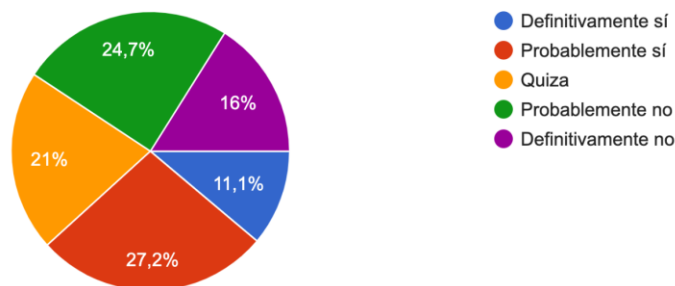


Gráfico 3 Llegada de Multinacionales

- Cuando se preguntó ¿Cree que habría riesgo que en esas cadenas se concentre a futuro la elección de los comensales? 37 encuestados respondieron que no, 24 sí y 20 quizás. Se aprecia en el siguiente gráfico.

12. ¿Cree que habría riesgo que en esas cadenas se concentre a futuro la elección de los comensales?

81 respuestas

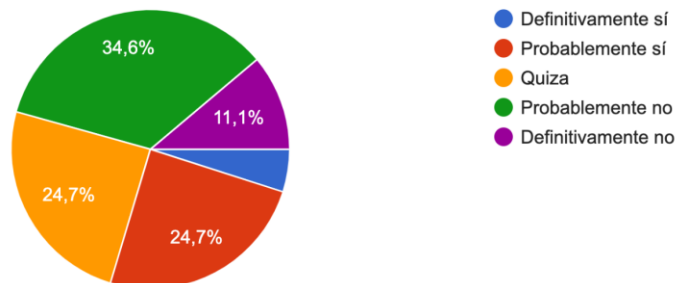


Gráfico 4 Elección de Comensales

- 42 personas han tenido prejuicios alimentarios por razones de higiene, los demás encuestados mencionaron bloqueo por algún tipo de ingredientes, temas culturales y por cuestiones de salud.
- El 27.2% de los encuestados mencionó que superó un prejuicio probando comida oriental. El 21% lo hizo con comidas de otras regiones de Colombia. El 18,5% señaló la comida callejera. En menor medida aparece la comida fusión (7,4%), la italiana (3,7%), la argentina (1,2%), e incluso preparaciones poco convencionales como helado de vainilla con tocineta.
- Un grupo minoritario (1,2%) afirmó no haber tenido prejuicios frente a nuevas experiencias gastronómicas.
- En cuanto a transformaciones en gustos y saberes. El 36% de los encuestados afirmó que probar comidas de otros lugares transforma sus gustos (preferencias por nuevos sabores, texturas o formas de preparación).

- El 22% señaló cambios en sus saberes culinarios (aprendizaje de recetas, técnicas, ingredientes). Otro grupo (20%) destacó la transformación en las formas de presentación, mostrando apertura a estéticas culinarias externas.

Hallazgos

Los datos obtenidos a partir de la encuesta, permiten identificar patrones significativos en la percepción de los encuestados sobre la gastronomía del barrio San Antonio.

Residencia y vínculo con el barrio: El 92.6% de los encuestados vive en Cali o en zonas cercanas, lo que indica que la mayoría de las percepciones provienen de personas con una relación directa con el barrio. Esto sugiere que la identidad gastronómica que describen está construida desde la experiencia cotidiana y no solo desde la perspectiva del turista.

San Antonio como destino gastronómico: un 91,4% lo reconoce como destino para el turismo gastronómico. Esto refuerza su posicionamiento como espacio cultural e histórico, y como un punto clave para la oferta culinaria de la ciudad. Estos resultados muestran que la gastronomía en San Antonio funciona como un puente simbólico, permitiendo que las personas revisen y resignifiquen sus creencias sobre lo propio y lo ajeno. El simple hecho de probar un plato nuevo se convierte en un acto comunicativo que abre la puerta al diálogo cultural.

El consumo gastronómico en San Antonio amplía el repertorio alimenticio, y transforma la manera en que las personas se relacionan con la comida, convirtiendo lo extranjero en parte de la identidad cotidiana.

En cuanto a la percepción sobre cadenas multinacionales como McDonald's, Burger King, KFC, entre otras, un 38.3 % considera que estas cadenas restan valor a la oferta

gastronómica tradicional, al desplazar el consumo de comidas locales. Sin embargo, un 45.7% reconoció que la presencia de estas cadenas no necesariamente elimina la tradición, sino que convive con ella, generando un campo de tensiones identitarias. Esto refleja una posible preocupación por la pérdida de protagonismo de las recetas y negocios locales frente a formatos estandarizados y globalizados.

Este dato refleja cómo las identidades alimentarias se debaten entre la globalización homogeneizante y la resistencia local por preservar la memoria culinaria caleña.

Respecto a referencias entre lo local y lo extranjero, se evidencia que la comida funciona como marcador de identidad contextual: en momentos íntimos y comunitarios se privilegia lo local como afirmación de pertenencia, mientras lo extranjero se reserva para experiencias de exploración y apertura cultural.

Resultados de la entrevista semiestructurada

Se entrevistaron 4 chefs, 4 asistentes de cocina, 1 chef retirada y 1 chef independiente, residentes en Cali, involucrados con la actividad gastronómica de San Antonio.

Criterios de Observación del Resultado

La interpretación como criterio muestra cómo los entrevistados atribuyen significados en su calidad de chefs y personal de cocina que como caleños por nacimiento o adopción, reconocen los símbolos, narrativas y las memorias locales que les son propias. De aquí emerge lo que en comunicación denominamos producción de sentido y es donde se pueden ver los cambios de percepción del poder (sobre todo cuando reconocen que son o no influenciados). Sí la comunicación gastronómica es una narración cultural, debe permitir la resignificación de las

prácticas y la reconfiguración de los sentidos, como el uso de ingredientes, por ejemplo, o lo complementario que es el servicio, la estética y demás elementos que se han abordado desde T. Hall, y es lo que llevaría al sentido colectivo, es decir, cultural.

La transformación da cuenta de las adaptaciones en las prácticas culturales, los saberes y significados que surgen en la interacción intercultural. Está claro que en San Antonio hay convergencia de culturas y cocinas nacionales e internacionales, lo que lleva a la configuración de nuevas identidades y la transformación de prácticas culinarias tradicionales. La interculturalidad como proceso comunicativo transforma el mundo simbólico y por ende creencias y prácticas donde la gastronomía no es la excepción y es enclave para observar estas transformaciones.

Finalmente, la interacción social observa o permite observar el tejido y sus vínculos, la participación y toda práctica social. Allí se establece la identidad colectiva y es donde se hace posible el diálogo intercultural. La comunicación como ritual, posibilita la cohesión social y esto podría o no, generar nuevas aperturas a otras culturas dependiendo, quizás, de la experiencia lograda. El siguiente cuadro presenta la matriz de resultados, donde los indicadores cualitativos recogen el impacto y las transformaciones observadas. Estos indicadores, alimentados por los verbatims (citas textuales) obtenidos de las entrevistas, son esenciales para comprender el fenómeno de la comunicación gastronómica y su efecto en la identidad del barrio San Antonio.

Criterio	Indicadores	Verbatim	Teórico-Conceptual
Interpretación: El aborrajado, las empanadas y el pandebono son comida típica caleña, se asocia a Cali con la forma tradicional de preparar estos alimentos, se usan técnicas de empanizado, relleno y frituras tradicionales de la región y hacen parte del día a día de los caleños desde su infancia.	Producción de sentido: Encontrarse con lo propio.	“El aborrajado no es solo comida, es un recuerdo de infancia... de la abuela cocinando para todos en casa.”	Este hallazgo se vincula a la memoria cultural de Gilberto Giménez. La comida tradicional no es solo alimento, sino un vehículo que conecta a los individuos con su pasado y su familia. El aborrajado, por ejemplo, actúa como un signo de identidad que, al ser consumido en San Antonio, se convierte en un ritual que reafirma la pertenencia y el arraigo cultural.
	Percepciones de poder: Enseñar a dejar prejuicios. Fomentar la curiosidad	“Cuando un gringo me pide empanadas con ají, y champús siento orgullo de mi tierra.”	
Transformación: San Antonio es considerada una comunidad gastronómica, por la mezcla cultural y la influencia de cocinas de distintas regiones de Colombia y el mundo, en fusión con platos típicos caleños.	Transformación de prácticas culturales: La cocina como escenario de hibridación de prácticas.	“Puede ser el mismo ingrediente, pero en la preparación se transforma.”	Es posible evidenciar las culturas híbridas de García Canclini, en las cocinas de San Antonio que operan en la transformación del ingrediente en la preparación no es una pérdida de autenticidad, sino un proceso de hibridación que genera nuevas subjetividades culinarias. Esto demuestra que las identidades no son estáticas, sino que se reconfiguran a través de los intercambios culturales.
	Reconfiguración de identidades: Con lo propio se asume lo ajeno. Adopción o apropiación	“Aquí uno ve restaurantes de diferentes tipos de comida, del Pacífico, Argentina, cafés, pizzerías, fritanga, fusión. Todo convive, todo se mezcla.”	
	Cambios en la percepción del poder: Preservación de las tradiciones, legado familiar y legitimidad al sabor local.	“Ya no solo hablamos de salsa como identidad, también la comida nos representa”	
Interacción: La variada oferta gastronómica, desde la tradicional fritanga, pasando por platos de las regiones costeras del país y encontrando también preparaciones propias de Alemania, Argentina o Italia.	Negociaciones: Uso de técnicas de cocción e ingredientes locales en platos foráneos. Transferencias de saberes y sabores.	“Soy de Tumaco, Nariño, pero aquí en Cali mezclé mi cocina con la de acá; y cocino con toques de mi región.”	La interacción gastronómica en el barrio va más allá de un acto comercial, es una negociación de identidades. Tomando a Rizo y el concepto de frontera, observamos como la fusión de la cocina de Tumaco y la caleña demuestra que la comida es un vehículo para cruzar las fronteras culturales, creando un nuevo espacio de interculturalidad que se manifiesta en el menú de un restaurante.

Tabla 1. Nota: Elaboración propia. (Viera, Diana, 2025)

Hallazgos

Las respuestas suministradas por los chefs y personal de cocina, evidencia que: la diversidad gastronómica en San Antonio no es simplemente la coexistencia de múltiples cocinas, sino un proceso de hibridación activa y recíproca. Los resultados revelan que la cocina tradicional caleña, lejos de permanecer inmutable, actúa como una influencia dominante (“Sus ingredientes autóctonos, la tradición transmitida. Su arraigo en la vida cotidiana.”) aportando sus técnicas y el sabor dulce característico a las preparaciones de otras culturas. De la misma forma, esta dinámica de intercambio contribuye a que el barrio sea percibido como una comunidad gastronómica, un hallazgo clave que demuestra que la diversidad cultural es un factor de unión y no de fragmentación.

La comida en San Antonio funciona como un agente de comunicación intercultural que facilita la interacción y derriba prejuicios que surgieron hacia algunas preparaciones, especialmente de comida oriental, por uso de algunos ingredientes y por técnicas de cocción. Los entrevistados afirman que probar la comida de otros lugares fomenta la curiosidad y la experimentación, desafiando ideas preconcebidas sobre alimentos o sabores. Este proceso es material (probar un plato), y simbólico (apertura de la mente), evidenciando que la comunicación gastronómica va más allá del acto de comer y se convierte en una herramienta para la transformación social y cultural.

En cuanto a la transformación de elementos identitarios, se encontró que: la identidad gastronómica de los sujetos sociales en San Antonio es tanto arraigada como adaptable. Por un lado, la tradición se preserva a través de la identidad de platos emblemáticos como el aborrajado, los pandebonos y las empanadas, considerados intrínsecamente caleños por sus técnicas y su

significado familiar. Por otro lado, esta misma identidad es flexible, ya que se enriquece y se transforma a través de la incorporación de nuevas influencias culinarias, mostrando que la pertenencia al lugar se redefine constantemente.

Resultados de la Observación Participante

Como caleña, el barrio San Antonio ha sido un lugar de especial significado y un espacio que ha forjado mis propios recuerdos e identidad. Por ello, fue una elección natural y apasionada para esta investigación. Mi conocimiento previo del barrio me permitió sumergirme en el entorno con una perspectiva única, realizando cuatro ejercicios de observación participante que trascendieron la simple visita. Los datos recolectados en el diario de campo revelaron una rica evidencia de las interacciones y expresiones culturales del barrio, demostrando que la gastronomía actúa como un mediador fundamental en la comunicación y construcción identitaria.

- La experiencia directa reveló cómo el barrio San Antonio activa los sentidos de manera potente. El recorrido por la colina es un viaje sensorial. Al pasar frente a una fritanga tradicional, el sonido del aceite al fritar las empanadas y aborrajados no es un simple ruido, sino un disparador de memoria que evoca el ritual familiar de la cocina vallecaucana, una comunicación que reafirma la identidad del comensal caleño, y al extranjero lo desafía a probar, a querer degustar más que sabores, lo invita a conocer saberes.

En contraste, al cruzar la puerta de un restaurante de comida fusión, la experiencia es la de una negociación en las fronteras simbólicas. Muchas veces no se sabe qué esperar; los aromas pueden ser desconocidos, intensos y exóticos, pero la curiosidad es el motor que invita a cruzar esa barrera. El olor a pan recién horneado convive con el aroma de especias que hablan de una

panadería artesanal, mientras que los helados de sabores únicos dialogan con los aromas de pizzerías y platos traídos de lejanos países. Este escenario de diversidad gastronómica, que se presenta de forma armónica entre una cuadra y otra, demuestra cómo cada espacio y cada preparación cuentan una historia. El ambiente sensorial del barrio se convierte así en la manifestación más palpable de un entorno que ha hecho de la hibridación una expresión cultural.

- Las interacciones gastronómicas en San Antonio son una expresión viva de comunicación ritual que va más allá de un simple intercambio comercial. La observación directa en establecimientos como una pastelería alemana, evidenció cómo la comida se convierte en un vehículo de narrativas culturales. Al preguntar por los postres, la persona encargada del local, una mujer de unos 50 años, ciudadana española de padres oriundos de la región de Baviera, describe los ingredientes, amablemente ofrece un relato detallado de cada plato, su origen y preparación, convirtiendo el acto de servir en una manifestación de su identidad y memoria. Este ritual de explicación desafía el imaginario cultural de la frialdad asociada a la cultura alemana, rompiendo una frontera simbólica. La calidez y la dedicación con la que se atiende al comensal transforman la transacción en un acto de acogida. La experiencia de consumir el alimento se convierte en un acto social donde se calma el antojo de strudel de manzana, además se sumerge en una cultura ajena, reconfigurando sus percepciones y participando activamente en un intercambio cultural.

- Encuentros de conocimiento, un lugar de construcción de saber. Se observó que los meseros de diferentes restaurantes de comida fusión, conocen el toque que cada ingrediente aporta al plato, llegando a ofrecer descripciones clave para que el comensal pudiese elegir bien informado. También comentaban un poco de los lugares de los que provenían algunos

ingredientes y de cómo esa compra beneficiaba a una comunidad o grupo que en el pasado había sido vulnerado. La mística detrás de la preparación, las técnicas heredadas, es otro tema de interacción entre comensales y camareros. La comida no es solo comida, se presenta como el resultado final de un ritual gastronómico. En algunos lugares como el restaurante Domingo, donde parte de la cocina puede ser vista desde algunas de las mesas, se notaba la expresión de sorpresa y satisfacción en los rostros de los comensales y el cuidado y la técnica en los movimientos y los gestos de los chefs, esa comunicación no verbal, habla del cuidado, de la técnica, del profesionalismo, de la curiosidad, de la expectativa y del sentimiento de ansia por probar las preparaciones. El sentido no solo de probar sino de conocer, es ese encuentro de sabores y saberes.

- Diversidad cultural y fronteras identitarias: La observación reveló cómo distintos grupos culturales (estadounidenses, argentinos, holandeses y locales) interactúan con el espacio y entre ellos, marcando distancias, ocupando lugares específicos y mostrando comportamientos que reflejan identidad. Por ejemplo, grupos de turistas estadounidenses tendían a permanecer en sus mesas, observando y probando con curiosidad, mientras que los clientes locales interactúan abiertamente con los meseros y entre sí. Estas diferencias no generan conflicto, sino que construyen un ecosistema de diversidad en constante negociación. Las fronteras culturales son visibles en la disposición del espacio, la forma de comer y los gestos de interacción, pero la convivencia gastronómica actúa como un poderoso suavizante de estas fronteras, ya que el acto de compartir la experiencia culinaria y la apertura a lo diverso reconfiguran las percepciones mutuas, demostrando que la interculturalidad se manifiesta en los pequeños rituales de la vida cotidiana del barrio.

- En el barrio San Antonio, la identidad cultural se degusta y se vive, se observa en la materialidad del espacio. Los restaurantes operan como escenarios identitarios donde la ambientación y la decoración funcionan como un lenguaje visual que refuerza la narrativa de cada cocina. La observación evidenció que, por un lado, establecimientos de comida del Pacífico, a través de la música y elementos decorativos que evocan la memoria de su región, construyen pertenencia que refuerza los lazos comunitarios. Por otro lado, los restaurantes de cocina italiana o de fusión utilizan un diseño moderno y minimalista, creando un ambiente que comunica una aspiración cosmopolita y un sentido de apertura. En los cafés y heladerías, la disposición del espacio, el uso de colores y la presentación de sus productos estrella son estrategias de comunicación gastronómica, proyectando una imagen de innovación y calidad. Así, cada elemento del espacio, desde la música hasta la paleta de colores, refuerza las fronteras simbólicas y los lazos de identidad que coexisten y dialogan en el barrio.

- La observación reveló que la gastronomía del barrio se configura como un lenguaje simbólico que comunica sin la necesidad de palabras. De acuerdo con Roland Barthes, cada elemento —los aromas, sabores, texturas y colores— actúa como un signo que transmite mensajes de arraigo, pertenencia y apertura cultural. La práctica de compartir porciones o recomendar un plato a un comensal es un acto de comunicación simbólica que construye experiencias compartidas y lazos comunitarios. La hibridación de ingredientes y la adaptación de platos foráneos (como el choripán argentino o los tacos mexicanos) al paladar local satisface un gusto, evidencian que las identidades son dinámicas y están en un proceso constante de negociación cultural. En este sentido, la diversidad del barrio San Antonio se traduce en un diálogo de sabores y saberes.

Hallazgos

De las descripciones del diario de campo, se encontró que la gastronomía actúa como un lenguaje simbólico y sensorial. Los rituales culinarios, la presentación de los platos y el acto de compartir son formas de comunicación que no requieren palabras para transmitir un mensaje de apertura, bienvenida e intercambio cultural. El aroma de la fritanga, del pandebono o del café se convierte en un mensaje de arraigo, mientras que el diseño minimalista de un local de comida internacional o fusión comunica innovación y modernidad, confirmando que la gastronomía es un poderoso vehículo de comunicación e intercambio cultural en el barrio.



Ilustración 1 *Plato de Temporada de Semana Santa en el Restaurante Casa Alebrije*

<https://www.instagram.com/p/DIkkv-Npz2P/?igsh=b2UxeG5lMng1czRk>

La observación detallada del espacio gastronómico en San Antonio reveló que la aparente armonía de la diversidad es, en realidad, un proceso dinámico de negociación cultural continua. Las interacciones diarias demuestran que las identidades culinarias no son estáticas, sino que se

reconfiguran y se influyen mutuamente a través del diálogo que se establece entre cocinas. Este fenómeno es un claro ejemplo de la hibridación cultural descrita por Néstor García Canclini (1997). Se evidencia en actos como la mezcla de ingredientes de la región en un plato de autor o en la adaptación de una receta extranjera, como el choripán, el cheesecake o los tacos, para complacer más el paladar caleño. La coexistencia de estas ofertas gastronómicas representa un intercambio constante, donde las fronteras simbólicas se difuminan en un proceso de mutua transformación, haciendo de la comida un vehículo de entendimiento y negociación de identidades, como podemos apreciarlo en las siguientes imágenes:



Ilustración 2 *Sazón Caribe y el Mundo Árabe en Domingo Restaurante*

https://www.instagram.com/p/DMLVn4uS3To/?img_index=1&igsh=eW45ZHZzejY0cjlq

En Domingo Restaurante en julio del 2025, presentaron en su Instagram: Sazón Caribe y el mundo árabe en una sola mesa, arroz de palito con berenjenas, cebollas crujientes y almendras

tostadas. Indios de parra, rellenos de carne con arroz. Kibbeh, rellenos de carne picada con semillas de calabaza tostadas. Tabuleh, con frijol negro y repollo morado encurtido. Hummus de garbanzo y Baba Ganoush de berenjena ahumada. Pan árabe rosado. Y de postre el Enyucake', cheesecake de enyucado, es una torta que se hace a base de yuca con coco, queso costeño, especias y chontaduro; jalea de guayaba dulce y agua de rosas, finalizando con pistachos crujientes y pedacitos de naranja seca.

Finalmente, la observación participante evidenció que el barrio San Antonio, con su estructura física y social, es un ecosistema de identidades en constante transformación. Lejos de ser un mero telón de fondo, el espacio actúa como un marco dinámico donde los diferentes actores —chefs, comensales, visitantes y residentes— funcionan como agentes de cambio que, a través de sus prácticas culturales y gastronómicas, construyen y redefinen el sentido de fronteras simbólicas, negocian en cada plato compartido y en cada conversación. El barrio es un terreno de hibridación donde las identidades coexisten, se influyen y se reconfiguran en un ciclo continuo de comunicación e intercambio cultural. Así como lo evidencia la divulgación que realiza en su Instagram Domingo Restaurante.



Ilustración 3 Homenaje a la Memoria Campesina en Domingo Restaurante

Domingo Restaurante, realiza un homenaje a la memoria campesina con este plato.

Lengua de res en cocción lenta, chachafruto en puré, coles en tres texturas y una emulsión cítrica. https://www.instagram.com/p/DIPuZFYpurH/?img_index=3&igsh=MWZxOXpyM2I4d3

A4ag==

Marco de Análisis: El Plato Fuerte

Este es el 'plato fuerte' de nuestra investigación, el corazón del banquete. Tras la preparación y cocción de los datos, esta sección presenta el análisis de los hallazgos.

Análisis del Objetivo 1: Identificar la Diversidad Cultural y sus Expresiones

Gastronómicas

La triangulación metodológica, basada en encuestas, entrevistas y observación participante, revela que el barrio San Antonio constituye un nodo activo de interacción cultural, donde la gastronomía representa una oferta culinaria que se configura como un lenguaje simbólico articulando memorias, pertenencias y vínculos sociales. Esta práctica alimentaria se entrelaza con expresiones artísticas y sociales consolidando un entramado cultural dinámico.

1. Diversidad percibida: Los Datos Hablan

La información cuantitativa obtenida a través de la encuesta aplicada en marzo de 2025 revela que el 91.4% de los participantes identifica al barrio San Antonio como un espacio de diversidad cultural y un destino gastronómico relevante. Esta percepción, respaldada por una alta representatividad local (92.6% de encuestados residentes en Cali), sugiere que la identidad gastronómica del barrio está profundamente arraigada en la experiencia cotidiana de sus habitantes.

La preferencia por platos típicos como el sancocho y el aborrajado, incluso entre visitantes no locales, refuerza la idea de que la gastronomía funciona como una vía de inserción simbólica en la cultura caleña. Más allá del gusto, estos alimentos operan como marcadores culturales que conectan al individuo con la memoria colectiva y el sentido de pertenencia.

Así mismo, los resultados evidencian una dinámica de negociación identitaria en torno a las prácticas alimentarias. La tensión entre la comida tradicional (38.3%) y la globalizada (45.7%) más allá de presentarse como una dicotomía excluyente, es un fenómeno de convivencia. Esta coexistencia refleja una identidad caleña en evolución, donde la cocina local dialoga con influencias externas, adaptándose sin perder su capacidad de representar lo propio.

2. La Diversidad en Acción: La Perspectiva del Sujeto

Las entrevistas realizadas a chefs y personal de cocina del barrio San Antonio aportan profundidad interpretativa a los datos cuantitativos, revelando que la gastronomía es concebida como una práctica cultural en constante transformación. Para estos actores, la cocina tradicional caleña no se conserva de forma estática, sino que se hibrida con influencias externas, generando nuevas expresiones culinarias que reflejan una identidad caleña contemporánea, abierta al diálogo y a la renovación.

Esta percepción posiciona a San Antonio como una comunidad gastronómica activa, donde la diversidad no se limita a la coexistencia de sabores, sino que se manifiesta como un proceso creativo y comunicativo. Los ingredientes, técnicas y narrativas culinarias locales influyen en otras preparaciones, moldeando marcos de referencia culturales y generando vínculos simbólicos entre quienes cocinan y quienes consumen.

Además, los entrevistados destacan la estrecha relación entre la gastronomía y otras expresiones culturales presentes en el barrio, como la música, el teatro callejero y la cuentería. Estas prácticas no se viven de forma aislada, sino que se entrelazan en un entramado simbólico más amplio, donde la comida actúa como puente entre la memoria individual y colectiva, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la identidad compartida.

3. La Diversidad en el Espacio: La Prueba Tangible

La observación participante realizada entre los restaurantes, la colina y las coloridas calles del barrio San Antonio permitió anclar los hallazgos previos a la experiencia concreta del territorio, revelando cómo la diversidad cultural se manifiesta en los detalles del entorno físico y sensorial. El ambiente de las fritangas (con sus sonidos, aromas y texturas) activa memorias colectivas entre los residentes, mientras que las preparaciones foráneas y la comida de autor invitan al visitante a explorar los saberes locales, generando un diálogo entre lo propio y lo externo.

El análisis del diario de campo confirma que esta convivencia gastronómica no es estática, sino que se encuentra en constante negociación. Las prácticas culinarias observadas evidencian un proceso de hibridación cultural, en el sentido propuesto por Néstor García Canclini (1997), donde platos extranjeros se adaptan al paladar local y las identidades se redefinen en un contexto de intercambio continuo.

Más allá de satisfacer el gusto, la gastronomía en San Antonio se configura como una experiencia multisensorial que comunica, conecta y transforma. Es en este espacio tangible donde se materializa la diversidad, y donde la cocina se convierte en vehículo de expresión cultural y construcción colectiva.

La coexistencia entre lo tradicional y lo globalizado se manifiesta como un proceso constructivo de hibridación, en el que la cocina local dialoga con influencias externas, adaptándose y evolucionando. Este fenómeno refleja una identidad caleña en transformación, que se expresa a través de sabores, saberes y espacios compartidos. En conjunto, los hallazgos

confirman que la gastronomía en San Antonio es una vía de comunicación cultural que proyecta una identidad urbana diversa y en constante renovación.

Análisis del Objetivo 2: Las Representaciones Simbólicas y Materiales

El barrio San Antonio funciona como un espacio de alto contexto comunicativo, donde la comida y su entorno son la clave para el entendimiento y la interacción intercultural.

1. Las Representaciones Materiales: El Entorno Habla

La observación participante y la encuesta convergen al demostrar que la identidad del barrio se vive y se observa en la materialidad del entorno. Como lo indica la encuesta, San Antonio es mucho más que un escenario gastronómico, es un agente activo de comunicación. La ambientación de los restaurantes de comida del Pacífico con música regional y de los locales de cocina de autor con diseños minimalistas, respaldan el hallazgo de la observación de que la ambientación y la decoración son un lenguaje visual que refuerza la narrativa de cada cocina, tal como lo plantea Fusté-Forné en su teoría de la comunicación gastronómica.

2. Las Representaciones Simbólicas: El Significado en el Ritual

Las entrevistas y la observación revelan que la comida es el ingrediente principal para la construcción de representaciones simbólicas. El acto de probar un plato nuevo, según la encuesta, se convierte en un acto comunicativo que transforma lo extranjero en parte de la identidad cotidiana. Las entrevistas profundizan en este punto al mostrar que los chefs y sus asistentes utilizan la comida para derribar prejuicios y fomentar la apertura mental al compartir el origen de sus ingredientes o técnicas. Esto se correlaciona con la observación en la pastelería alemana, donde la explicación detallada de un plato se convierte en un ritual de acogida que

rompe una frontera simbólica y permite el tránsito a los campos de Baviera, como un encuentro de saberes y sabores. Esta práctica, como lo expresa Carey en su enfoque teórico, lejos de ser solo un intercambio de información, es una forma de comunicación ritual.

3. La Negociación de Sentido en las Fronteras

El entrecruzamiento de los tres instrumentos demuestra cómo las representaciones simbólicas y materiales se entrelazan en la práctica. La encuesta establece que San Antonio es un nodo de interacción cultural, mientras que la observación describe cómo esta interacción se manifiesta en la coexistencia de diversos grupos que navegan y negocian sus identidades en el espacio. Las entrevistas explican el porqué: la comida se utiliza como una herramienta para superar el rechazo inicial a lo desconocido, haciendo que los ingredientes y los sabores se conviertan en signos compartidos. La observación complementa esto, mostrando cómo la materialidad del espacio (la decoración, la música) facilita este proceso, creando un ambiente propicio para el diálogo.

Análisis del objetivo 3: La Configuración de Identidades Locales y Migrantes

El tercer objetivo de la investigación busca categorizar los elementos identitarios que se transforman a partir del consumo y la producción gastronómica.

El análisis de la información obtenida permite afirmar que las prácticas alimentarias en San Antonio actúan como un proceso dinámico de hibridación donde las identidades locales y migrantes se negocian y reconfiguran constantemente.

1. Identidad en la Memoria y el Arraigo

La investigación evidenció que la identidad local se preserva y reafirma a través de la memoria cultural. Los datos de la encuesta indican que los caleños privilegian el consumo de platos típicos como el aborrajado y las empanadas en rituales comunitarios. Las entrevistas profundizan en el sentido de arraigo, con verbatim que demuestran cómo la comida trasciende la nutrición para convertirse en un símbolo de pertenencia. La frase "*El aborrajado no es solo comida, es un recuerdo de infancia... de la abuela cocinando para todos en casa*" actúa como una prueba directa de cómo el acto de comer activa un sentido de arraigo y de identidad. La observación complementa esta perspectiva y refuerza el arraigo como categoría, que aquí se expresa sensorialmente, al describir el aroma de la fritanga como un disparador sensorial que refuerza esta conexión con el pasado y la familia.

2. Identidad en la Flexibilidad y la Hibridación

La investigación también reveló que la identidad local es flexible y se enriquece con lo foráneo, claramente en contra del esencialismo cultural tal como se concluye de Hall pues, como se ha manifestado, este escenario gastronómico es un campo de tensiones simbólicas. La encuesta mostró que existe una convivencia de la comida tradicional con la globalizada, lo que refleja que las identidades no son estáticas, sino que se debaten entre la homogeneización y la resistencia. La transferencia de saberes y sabores se materializa en los datos de las entrevistas, que evidencian cómo los chefs de otras regiones de Colombia y del mundo mezclan sus cocinas con la caleña. La frase "*Soy de Tumaco, Nariño, pero aquí en Cali mezclé mi cocina con la de acá; y cocino con toques de mi región*" ilustra que los migrantes se apropian de lo local sin abandonar lo propio, creando un nuevo espacio de interculturalidad. Esta hibridación se observa

directamente en los platos que adaptan ingredientes de la región en recetas extranjeras, demostrando que la comida es un puente para cruzar fronteras culturales, como lo estudia Rizo en su teoría de la comunicación intercultural, haciendo referencia a la creación de vínculos a través de lo común y lo distintivo.

3. El Poder de la Comida en la Transformación

Los tres instrumentos convergen al demostrar que el consumo gastronómico en San Antonio se vive como un proceso dinámico de transformación identitaria. Las entrevistas muestran que el acto de probar la comida de otros lugares fomenta la curiosidad y desafía los prejuicios que surgieron hacia algunas preparaciones. La frase "*Cuando un gringo me pide empanadas con ají, y champús, siento orgullo de mi tierra*" refleja un cambio en la percepción de poder, donde lo local se legitima y se convierte en un agente de influencia. La observación refuerza el mestizaje gastronómico y los sabores en disputa, desafiando el esencialismo cultural. al mostrar cómo el ritual de explicación del plato en los restaurantes transforma al comensal haciéndolo partícipe de una cultura ajena y reconfigurando sus percepciones.

En definitiva, la gastronomía en San Antonio contribuye a la configuración de identidades híbridas, donde la tradición y la innovación coexisten. La comida se erige como un lenguaje de uso estratégico que reafirma la pertenencia en contextos comunitarios y abre espacios de diálogo en contextos de intercambio cultural. La experiencia sensorial de comer se convierte en un escenario que moviliza significados y demuestra que la interculturalidad es un proceso dinámico en constante construcción.

Conclusiones: El postre

Como el 'postre' que deja un sabor memorable y satisfactorio, las conclusiones de esta investigación sintetizan los hallazgos más importantes y responden de manera contundente a la pregunta de investigación inicial: ¿De qué manera la comunicación intercultural influye en la transformación de identidades en contextos de fronteras gastronómicas como el barrio San Antonio en Cali?

A lo largo de este estudio, se cumplió el objetivo general de analizar el impacto de la comunicación gastronómica en la transformación de identidades en el barrio San Antonio. Se demostró que la comida actúa como un poderoso vehículo de comunicación intercultural, que facilita la integración y el diálogo entre la cultura local y las influencias foráneas. La gastronomía caleña es un fenómeno en constante evolución que, lejos de ser estática, se reconfigura en un proceso de mestizaje cultural.

Más allá de ser un cierre, esta sección abre la puerta a futuras investigaciones. Propone nuevas 'recetas' y 'menús' de estudio que continúen explorando la riqueza de la comida como un fenómeno cultural y social, y la forma en que los intercambios gastronómicos siguen moldeando la identidad en la ciudad.

El presente estudio demuestra que la comunicación gastronómica tiene un impacto directo y profundo en la transformación de las identidades en San Antonio. Los hallazgos confirman que la comida si bien es un producto de consumo cargado de muchos significados, es también un lenguaje simbólico que, en contextos de fronteras culturales, se convierte en un poderoso mediador de la interacción. Esta dinámica se evidencia en las siguientes conclusiones,

las cuales demuestran que la puesta en escena de la gastronomía en el barrio es, en esencia, un acto de comunicación transformadora.

1. La gastronomía como lenguaje: El eje de la comunicación intercultural

El estudio concluye que la gastronomía de San Antonio es el principal eje de comunicación intercultural. Los datos de la encuesta indican que el 91.4% de los encuestados reconoce al barrio como un epicentro de diversidad, donde la presencia de múltiples cocinas refleja variedad y fomenta un intercambio de culturas. La observación participante complementa este hallazgo al revelar que la comida es un sistema de signos, donde los aromas, sabores y rituales actúan como un lenguaje universal que facilita el diálogo y la apertura entre lo local y lo foráneo.

Este sistema de signos que se activa en torno al acto de comer puede entenderse desde la perspectiva del ritual comunicativo propuesta por James Carey, dado que la comunicación como una práctica simbólica construye y mantiene comunidad. La interacción en las mesas del barrio es, en esencia, un acto ritual de comunicación gastronómica e intercultural, donde se negocian significados, se expresan identidades y se promueve la apertura cultural.

2. La Comida como mediación: El Proceso de negociación identitaria

La investigación demuestra que la comunicación gastronómica es también un proceso de mediación cultural. La encuesta reveló que, si bien la mayoría de los encuestados se siente representada por la comida típica caleña, existe un segmento que ha superado sus prejuicios hacia comidas foráneas, como las orientales. Esto indica que la gastronomía afirma las identidades, y también las negocia en un campo de tensiones que, lejos de ser conflictivo, genera un espacio de respeto.

La preparación en la cocina y el consumo de platos de otras culturas se convierte en un acto de mediación que permite a las personas revisar sus creencias y reconfigurar sus identidades, aceptando que lo ajeno también puede ser parte de lo propio. En este sentido, el ambiente gastronómico se configura como un escenario comunicativo que, si bien puede generar tensiones, la comunicación transformadora actúa precisamente en las prácticas culturales, convirtiendo las fricciones en una poderosa oportunidad de cambio.

3. La Comunicación gastronómica como agente de transformación

Finalmente, esta investigación concluye que la experiencia gastronómica en San Antonio trasciende la mediación para convertirse en un verdadero agente de comunicación transformadora, movilizandando acciones concretas que desafían las percepciones. Los comensales, al consumir platos de otras culturas, ampliaron su repertorio alimenticio, y activamente superaron prejuicios, evidenciando una transformación en sus creencias. Este proceso, que convierte lo ajeno en parte de lo propio, muestra cómo la comida actúa como un poderoso vehículo para el diálogo intercultural y la apertura mental. Para los residentes locales, la gastronomía también movilizó un profundo sentimiento de pertenencia, ya que el consumo de platos típicos se convirtió en una forma de reafirmar su identidad y herencia cultural. La triangulación de los hallazgos demuestra que la comida genera un intercambio de información y activamente fomenta la convivencia y el reconocimiento entre los distintos grupos sociales.

En este sentido, la gastronomía del barrio se erige como un escenario de cohesión social. Al congregarse en un mismo lugar los sabores y saberes de diversas regiones de Colombia y del mundo, se crea un terreno común donde diferentes actores sociales —locales, migrantes y visitantes— pueden encontrarse y convivir. La puesta gastronómica se convierte en un medio

para que la ciudad se reconozca y se integre a través de los sabores, construyendo un relato colectivo de unidad y pertenencia.

Así, este estudio revela el potencial de la comunicación gastronómica para construir nuevos sentidos de identidad colectiva. Al trascender las fronteras simbólicas y adoptar sabores foráneos como propios, los caleños están participando activamente en la reconfiguración de un nosotros más incluyente y diverso. La comida es un agente de cambio que permite a la ciudad pasar de una percepción fragmentada de unos otros a una visión unificada de un nosotros plural, demostrando que la mesa es un poderoso espacio de encuentro donde se construye y se saborea el camino hacia la convivencia.

Bibliografía: La Tienda Teórica

En la cocina de la investigación, toda buena preparación depende de una despensa bien surtida. La bibliografía, o 'la tienda teórica', es el compendio de los textos académicos, libros, artículos y otras fuentes que han servido como ingredientes fundamentales para la elaboración de este estudio. Esta sección reconoce el legado de quienes han investigado antes y provee al lector las herramientas para que, si lo desea, pueda continuar su propio 'viaje gastronómico'.

Barthes, R. (1957). *Mitologías*. Madrid, España: Siglo XXI Editores.

https://ddooss.org/libros/mitologias_Roland_Barthes.pdf

Barthes, R. (1961). Pour une psychologie de l'alimentation contemporaine [Para una psicología de la alimentación contemporánea]. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 16(5), 977–981.

Braga, V. (2004) Cultura alimentaria: aportes desde la antropología de la alimentación. *Saúde em Revista*, 6 (13): 37-44

Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: Essays on media and society* (Rev. ed.). Routledge.
<https://archive.org/details/communicationasc0000care>

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, (24), 4–16. <https://doi.org/10.22235/d.v0i24.1166>

García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 3(5), 109–128.

Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria: Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera Norte*, 21(41), 7–32.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722009000100001&lng=es

Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura* [Conferencia]. III

Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, Jalisco.

https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=70

Hall, E. T. (1973). *La dimensión oculta* (M. P. Villalobos, Trad.). Siglo XXI Editores.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. G.

Gili.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2010). *Alimentos y agricultura: el aspecto cultural*. FAO. <https://www.fao.org/3/i0180s/i0180s.pdf>

Pech Salvador, C., Rizo García, M., & Romeu Aldaya, V. (Coords.). (2008). *Manual de comunicación intercultural: Una introducción a sus conceptos, teorías y aplicaciones*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. <https://israelleon.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/lectura-0-manual-de-comunicacion-intercultural.pdf>

Pérez, M. A. (2021). *Sabores del desplazamiento: cocina, memoria e identidad en mujeres migrantes venezolanas en Bogotá* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional Universidad Nacional de Colombia.

Puerta Bustamante, C. A. (2018). *Construcción de identidad y tradición a través de la cocina mexicana y colombiana* [Tesis de maestría, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional Universidad Santo Tomás.

Restrepo, E. (2007). *Identidades: una mirada desde la antropología*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.

Restrepo, E. (2007). Identidades y sus límites: una aproximación antropológica. *Estudios sociológicos*, 25(75), 653–674.

Rizo García, M. (2013). Comunicación e interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble. *Global Media Journal México*, 10(19), 26–42.

<https://www.redalyc.org/pdf/687/68726424002.pdf>

Rodrigo Alsina, M. (1999). La comunicación intercultural. Barcelona, España: Anthropos

Editorial. Disponible en:

https://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57732/2011_comintercultural.pdf/8bcd2117-0621-4ad8-973b-8d13f83ce0f0

Walsh, C. (2009). Interculturalidad crítica y pedagogía de-colonial: apuestas (des)de el in-surgir, re-existir y re-vivir. *UMSA Revista (entre palabras)*, 3(30), 1-29.

Bibliografía consultada:

Delgado Salazar, R., & Delgado Giraldo, M. (2010). De gustemas y tecnemas: identidades culinarias de sabores y saberes. *Maguaré*, 23(1), 47–64.

Guanche, J. (2019). Las identidades peligrosas en el contexto de la globalización neoliberal. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 35–48.

Hernández Cordero, A., & Vázquez-Medina, J. A. (2023). La frontera gastronómica de Cholula, Puebla: Entre la gentrificación y la turistificación. Disparidades. *Revista de Antropología*, 78(2), e017.

<https://doi.org/10.3989/dra.2023.017>

- Lander, E. (1993). Ciencias sociales: saberes coloniales y eurocéntricos. En E. Lander (Ed.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 9–38). CLACSO.
- Nunes dos Santos, Cristiane. (2007). Somos lo que comemos: identidad cultural y hábitos alimenticios. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(2), 234-242.
- Sánchez Botero, Esther (2001). Recetas de la abundancia. Patrimonio gastronómico de los países del Convenio Andrés Bello (pp. 16-23. Bogotá: Convenio Andrés Bello).
- Serrano, D. C. C. (2005). Identidad y globalización: Encuentros y transformaciones entre las cocinas nacionales. *Revista de Occidente*, (287), 87–98.

Anexos: Sabores adicionales

Los anexos de esta investigación ofrecen los ingredientes crudos y el trasfondo que da vida al análisis. Aquí, el lector puede profundizar en las fuentes primarias que nutrieron esta investigación.

Entrevista: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeLPgQcBN3thiASY-EN2O4vSVhwFcJ-V-m603T5623VE9VQmg/viewform?usp=sharing>

Encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfdFIRkdsSGwvG7EGZeCvVH92I6Quahq8gJVOKc-aWQEPsDg/viewform?usp=sharing>