



El capitalismo digital y su influencia en la cultura alimentaria, eje del Seminario Permanente Cocinas en México

*** Contará con doce expertos de España, Brasil, Argentina, Estados Unidos y México

*** Las sesiones serán los primeros martes de mes, de 11 a 14 horas, por el canal de YouTube de la Coordinación Nacional de Antropología

Orientado a reflexionar sobre el capitalismo digital, la transformación de las comidas producto de las migraciones, el papel del internet y las redes sociales para su comercialización y consumo, el Seminario Permanente Cocinas en México, desarrollado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de México, a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y la Coordinación Nacional de Antropología (CNA), inició su edición 2023.

Coorganizado por las investigadoras Edith Yesenia Peña Sánchez y Lilia Hernández Albarrán, la actividad académica forma parte del Proyecto Nacional Cocinas en México y reúne anualmente a especialistas para dialogar sobre culturas e historias alimentarias, así como acerca de las políticas públicas que den protección a este patrimonio inmaterial y biocultural.

La edición contará con la participación de 12 expertos, provenientes de las universidades Complutense de Madrid y Rovira i Virgili, España; Federal Santa Catarina, Brasil; Nacional de la Matanza, Argentina; de la Ciudad de Nueva York, Estados Unidos; las autónomas de Occidente y de Baja California, así como de la CNA y del Grupo de Acción sobre Erosión, Tecnología y Concentración (ETC) Internacional.

Como bienvenida al ciclo, la titular de la CNA, Paloma Bonfil Sánchez, manifestó que hablar de cocina es pensar en las personas involucradas en el hacer y el consumo, pero también en reconocer las identidades pasadas y nuevas.

En la jornada inaugural, al dictar la conferencia *Introducción a las cocinas en el siglo XXI*, la investigadora Yesenia Peña Sánchez expuso que el capitalismo digital es un término propuesto por el historiador Dan Schiller, el cual remite al uso de tecnologías para satisfacer las necesidades en un contexto globalizado, aspecto que incluye a las computadoras, celulares y otros dispositivos electrónicos como elementos cruciales en las actividades de la vida diaria.



Sobre el impacto de la contingencia sanitaria por la COVID-19 en este ámbito, refirió que esta aceleró y masificó algunas formas de interactuar con la comida y los prestadores de servicios, “ahora, es habitual los pedidos en línea y el escaneo del menú de restaurantes mediante códigos QR”.

Asimismo, la antropóloga apuntó que el internet y las redes sociales influyen en lo que comemos y bebemos, “estas herramientas tecnológicas se han convertido en el espacio donde gran parte de la población confluye para manifestar sus preferencias personales sobre lugares, vacaciones, música, poemas, memes, entretenimiento y, desde luego, comidas”.

Añadió que autores como José Ignacio Arévalo Sevil, consideran que las imágenes sobre alimentos en internet propician críticas, debates y recetas, “se genera lo que él denomina *foddie culture*, donde los sujetos manifiestan sus experiencias de qué, cómo, dónde y cuándo comer”.

Durante su participación en esta conferencia conjunta, Lilia Hernández Albarrán comentó que las nuevas formas de producción, distribución y consumo de alimentos “desmaterializan” la comida, es decir, tiende a perder los contextos histórico, social, cultural y tradicional, “las tecnologías de la información y comunicación han establecido la propagación de recetas basadas en alimentos ultraprocesados que se han convertido en un estilo de vida”.

Otro elemento central en la disertación fueron los *food trucks*, camiones acondicionados para elaborar platillos y venderlos en la calle, y los *food parks*, espacios donde se concentran estos u otros establecimientos móviles, mismos que ofrecen propuestas alimentarias rápidas y a bajo costo, visibles en Estados Unidos, pero que empiezan a tener auge en América Latina.

Por su parte, la investigadora del Grupo ETC Internacional, Soledad Vogliano, en la ponencia *La manipulación digital de la comida*, enfatizó que el rastreo de datos en internet es una herramienta clave para las empresas alimentarias, porque les ayuda a conocer gustos y saber qué ofrecer al público.

El ciclo continúa el próximo 11 de abril, con la participación del catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, Víctor Martín Cerdeño, quien hablará sobre los modelos de negocio usados en el mundo y el comercio tradicional.

El seminario puede seguirse el primer martes de cada mes (excepto en abril), de 11:00 a 14:00 horas, a través del canal de la CNA en [YouTube](#). El programa completo está disponible en el perfil de [Facebook](#).