

**GASTRONOMÍA ANTIOQUEÑA BAJO LA SOMBRA DEL FAST FOOD  
GOURMET**

**MATEO DUQUE ESCOBAR**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL  
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
MEDELLÍN  
2022**

# **GASTRONOMÍA ANTIOQUEÑA BAJO LA SOMBRA DEL FAST FOOD GOURMET**

**MATEO DUQUE ESCOBAR**

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial

Asesores

RAÚL ALBERTO DOMÍNGUEZ RENDÓN, Historiador  
ALEJANDRO ALBERTO ZULETA GIL, Ingeniero de Materiales

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL  
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
MEDELLÍN  
2022**

# Gastronomía antioqueña bajo la sombra del Fast Food Gourmet

Mateo Duque Escobar

Facultad de Diseño Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana, Sede Medellín, Circular 1 N° 70-01,  
Medellín, Colombia

## RESUMEN

Esta investigación pretende analizar la relación entre las nuevas tendencias gastronómicas y culinarias que han resurgido en el siglo XX y XXI, centrándonos específicamente en el Fast Food Gourmet americano y la pérdida de la identidad culinaria y cultura gastronómica en la región de Antioquia (Colombia), más específicamente en la ciudad de Medellín.

Para la correcta realización de lo expuesto anteriormente se determinaron diferentes metodologías de investigación las cuales abarcaron búsqueda de artículos y documentos académicos en relación con el tema o problemática principal, investigación y comprensión del contexto y entorno a investigar, recopilación de imágenes y datos en las diferentes observaciones realizadas a los restaurantes tanto de comida típica como de Fast Food Gourmet, a su vez, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los comensales, chefs y dueños de dichos restaurantes para así identificar las características y aspectos cruciales que dan razón a dicha investigación.

**Palabras claves:** cultura gastronómica, Fast Food Gourmet americano, gastronomía antioqueña, identidad culinaria, tendencias gastronómicas.

## INTRODUCCIÓN

Como habitantes de la ciudad de Medellín y diseñadores hemos sido testigos del impacto cultural, social y ambiental de la interiorización de una gastronomía ajena, motivo por el

cual se ha planteado esta investigación como base para una nueva cultura gastronómica<sup>1</sup>, o mejor dicho, de una nueva imagen o visión para nuestra gastronomía que adapte los aspectos positivos de las nuevas tendencias sin olvidar los aspectos positivos e importantes de la gastronomía local y potenciar así, por medio del diseño, las características de lo que somos como cultura, de nuestras tradiciones. Ingredientes, técnicas e igualmente de la capacidad inherente de innovación encontrada de esta manera, surgió el objetivo principal de dicho proyecto el cual busca analizar y comprender por qué la gastronomía antioqueña se está viendo opacada por el Fast Food Gourmet americano<sup>2</sup> y qué tanto se ve afectada la identidad y tradiciones de la región, además de rescatar los elementos positivos (en cuanto a sostenibilidad y deseabilidad) tanto tradicionales como de las nuevas tendencias y así tener en cuenta para futuros emprendimientos y negocios de comida antioqueña en Medellín.

El desarrollo del anterior planteamiento requiere de la satisfacción de los objetivos planteados para la investigación como: 1. Evidenciar las características del Fast Food Gourmet que hacen que este sea tan deseable y apetecido, refiriéndose a la experiencia que ofrece, 2. Realzar las características de la gastronomía regional, para entender cómo debe mostrarse un plato, con un diseño acorde que lo envuelva en las tradiciones culturales y 3. Evidenciar las características potenciales de ambas gastronomías para así involucrar la cultura en las nuevas tendencias e interiorizar la gastronomía antioqueña a raíz de la adaptación de esta con el Fast Food Gourmet. Los objetivos anteriores dan cuenta de una investigación de tipo analítico la cual busca brindar una explicación de la problemática principal encontrada y finalmente una solución por medio del diseño que fue exitosamente lograda por medio de un Manifiesto basado en unos principios y posiciones que responden al objetivo principal del proyecto ya anteriormente mencionado.

---

<sup>1</sup> Cultura gastronómica: Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social en relación con la ciencia y arte que estudia las relaciones humanas con la alimentación y su medio ambiente o entorno.

<sup>2</sup> Fast Food Gourmet americano: Concepto culinario que busca la máxima calidad de los platos y una presentación que vaya más allá de lo conocido como comida rápida, dicho concepto busca asemejarse o imitar lo estadounidense desde los ingredientes hasta la misma preparación del plato.

La información para la presente investigación provino de fuentes de carácter secundario como artículos académicos, investigaciones universitarias, revistas especializadas, documentales, videos y trabajo de campo compuesto por visitas a los diversos restaurantes que abarcan el objetivo principal, entrevistas a los entes principales de dichos restaurantes así mismo como los comensales y registros fotográficos y analíticos de dichos locales.

### **Marco Teórico**

Dentro de esta investigación se encuentra a su vez un marco teórico que consta de los conceptos más básicos pero también más importantes de dicho trabajo como lo son: las prácticas humanas que se desglosan en hábitos alimenticios, fuerza de trabajo, la acción o actividad de emprender y como tal del diseño, tenemos a su vez las prácticas humanas que se encuentran envueltas en el contexto investigado en el cual nos centramos con el Fastas Food Gourmet, comida rápida y comida típica, encuentran también los agentes que intervienen en las diversas actividades del contexto donde se encuentran los mismos habitantes de la ciudad de Medellín, los emprendedores, dueños de restaurantes y los diseñadores. Otros elementos de suma importancia para la total comprensión del contexto investigado son los artefactos, las técnicas y los valores, cada uno de estos reflejados e investigados en los restaurantes tanto de Fast Food Gourmet como de comida típica. Este es sin duda uno de los pasos más importantes realizados en los inicios de la investigación que permitieron fundar una base sólida para la continuación de dicho proyecto, además de este existe otro gran pilar necesario de ser explicado el cual fue el estado del arte de los diversos autores, investigaciones y artículos investigados entre los cuales es necesario resaltar 4 de estos: 1. Sebastián Salazar y Marlon Betancur “Emprendimiento Fast Food Gourmet” (2016), donde se rescatan las nuevas necesidades en los hábitos de consumo, razones y repercusiones de estas. 2. David Trujillo “Tendencias de la comida rápida en Medellín” (2021), donde nos habla sobre las nuevas tendencias de la comida rápida en Medellín la cual se encuentra marcada por la

inmediatez y un gran enfoque en las empresas gastronómicas. 3. Mónica Salazar y Roberto Pablo Pineda “Montaje de un restaurante fusión en la ciudad de Medellín” (2010), donde se expone la comida típica como la menos apetecida por las personas de Medellín y se evidencia una mayor preferencia por la gastronomía extranjera. 4. Julián Estrada “Evolución y cambio de los hábitos alimenticios en Medellín” (1996), donde se explican las razones del crecimiento y reconocimiento de la comida extranjera en la ciudad. El proyecto hizo uso de más autores e investigaciones que las mencionadas con anterioridad, para la correcta sintetización y recopilación de la información encontrada en estos se decidió realizar un marco en donde se categorizaban cada uno de estos artículos según su pertinencia para el proyecto en una escala de 1 a 5 y se crearon categorías como: 1. Adaptación de las nuevas tendencias a la vida cotidiana y sus repercusiones. 2. Razones principales en los cambios en la forma en la que las personas se alimentan. 3. Razones del crecimiento, reconocimiento y preferencias hacia las nuevas tendencias. 4. Posibilidad del desarrollo de nuevos proyectos gastronómicos ligados a la cocina tradicional y las nuevas tendencias. De esta manera lograr dictaminar cuales fuentes de información eran las primordiales para el proyecto y porqué.

Se pretende que el presente texto sirva al lector para acercarse y comprender los aspectos involucrados en las diferentes cocinas analizadas, que sirva para la comprensión del problema actual en el cual se encuentra la gastronomía tradicional de la ciudad de Medellín y para la concientización de los problemas y cambios sociales que esto trae consigo.

## MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación teórica de nivel descriptivo, tipo cualitativa/cuantitativa, se llevó a cabo utilizando diversas metodologías de investigación y recolección de información, como las entrevistas estructuradas presenciales tanto en restaurantes típicos como en los restaurantes de carácter o definición Fast Food Gourmet que a su vez realizan platos que denominan dentro de su criterio como típicos o tradicionales. Dichas entrevistas se

centraron en gran medida en conocer las posturas, criterios, opiniones y experiencias de los usuarios definidos dentro de la investigación como lo son los dueños de restaurantes, chefs de estos mismos, comensales e investigadores que hayan realizado ya algún acercamiento a los temas y objetivos del proyecto. A su vez se realizó un registro de observación en dichos restaurantes que abordaron la estética del lugar (refiriéndonos a la fachada, estructura, localización y decoración), ambiente de este (refiriéndonos a las materialidades encontradas en su mobiliario, música o sonidos en el restaurante, público que asiste y los diferentes espacios con que estos cuentan), como también los recursos gráficos o maneras de llegar a los usuarios (páginas web, redes sociales, discurso publicitario y piezas gráficas o diseños gráficos encontrados en los restaurantes). Finalmente se realizó una investigación de artículos académicos en relación al tema y una sistematización de estos mismos que permitieron encontrar según los criterios definidos en el marco teórico, los artículos y hallazgos más importantes y cruciales para el proyecto, cada uno de estos pasos permitió acercarnos al análisis de todas las variables necesarias para la realización de esta investigación y el correcto desarrollo de los objetivos específicos y como tal el objetivo general del proyecto.

Es importante para la completa comprensión del proceso de esta investigación hacer una mención sintética de dicho marco teórico mencionado con anterioridad que permitió no solo el definir factores en relación con el contexto a tratar como las prácticas humanas que van desde los hábitos alimenticios, la fuerza de trabajo y el diseño, o las prácticas culturales en donde se encuentran estas tendencias (Fast Food Gourmet y la comida rápida), los agentes en donde se encuentran todos aquellos que están en directa relación con los restaurantes y la comida o elementos tan importantes como los encontrados en las técnicas y los valores (Gastronomía tradicional, identidad culinaria, nuevas tendencias, ingredientes tradicionales y las mismas consecuencias sociales de la interiorización de una cultura ajena), dicho marco teórico permitió también encontrar y categorizar dichos hallazgos (refiriéndonos a los artículos académicos e investigativos) de la manera correcta para conectar los factores definidos con los hallados en cada artículo como cuáles son las razones principales en los cambios en la forma en la que las personas se alimentan, o la adaptación de las nuevas tendencias a la vida cotidiana y

sus repercusiones, cuáles son las razones del crecimiento, reconocimiento y preferencias hacia las nuevas tendencias gastronómicas y finalmente, las posibilidad del desarrollo de nuevos proyectos gastronómicos ligados a la cocina tradicional.

## RESULTADOS

Se encontró por medio del trabajo de campo realizado tanto en el restaurante de Fast Food Gourmet, como en el restaurante de comida típica que existen diversidad de características positivas en ambas cocinas, en el caso del restaurante Fast Food Gourmet, se encontró que un 86.3% de los entrevistados ven dicho lugar como un espacio para conversar y pasar tiempo con amigos, un lugar de fácil acceso y económico que brinda una buena comida por un buen precio (ver **imagen 1 y 2**), En el caso del restaurante de comida típica se encuentra una similitud alrededor de este resultado, ya que los comensales ven el restaurante de comida típica como un espacio para pasar tiempo de calidad con sus seres queridos con un gran énfasis en los integrantes de la familia según un 64.7% de los encuestados; además de esto, se rescata de manera crucial la pertinencia en las nuevas tendencias gastronómica que según algunos comensales y los chefs de los restaurantes ven en dichos locales. A su vez, un 100% de los encuestados afirman la importancia de la comida como una forma de resaltar, enaltecer y salvaguardar el patrimonio cultural de la región (ver **imagen 3**), cosa que constantemente se rescata en la entrevista del chef del restaurante El Rancherito:

“la cultura tiene un factor muy grande e importante referenciado a la culinaria, la cocina es el primer contacto de un externo con la cultura, es por así decirlo una manera más de conocer y de experimentar con ella. Claro que la cocina ayuda a fomentar la cultura de un país o de una región, acá al restaurante llegan muchísimos extranjeros que apenas han salido del aeropuerto y quieren tener ese primer contacto con Colombia o con Antioquia, nuestro papel es mostrarles esta cultura tan llena de saberes y tan diversa, con total seguridad, si no fuera por la comida estas personas no lograrían sentirse tan inmersas en ella, la gente muere por nuestra gastronomía.”. (Daniel Restrepo, 2022).



## Especiales Frieds





<p><b>Papas Teriyaky</b></p> <p>Ricas julianas de pollo asados a la plancha, bañadas en nuestra salsa teriyaky, cubos de queso mozzarella,...</p>  <p>\$ 15.900</p>	<p><b>Guerita</b></p> <p>Elige la porción de tu preferencia, para 1 o 2 personas. Nuestro chilli con carne desmechada, guacamole de L...</p>  <p>\$ 16.900</p>
<p><b>Paisita</b></p> <p>Elige la porción de tu preferencia, para 1 o 2 personas. Chicharrón con frijol refrito, maicitos, huevos, queso...</p>  <p>\$ 17.900</p>	<p><b>Hawaii</b></p> <p>Elige la porción de tu preferencia, para 1 o 2 personas. Trozos de chicharrón caramelizado en salsa Hawaii,...</p>  <p>\$ 16.900</p>

Imagen 1 Especiales de la carta restaurante Fast Food Gourmet (Frieds).

<p><b>Desayunos</b> Tradicional</p> <p><b>Calentao Tradicional</b> \$17.5 Calentao de frijoles con arroz, acompañado de huevo revuelto o frito, tajada, queso y arepa.</p> <p><b>Calentao de la Casa</b> con carne de res \$24.5 Calentao de frijoles con arroz, acompañado de 2 huevos revueltos o fritos, queso, tajada y arepa.</p> <p><b>Calentao Montañero</b> \$18.5</p> <p><b>Calentao Mexicano</b> \$19.3</p> <p><b>Calentao de la Casa</b> con carne de cerdo \$22.5</p> <p><b>Calentao de la Casa</b> con chicharrón \$24.9</p> <p><b>Cacerola El Rancherito</b> \$18.5 2 huevos revueltos o fritos con hogao, tocineta, maíz tierno, queso mozzarella, acompañados de arepa de chocolate y arepa de mote.</p> <p><b>Cacerola de Calentao</b> \$19.3 Calentao, 2 huevos fritos, maduritos y tostones de chicharrón, acompañado de arepa y quesito.</p> <p><small>*Las cacerolas no aplican para domicilio</small></p> <p><b>Cacerola de lentejas</b> \$18.7 Huevos con calentao de lentejas plátano maduro, carne molida y arepa de maíz</p>	<p><b>Entradas</b> Para picar y compartir</p> <p>Chorizo El Rancherito ..... \$19.8 Chorizo antioqueño 100% carne de cerdo</p> <p>Chorizo mediano ..... \$8.9</p> <p>Morcilla Montañera El Rancherito ..... \$9.6</p> <p>Empanadita de Iglesia * 20 ..... \$16.7</p> <p>Empanaditas de Iglesia *8 ..... \$8.2</p> <p>Patacones de la casa ..... \$17.1</p> <p>Patacones con hogao y guacamole ..... \$11.9</p> <p>Arepitas fritas x8 con hogao y guacamole ..... \$7.0</p> <p>Arepitas de carne ..... \$16.7</p> <p>Arepitas fritas con carne desmechada, chicharrón y palmas de la casa</p>	<p><b>Chicharrones</b> Para picar y compartir</p> <p>Chicharrón El Rancherito ..... \$32.5</p> <p>Chicharrón Mediano ..... \$18.7</p> <p>Chicharrón Ahumado ..... \$33.5</p> <p><b>Picada de Chicharrones</b> ..... \$45.6 Tostones de chicharrón, chicharrón ahumado, chicharrón tradicional con medallones de plátano maduro, arepa, tomate y limón</p> <p><b>Tostones de Chicharrón</b> ..... \$28.5 Lonja desiguada de chicharrón con chipi de plátano verde, guacamole, hogao y pica de pollo al limón</p>
--	--	---

Imagen 2 Especiales de la carta restaurante típico/tradicional antioqueño (El Rancherito).



**Imagen 3** *Pieza gráfica en el restaurante típico (El Rancherito) haciendo referencia a las tradiciones antioqueñas.*

Se encontró que un factor importante de gran impacto para los comensales del restaurante de comida típica es la experiencia que se vive en él, 64.7% de los encuestados entienden el lugar como un espacio para celebraciones especiales/tiempo en familia, un 22.1% entienden este espacio como un lugar para recordar y sentirse antioqueño mientras que el 13.2% restante como un espacio que simplemente se presta para situaciones diferentes a los demás. A diferencia del restaurante de comida típica, nos encontramos con que el restaurante de comida Fast Food Gourmet no es entendido en ningún momento por los comensales como un espacio de recuerdo, de revivir y sentirse antioqueño, resultado que muestra en gran medida uno de los mayores contrastes que existen entre ambos. A su vez, se evidencia la importancia de la comida natural, de los ingredientes y del uso de proveedores regionales, no solo por la pertinencia de esto para el sector gastronómico de la región, sino a su vez como un elemento clave de dicha gastronomía (ver **imagen 4**) para representar la cultura antioqueña por medio de los sabores:

“Pues todo lo que son ingredientes, técnicas e instrumentos hacen de cierta manera referencia a lo que se cocina, si lo que se busca es hacer una representación de las tradiciones o de la cultura como tal claramente la gastronomía hace parte de todo esto. La

cocina es un elemento de suma importancia para la cultura de una región o de un país, porque, por ejemplo, cuando uno sale de paseo a conocer otros lugares con otras culturas lo primero que siempre impacta y permite sentirse más íntimo con ella es la comida.” (Daniel Restrepo, 2022).

Este es otro elemento claro del contraste entre ambas cocinas, ya que en el caso del restaurante de Fast Food Gourmet nos encontramos con una falta de importancia por el uso de proveedores locales y productos artesanales: “La gran mayoría se podría decir que son procesados, ya lo que vendría siendo nuestras carnes si son naturales por completo, también usamos verduras y vegetales frescos como también toda la parva del local.” (Esteban García, 2022).



**Imagen 4** Pieza gráfica tomada de la página web del restaurante típico/tradicional (*El Rancherito*).

Se encontró que otro factor importante en ambas cocinas en donde existe una relación o sinergia es en la experiencia ya que los comensales de ambos restaurantes afirman hasta un 95.6% que la experiencia que busca brindar el restaurante (espacio tradicional para la familia en el caso del restaurante de comida típica y espacio de paso y socialización con amigos en el caso del restaurante Fast Food Gourmet) es evidente que se logra, a pesar de que existe una gran diferencia entre la experiencia que se brinda y se busca brindar ya que a grandes rasgos el restaurante de comida tradicional se enfoca en presentar la cultura y saberes de la región por medio de su gastronomía mientras que el restaurante de comida Fast Food Gourmet se centra en presentar una experiencia juvenil con grandes referencias a lo que es la comida rápida en otros lugares del mundo (con un gran énfasis

en la comida rápida estadounidense), ambos logran el objetivo de llevar esto hasta sus usuarios, sea desde sus emplatados (**ver imagen 5**) o desde sus espacios (**ver imagen 6**).



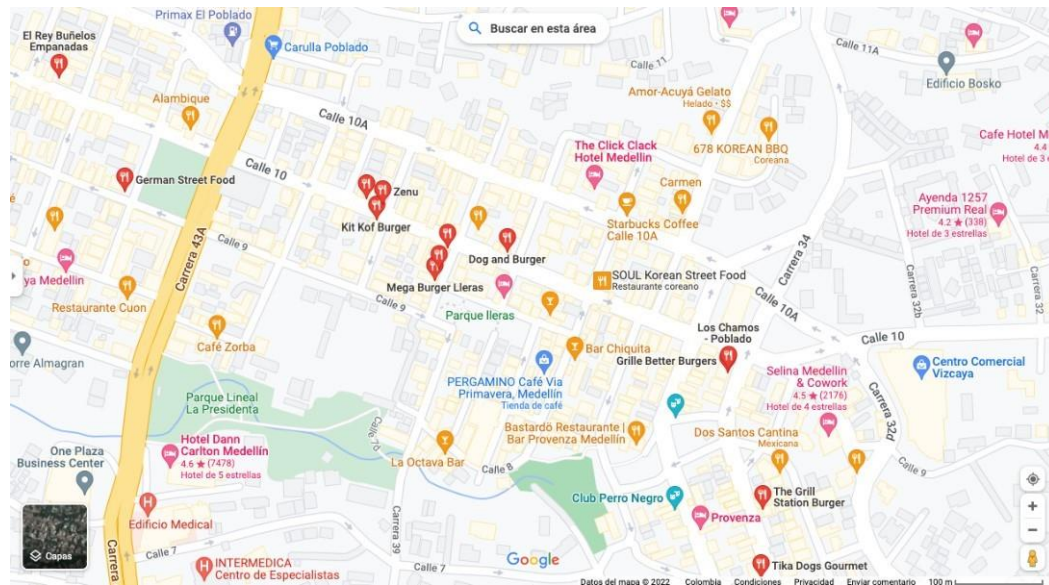
**Imagen 5** Fotografías platos gastronómicos de ambos restaurantes.



**Imagen 6** Fotografías ambos restaurantes.

Se encontró que los restaurantes de Fast Food Gourmet están ubicados en los espacios de mayor concurrencia de jóvenes y extranjeros en la ciudad de Medellín, en medio de bares, discotecas o lugares de encuentro haciendo de estos un lugar de fácil acceso; a todo esto se le suma la disponibilidad misma de diversos locales de comida rápida que están siempre disponibles para los comensales en cualquier momento y lugar; como resultado, encontramos una relación de 7 locales de comida tradicional a 19 locales de

comida Fast Food Gourmet en el sector del Poblado tomando como referencia Manila, Milla de Oro y Provenza (ver imagen 7).



**Imagen 7** Mapa restaurantes Fast Food Gourmet en los sectores comerciales, turísticos y gastronómicos del Poblado (Manila, Milla de Oro y Provenza).

Finalmente, 75% de los entrevistados aseguraron que se puede vivir una experiencia antioqueña en un restaurante de comida rápida como también una experiencia de comida rápida en un restaurante de comida tradicional, lo importante para tener en cuenta, como se mencionó, sería la manera en la que se implementa: “Si, no veo porque no, depende es ya de cómo lo haga el restaurante, pero si quieren, claro que pueden” (Daniel Quevedo, 2022). El 25% restante afirma que esta unión sería imposible ya que simplemente son cocinas y espacios diferentes: “No creo porque ya dejarían de ser restaurantes de comida rápida.” (María José Gutiérrez, 2022), “...la verdad no, son ambientes muy diferentes que se prestan para diferentes actividades.” (Juliana García, 2022).

## CONCLUSIONES

Primeramente se abordarán las conclusiones halladas en razón de los resultados del trabajo de investigación referentes a los objetivos específicos, podemos afirmar que las características de deseabilidad del Fast Food Gourmet son la experiencia brindada referente a lo juvenil, los emplatados o las diversas técnicas utilizadas en el proceso de presentar, servir y disfrutar de los platos, la manera en la que se llega al usuario y la manera en que dicha comida se relaciona con las demás actividades o estilos de vida de sus usuarios. En cuanto a experiencia se refiere a una de comodidad, de estar con amigos y hablar, un espacio dirigido hacia los jóvenes y las personas que buscan una comida rápida, rica, barata y económica, un precio justo por lo que se obtiene. En cuanto a las maneras de llegar al usuario se determinó que en gran medida se hace por medio de la voz a voz y las redes sociales, donde constantemente invita a los usuarios a eventos o promociones (**ver imagen 8**) y, finalmente, el tema de cómo dicha comida y restaurantes complementan las rutinas de los jóvenes, se ve primordialmente en las salidas o en la noche en donde estas comidas son una parada más, un sitio de paso, para los usuarios con planes posteriores.



**Imagen 8** Publicaciones en redes sociales del restaurante Fast Food Gourmet (Frieds).

Podemos, a su vez, concluir en razón a los hallazgos que los restaurantes de Fast Food Gourmet han logrado apoderarse en gran medida de los espacios gastronómicos y de reunión principales de la ciudad como se mostró con anterioridad; dicho esto, se logró evidenciar el porqué de la afluencia de personas en dichos locales y, de igual manera, por qué son tan apetecidos no solo por los locales sino también por los extranjeros que vienen a conocer de la región, estamos hablando de una ciudad en donde existe una gran diferencia en cuanto a los restaurantes y puestos de comida ofrecidos de Fast Food Gourmet en comparación con las ofertas encontradas de restaurantes de comida típica.

En cuanto a las características halladas en la gastronomía regional que permitan la comprensión del emplatado, su importancia y cómo debe ser un diseño acorde que se envuelva en las tradiciones culturales, se logró el cumplimiento de dicho objetivo por medio del trabajo investigativo realizado en el restaurante de comida típica, dichas características son: la naturalidad de los ingredientes a los cuales se les hace constante referencia tanto en la carta como en las páginas de información del restaurante, la manera de obtención de dichos ingredientes y materia prima la cual proviene de proveedores nacionales, lo cual no solo brinda un buen producto y calidad final sino que también se promueve todos los procesos, cultivos y economía regional y, por último, la característica de la presentación del plato, la cual hace siempre alusión a lo regional con elementos decorativos como la hoja de plátano, los cubiertos, utensilios y mobiliario de madera o piel y la organización de los elementos del plato; dicha organización toma un papel sumamente importante ya que además de hacer un apropiado uso de los diferentes ingredientes y elementos para separar lo húmedo de lo seco (fríjoles de la carne o de la ensalada por ejemplo), lo principal de lo que acompaña (chicharrón o chorizo del arroz, aguacate y el plátano), encontramos una relación de orden que busca siempre llevar los elementos hacia el centro del plato jugando con los colores de cada ingrediente y de los elementos decorativos que ya fueron mencionados.

También se lograron evidenciar las características potenciales de ambas gastronomías (**ver imagen 4, 6 y 7** en el apartado de Resultados). Sus contrastes y sinergias (**ver imagen 1, 2 y 5** en el apartado de Resultados), que permitan involucrar la cultura

gastronómica antioqueña a las nuevas tendencias y permitir así la interiorización de la gastronomía tradicional por medio de la adaptación de dichas cocinas. Se evidencia que, en gran medida, al comparar los restaurantes de Fast Food Gourmet y el restaurante de comida típica, las técnicas como ahumado, adobado y demás técnicas que necesitan de un trato especial de los ingredientes para realzar o dar sabor a estos, se obtienen de manera industrializada en los de comida Fast Food Gourmet mientras que en los restaurantes de comida típica dichas técnicas se hacen de manera artesanal en el mismo restaurante. Se encontró una apropiación de los instrumentos industrializados o modernos, dichos instrumentos con el paso de los años han ido reemplazando los tradicionales que una vez se llegaron a usar en los restaurantes, por ende, se puede concluir que en cuanto a instrumentos culinarios no existe una gran diferencia en los dos tipos de restaurantes. Otro elemento o característica importante para resaltar es el mismo trato dado a los ingredientes, donde la naturalidad de los ingredientes y la obtención de estos mismos destaca en la comida típica a diferencia del Fast Food Gourmet. A su vez, esto tiene gran relación en la apropiación de la industrialización encontrada en los restaurantes Fast Food Gourmet, donde incluso los ingredientes que pueden fácilmente usarse de manera natural o artesanal son convertidos en un producto industrial lejos de ser saludable; ingredientes como el aguacate que pasa a convertirse en una pasta o salsa industrializada de “guacamole”, el queso que pasa a ser una salsa de queso americana y el frijol que pasa a ser un puré de frijol refrito importado de Estados Unidos. Ambas cocinas cuentan con características diferenciadoras entre ellas, pero a su vez con puntos en común, se evidencia la potencialidad y el impacto de la cocina tradicional en la economía y sostenibilidad del país al promover ingredientes naturales y un trato adecuado a estos mismos, cultivados y provistos por personas de la región; mientras que en el caso del restaurante de Fast Food Gourmet aunque tengan una gran falencia en este aspecto, tiene las características potenciales en los temas de innovación al darle diferentes texturas, sabores y finalidades a dichos ingredientes, respondiendo a las nuevas tendencias culinarias que busca constantemente la combinación de diversos y nuevos sabores o la manipulación de ingredientes convencionales por medio de técnicas innovadoras o vanguardistas. Además de esto, ambas gastronomías tienen puntos claves



que las hacen ser lo que son, características que resaltan tanto de manera positiva, como se evidenció y se mencionó anteriormente en los hallazgos en el caso de la comida típica que busca usar siempre ingredientes naturales de proveedores nacionales; de igual modo, en el caso del Fast Food Gourmet, se logró rescatar la experiencia ofrecida, el acercamiento hacia los usuarios y el tipo de espacio que este mismo representa para ellos dentro de sus vidas y que hacen. Se lograron también evidenciar los elementos negativos de estas mismas como los costos o falta de innovación de la comida típica en comparación con el Fast Food Gourmet, como también dentro del mismo hallazgo, los intentos de los restaurantes en tendencia (comida rápida, Fast Food Gourmet y comida extranjera) por redefinir la comida típica al cambiar el origen y trato de sus ingredientes, la conformación y presentación de sus platos, o el simple hecho de llamar sus creaciones como algo tradicional por el mero hecho de llevar 1 o 2 ingredientes de la cocina antioqueña, donde se termina tergiversando la identidad y tradiciones de una cultura gastronómica tan rica como la de nuestra región.

A raíz de esto, para el apropiado cumplimiento de dicho objetivo principal se planteó como entregable final del proyecto investigativo, un Manifiesto de resignificación culinaria antioqueña (**ver Anexo**), con una estructura que consta de 6 declaraciones ideadas y desarrolladas como resultado final del trabajo realizado que muestran la intención del mestizaje entre ambas cocinas, de las características potenciales encontradas, de los elementos sujetos a mejoras y de las necesidades y requerimientos de las nuevas tendencias culinarias, que permita la innovación dentro de la cultura gastronómica antioqueña sin que esta pierda o se termine por convertir en una caricatura de lo que solía ser en el proceso tanto de ideación, de representación como a su vez en el proceso de abordar y hacer parte de las nuevas tendencias culinarias dinámicas que hacen parte de nuestra cotidianidad.

Finalmente, este trabajo no pretende ser el recurso definitivo para la definición de una nueva gastronomía culinaria, la salvaguardia de la ya existente o el nuevo testamento para los futuros emprendimientos gastronómicos en la ciudad de Medellín; este proyecto logra plantear en la mente de quién lo lea las posibilidades existentes de una cocina

tradicional en las nuevas tendencias, exponer las problemáticas halladas en el contexto tratado y abrir las posibilidades para nuevos proyectos de investigación con intenciones similares a las mías. Se recomienda, si es el caso de quien lo lee, que si se desea continuar con el proyecto de investigación o ahondar en otras cocinas y tendencias diferentes a las tratadas, abundar y hacer vigilancia rigurosa de las tendencias gastronómicas en presente y a futuro, darle seguimiento a las cocinas que se encuentran en furor actualmente y su razón de ser, continuar en todo momento dándole prioridad al conocimiento adquirido de las generaciones pasadas en los temas culinarios y a la naturalidad y sostenibilidad de los ingredientes, técnicas y procesos abordados. Entender esto como un proceso de diseño social, que como en el caso de esta investigación, busca generar la conciencia sobre los problemas sociales encontrados en un contexto, abundar en él y encontrar soluciones que se enfoquen no en las ramas de dicho problema, sino en su raíz.

## **AGRADECIMIENTOS**

Son muchas las personas que han contribuido a este proyecto y como tal a mi formación como profesional, primeramente, deseo hacer un agradecimiento a mi tutor Raúl Alberto Domínguez quien ha estado presente como un apoyo constante en cada aspecto del proyecto durante el último año y medio, a mis padres por su presente apoyo en cada día de mi formación y a quienes les debo gran parte de mi aprendizaje y mi gusto por el diseño y la investigación. Finalmente, deseo agradecerle a 2 de mis compañeras de carrera, Valentina Atehortúa y Sara Simmonds, quienes, aunque no hicieron parte del proceso final del proyecto por asuntos académicos, me permitieron darle un camino y estructura a este.

## ANEXO. Manifiesto.



MANIFIESTO  
RESIGNIFICACIÓN  
CULINARIA  
ANTIOQUEÑA

MATEO DUQUE ESCOBAR

**01**

**SE RECONOCERÁ Y PROTEGERÁ LAS RAÍCES DE NUESTRA GASTRONOMÍA**

La gastronomía tradicional antioqueña y cualquier otra cocina que decida agregar en su carta algún plato con carácter tradicional, deberá respetar y proteger la identidad de dicha cultura, el uso de ingredientes naturales cosechados y provistos por proveedores locales será imprescindible para esto, cualquier uso de ingredientes extranjeros que busquen sustituir los ingredientes locales será despreciado y se tachará dicho plato como una calcatura misma de la gastronomía antioqueña.

**02**

**UN MESTIZAJE GASTRONÓMICO**

A pesar de que nuestra gastronomía se diferencia por la naturalidad de sus ingredientes y la labor existente detrás de cada preparación, la gastronomía Fast Food Gourmet cuenta con elementos que unidos a estos permitirán el desarrollo y fortalecimiento de la cocina regional. La industrialización ha hecho de nosotros lo que somos hoy en día, ha permitido desarrollar nuevas tecnologías y conformar nuestra identidad como sociedad. Por esto, no se deberá dejar de lado los avances industriales dentro del campo culinario en cuanto a técnicas, procesos y el mismo trato de sus ingredientes, que no solo permiten la masificación de la cocina, sino también el desarrollo económico de la región en sí.

**03**

**LA COCINA DEBERÁ GARANTIZAR LA GASTRODIPLOMACIA**

La región antioqueña deberá de ser promovida como una marca a través de su cocina que buscará impulsar la economía, el desarrollo, comercio y turismo de la región. La cocina tradicional no podrá continuar siendo vista como un elemento aparte sin participación política ni social, tampoco deberá de continuar siendo visto como un plato compuesto únicamente por arroz, frijol, chicharrón, plátano, etc. La gastronomía es y siempre será la primera y más importante muestra cultural que tenemos, por esto, se despreciará cualquier plato que lleve un nombre referente a la región y no la represente a nivel nacional e internacional.

**04**

**SE PROVECTARÁ LA IMAGEN GASTRONÓMICA REAL DE LA REGIÓN**

Siempre existirá un orgullo por nuestro territorio y cultura, un orgullo que va desde nuestras montañas a nuestras ciudades, un orgullo que va del cafetal a la marquesina y del maíz al plátano, somos la proyección misma de nuestra región y su diversidad, por esto, se deberá reivindicar nuestra forma de entender nuestro producto culinario y el territorio en sí, así mismo como somos una mezcla de razas, historias y vivencias, nuestra cocina también deberá ser una representación misma de esto, no requerimos de interiorizar culturas externas, la cocina deberá de proyectar nuestra esencia, mostrar nuestra diversidad pero al mismo tiempo nuestra unidad.

**05**

**LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL DEBERÁ DE SER INNOVADORA Y FLEXIBLE**

La gastronomía antioqueña no podrá continuar sin cambios para hacer parte de las nuevas tendencias gastronómicas, dicha cocina deberá de implementar diferentes técnicas culinarias de vanguardia dentro de sus creaciones para lograrlo, el uso de nuevos ingredientes en el plato que agreguen nuevas texturas, colores y combinaciones de sabores no estará visto como algo ajeno a este cambio, será de hecho, fundamental, que estas nuevas introducciones sucedan.

**06**

**TODO PLATO DEBERÁ DE SER PRESENTADO DE MANERA ACORDE**

Todo plato deberá seguir las normas tradicionales del equilibrio, la unidad, el enfoque y el color, así mismo, se podrán hacer uso de composiciones simétricas, rítmicas, triangulares, horizontales o transversales que permitan mostrar cada ingrediente y componente del plato con orden equilibrado para brindar una apropiada experiencia al usuario, será indispensable entender la experiencia del usuario como el elemento clave para la correcta integración de la comida tradicional en las nuevas tendencias existentes y porvenir. Cualquier plato que vele por una experiencia positiva e innovadora para el usuario será aceptado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alzate, M. (2021). Platos típicos de Antioquia y el Eje cafetero: Muestras de identidad y tradición. Institucional Colombia. <https://www.institucionalcolombia.com/descubre/platos-tipicos-de-antioquia-y-el-eje-cafetero-muestras-de-identidad-y-tradicion/>
- Arboleda, L. M. & Villa, P. A. (2016). Preferencias alimentarias en los hogares de la ciudad de Medellín, Colombia. *Saúde Soc. São Paulo*, V.25, N.3, p.750-759. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/309897436\\_Preferencias\\_alimentarias\\_en\\_los\\_hogares\\_de\\_la\\_ciudad\\_de\\_Medellin\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/309897436_Preferencias_alimentarias_en_los_hogares_de_la_ciudad_de_Medellin_Colombia)
- Ardila, I. (2016). El negocio de las hamburguesas en Colombia. *Revista PyM*. <https://revistapym.com.co/destacados/negocio-las-hamburguesas-colombia-proposito-corrall-nutresa>
- Cárdenas, H. (s. f.). Riesgos ambientales y sociales en el sector alimentos. Asobancaria. Recuperado 15 de septiembre de 2021, de <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2020/10/Riesgos-Ambientales-y-Sociales-Sector-Alimentos.pdf>
- Chávez, O. (2013). Consumo de comida rápida y obesidad, el poder de la buena alimentación en la salud. *Redalyc*, V.4, N.7, p. 176-199, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498150315010>
- El Universal. Cocina tradicional contra comida rápida. (2015). <https://archivo.eluniversal.com.mx/estilos/2014/cocina-tradicional-comida-rapida--994525.html>
- Estrada, J. (1996). Evolución y cambio de los hábitos alimenticios en Medellín durante el siglo XX1. En Melo, J. (1996). Historia de Medellín. Tomo II. Medellín: Suramericana de Seguros, p. 701-712.
- Gastronomía de Colombia. (s. f.). Wikiwand. Recuperado 17 de septiembre de 2021, de [https://www.wikiwand.com/es/Gastronom%C3%ADa\\_de\\_Colombia](https://www.wikiwand.com/es/Gastronom%C3%ADa_de_Colombia)
- Gril, F. (2021). Comida chatarra: aumenta su consumo y dispara obesidad. Revista Algoritmo. <https://www.algoritmomag.com/aumenta-consumo-de-comida-chatarra-obesidad/>
- Ministerio de Cultura. (2021). Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las comidas tradicionales de Colombia. Patrimonio Mincultura, Medellín. Recuperado 17 de septiembre de 2021, de <http://patrimonio.mincultura.gov.co/SiteAssets/Paginas/Publicaciones-biblioteca-cocinas/biblioteca%2019%20politica.pdf>
- Roldán, M. (2017). Alimentos, legislación y calidad. Portal UA. <https://portal.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/694ebffc-87be-4ca0-b055-f8ea457f3d6e/ALIMENTOS%2C+LEGISLACION%20Y+CALIDAD.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mDuBtxW>
- Salazar, S. y Betancur, M. (2016). Emprendimiento Fast Food Gourmet. Repositorio UCP. <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/4229/1/DDMAE44.pdf>
- Salazar, V. y Pineda, R. (2010) Prefactibilidad del proyecto: montaje de un restaurante de cocina fusión en la ciudad de Medellín Recuperado de:

[https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/2991/SalazarMonica\\_2010\\_PrefactibilidadRestauranteComida.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/2991/SalazarMonica_2010_PrefactibilidadRestauranteComida.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sánchez, L. (2021, 17 septiembre). ¿Qué es ser emprendedor? Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>

Trujillo, D. (2021) Tendencias de la comida rápida en Medellín Recuperado de: <https://trusabor.wordpress.com/2016/12/01/tendencias-de-la-comida-rapida-en-medellin/>

Westreicher, G. (2021). Fuerza de trabajo. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/fuerza-de-trabajo.html>