

**Vida social de un fruto: El chontaduro y sus significados raciales, alimenticios y sexuales en Bogotá**

Monografía de Grado  
Universidad del Rosario  
Escuela de Ciencias Humanas  
Programa de Antropología

Presentado por:  
Laura Carrero Farías

Director de Monografía:  
Stefan Pohl-Valero

Semestre I de 2018  
Bogotá, Colombia

*“La vida es un columpio que...  
Sube y baja sin parar”*  
El Afinaito

## **Agradecimientos**

A Don Jairo, Zulay, Petro, John, Dalia, William, Rita, Mireya, Yineth, Johana, Rigoberto, Carmen, Gerardo, la profesora Socorro y su esposo por confiar en mí siendo una desconocida y abrirme las puertas de sus negocios y de su forma de vida para la realización de este proyecto. Especialmente, le quiero agradecer a Don Jairo y a Zulay por convertirse en mi familia del chontaduro y hacerme desarrollar el gusto por este fruto.

A mi tutor Stefan, por guiarme con paciencia y siempre saber qué sugerirme. Sus reflexiones, sus ideas y la pasión que me transmitió por los temas de la alimentación fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

A mis papás, por apoyarme siempre en mis proyectos e ideas, por nunca presionarme y confiar en que terminaría este trabajo de grado.

A Daniel por siempre estar ahí para escuchar mis ideas, emocionarse con mis historias, alentarme y ayudarme con sus comentarios a mejorar este escrito.

Y finalmente, a Mari y a Mapi, por ser las mejores compañeras de universidad y por todas las lindas cosas que aprendimos juntas.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	5
Marco conceptual .....	7
Metodología y mi posición en campo .....	11
División del trabajo.....	16
<b>Capítulo 1. La marginalidad del chontaduro</b> .....	18
1.1 Introducción.....	18
1.2 ¿Y eso con qué se come? Contextualizando el chontaduro en Colombia .....	19
1.3 Heterogeneidad y estética del chontaduro.....	29
1.4 Conclusiones.....	33
<b>Capítulo 2. Chontaduro, raza e identidad</b> .....	34
2.1 Introducción.....	34
2.2 Espacialización o geografía de la diferencia: El regionalismo colombiano.....	35
2.3 Racialización del chontaduro: Modos de interpretación del conocimiento y el gusto.....	41
2.4 Conclusiones.....	46
<b>Capítulo 3. El chontaduro como alimento saludable y afrodisiaco</b> .....	48
3.1 Introducción.....	48
3.2 “Un chontaduro tiene la misma proteína que una libra de carne” .....	49
3.3 Racialización de la sexualidad: El chontaduro para la potencia sexual y reproductiva.....	56
3.4 Conclusiones.....	62
<b>Reflexiones finales</b> .....	64
<b>Bibliografía</b> .....	67

## Introducción

Antes de esta investigación yo no había probado el chontaduro. Creo que ni siquiera sabía bien cómo era. Solo había escuchado hablar de él a la doctora naturista de mi abuelita, cuando trataba de convencernos de dejar de comer carne y en su reemplazo consumir el chontaduro que, según ella, era la “carne” de los indígenas. Aparte de mi abuelita que está metida en este asunto naturista, no conocía a nadie más, cercano a mí, que consumiera y le gustara este fruto. Solamente alguno de mis conocidos me nombró que lo había probado una vez, que le había parecido horrible y que por eso nunca más había vuelto a comer. Así, todo esto me comenzó a parecer muy extraño, al punto de hacer que me preguntara ¿por qué no conozco el chontaduro? ¿Será que solo es por culpa de mi familia que nunca me lo dio a probar? Pero, además, ¿por qué mis conocidos no lo han probado y algunos otros lo ven como algo horrible?

Con esas inquietudes en la cabeza, decidí saciar mi curiosidad. Una tarde salí en bici a la plaza de mercado más cercana a mi casa y al expendio de frutas y verduras donde usualmente vamos a hacer mercado con mi mamá. Como era un día entre semana, en la tarde la plaza estaba desocupada, pero igual uno que otro puesto estaba abierto. Pregunté a una vendedora de frutas por el chontaduro y me dijo que eso no se conseguía ahí dentro, ni cuando era fin de semana, sino afuera, en “*la carreta ambulante de un negro*”. En cuanto al expendio de frutas y verduras, entré a buscarlo exhibido y tampoco lo encontré. Cuando pregunté por él, los encargados de la bodega me dijeron: “*Aquí se trajo una vez para la venta y se dañó [...] nadie compra eso aquí, así que por eso nunca más volvimos a traer*”.

Esas respuestas que obtuve en los lugares de venta más comunes para mí, lejos de reflejar únicamente mi subjetividad y lo que sucede alrededor de mi como persona de clase media en un barrio del norte de Bogotá, dan cuenta de un fenómeno mucho más grande. El chontaduro en Bogotá es especialmente difícil de conseguir en supermercados y expendios de frutas y verduras, así que su venta se da de manera informal en carretas atendidas en su mayoría por vendedores “negros”<sup>1</sup>. Sus vendedores aseguran que la mayor cantidad de sus

---

<sup>1</sup> Utilizo esta palabra porque se refiere a la manera como se autodenominan los vendedores que hicieron parte de este trabajo. El concepto se encuentra entre comillas porque es una categoría relativa y variable y en el siguiente apartado explicaré con más detalle a qué se refiere.

compradores no son bogotanos y durante mi trabajo de campo pude ver que algunos bogotanos que lo consumen lo hacen porque lo consideran un alimento saludable y/o afrodisiaco.

Ahora bien, considerando que los alimentos no solo cumplen la función de satisfacer una necesidad biológica, sino que reflejan actitudes y valores sociales y culturales, resulta relevante investigar un fruto como el chontaduro desde un punto de vista antropológico. El hecho de que el chontaduro solo sea encontrado en ciertos lugares, que sea vendido por una comunidad en particular, sea consumido por solo por algunas personas y se asocie a aspectos como la sexualidad y la salud en Bogotá, no es fortuito. Al contrario, es un producto de relaciones interregionales y raciales marcadas por la historia y el contexto colombiano. En este sentido, este trabajo pretende explorar ¿Cómo se construye la venta y el consumo de chontaduro en Bogotá y cómo estos se vinculan con relaciones raciales e interregionales en Colombia?

Con esta pregunta se da inicio a este proyecto encaminado a realizar una biografía del chontaduro<sup>2</sup>, examinando su cadena de producción, distribución y consumo, para dar cuenta de los valores sociales o significados que se han construido alrededor de la vida social de este fruto y que, a su vez, reflejan procesos sociales más amplios como la marginalidad de la alimentación, la construcción de las identidades regionales en Colombia, las nociones de salud, la racialización de la alimentación y de la sexualidad. Todo esto con el fin de argumentar que el consumo y venta callejera de chontaduro en Bogotá presenta una ambivalencia, pues por un lado es un producto marginal y por el otro, está cargado de propiedades y poderes que son deseados por los consumidores bogotanos.

En este marco, antes de entrar a mostrar y analizar lo encontrado en esta investigación, considero importante dar cuenta de las discusiones alrededor de la alimentación, la construcción de la identidad regional, la racialización y el chontaduro, así como aclarar algunos conceptos que son importantes para este trabajo. Después, exponer la metodología utilizada y mi posicionamiento en campo; y finalmente, mostrar cuál será el orden de los capítulos de este trabajo.

---

<sup>2</sup> Siguiendo la propuesta de Appadurai (1991) en el libro *La vida social de las cosas*.



Imagen 1. Revista Cromos (2017). Chontaduros cocidos en mitades

## **Marco Conceptual**

### *“Raza” y racialización*

Al pretender abordar el tema de las relaciones raciales e interregionales en Colombia y respecto al chontaduro en Bogotá, resulta pertinente explicar el concepto “raza” y la utilización de las categorías “negro” y gente “negra” a lo largo de esta monografía. Las ciencias humanas no han dado una definición única o definitiva al término “raza”, pero si hay varios puntos que comparten al momento de conceptualizarla y abordarla. La “raza” no es una definición objetiva sobre la variación fenotípica, ni algo dado biológicamente, sino una construcción social o un “hecho social [...] que varía en el tiempo y en el espacio” (Appelbaum et al, 2003:2). Asumir que es un constructo social, no implica que esta no exista o que no tenga efectos materiales y simbólicos concretos en determinadas poblaciones, pues las personas asumen las clasificaciones raciales como algo natural y se comportan como si las “razas” existieran. Esto finalmente lo que ocasiona es que esas clasificaciones se conviertan en categorías sociales de gran tenacidad y poder (Wade, 2000) y en factores de diferenciación, exclusión y dominación.

Sin embargo, a pesar de aceptar que la “raza” no tiene ningún fundamento biológico y que es una construcción social, existe un debate sobre si el concepto debe ser utilizado como categoría analítica o no. A finales del siglo XX, estando en boga las políticas multiculturales neoliberales, la “raza” fue rechazada como categoría analítica porque fue asociada al racismo y, por ese motivo, era políticamente incorrecto utilizarla. Esto implicó que en vez de “raza” se emplearan otros términos tales como etnia, etnicidad, grupo étnico y cultura (Arias y Restrepo, 2010). Colombia no escapó a estos debates, y este pensamiento multiculturalista se imprimió en la constitución política de 1991, donde se empieza a reconocer a la población colombiana como una mezcla étnica entre indígenas, españoles y africanos. En este contexto, las comunidades negras en particular pasaron de ser clasificadas mediante categorías como “negro” a considerarse un grupo étnico con derechos diferenciados por esta condición. Este reconocimiento (concretado en la Ley 70 de 1993) se ha acompañado, además, de nuevas categorías identitarias y de reivindicación política centradas en la referencia africana como *afrodescendientes* o *afrocolombianos*.

Ahora bien, así bajo esta mirada multiculturalista se considere políticamente incorrecto utilizar términos como “raza” o “negro”, en este trabajo hago uso de ellos de manera recurrente. Esto se debe a que, por un lado, son categorías nativas para las personas que hicieron parte de esta investigación, y en ese sentido prefiero ser fiel al uso cotidiano que ellos les dan a estos conceptos. Por otro lado, las utilizo porque, en vez de ser racistas, son términos analíticos que deben ser estudiados críticamente, pues lejos de ser obsoletos, estos conceptos operan de diversas maneras y son importantes para dilucidar las diferentes dinámicas de racismo en el país.

Una vez planteado el asunto racial, considero importante abordar el tema de la racialización. Esta se puede entender como una categoría analítica que se refiere al “proceso de marcación de las diferencias humanas de acuerdo con los discursos jerárquicos fundados en los encuentros coloniales y en sus legados nacionales” (Appelbaum et al, 2003: 2-3). Así, aunque la “raza” sea un concepto variable, esta crea realidades que son manifestadas precisamente en los procesos de racialización, que, aunque vienen desde el periodo colonial, siguen funcionando en las sociedades latinoamericanas actuales de diversas maneras. En el caso de este trabajo, se hace evidente cómo los discursos racializados están tremendamente

encarnados y se manifiestan alrededor del chontaduro en temas como la alimentación y la sexualidad.

### *Alimentación, raza y nación*

Los antropólogos se han interesado en la comida desde finales del siglo XIX (Mintz et.al, 2002) y han señalado que examinar los sistemas alimenticios es una puerta de entrada para dar cuenta de procesos sociales como la creación del valor político- económico (Mintz, 1996), el valor simbólico (Munn, 1986), y la construcción social de la memoria (Sutton, 2001). Cada escuela o corriente antropológica ha abordado la alimentación de maneras muy particulares, pero debido a mi pregunta de investigación, me centraré en discusiones muy puntuales.

Esta tesis tiene que ver en gran medida con el papel de la alimentación en relación con los procesos de construcción de identidades y diferencias humanas en términos regionales, procesos que son inseparables de percepciones racializadas de las poblaciones. Desde la historia y la antropología diversos trabajos han explorado el papel de los discursos raciales en la construcción de los estado-nación y de las identidades colombianas y latinoamericanas (Appelbaum et al. 2003; Bonilla-Silva, 2006; Peloso, 2013; Wade, 1997; Wade, 2000; Larson, 2004; Arias, 2005; Restrepo, 1997). No obstante, a pesar de ser muy completos y aportar elementos teóricos que aprovecho en esta investigación, estos trabajos no le han prestado mayor atención a la cuestión de la alimentación para dar cuenta de la construcción de identidades regionales y diferencias raciales en América Latina.

Sin embargo, el tema de alimentación, raza y nación ha empezado a generar interés académico en las últimas décadas. A partir del trabajo pionero de Pilcher (1998) sobre México y el de Weismantel (1988) en Ecuador, se han desarrollado recientemente investigaciones que han explorado el tema para Colombia. Además de trabajos detallados sobre alimentación y construcción de identidades y diferencias en la época colonial (Saldarriaga, 2011; Earle, 2012), se ha elaborado un panorama general de la relación entre discursos alimenticios, raza y construcción de nación para Colombia desde principios del siglo XIX hasta mediados del siglo XX (Pohl-Valero, 2014; 2016). También para el contexto rural andino colombiano de principios del siglo XXI se ha explorado el papel de las experiencias alimentarias en la “política cultural del sabor, la identidad y la distinción social”

(Camacho, 2011: 1). Con relación a las ciudades colombianas, se han abordado las trayectorias afrodescendientes en el mercado callejero en Bogotá (Meza, 2003), en Medellín (Galeano, 1997), así como la relación entre raza, alimentación e identidad en trabajos sobre los restaurantes del Pacífico en Bogotá (Serna, 2011; Godoy, 2017).

Enfocado en alimentos particulares, el trabajo de Sidney Mintz (1996) sobre azúcar y poder es un ejemplo paradigmático de la centralidad de los estudios de la alimentación, desde su producción hasta su consumo, para comprender desde nuevas perspectivas el mismo proceso de la modernidad y el capitalismo global. Aunque este trabajo no se centra específicamente en los procesos de construcción de identidades nacionales, su abordaje es un referente esencial para pensar en los procesos materiales y simbólicos a través de los cuales los alimentos adquieren diversos significados. Para el caso colombiano, algunos estudios han analizado los cambiantes significados de productos particulares, como la carne, la panela y la chicha. Estos estudios, desde diversas perspectivas, también abordan cuestiones sobre las representaciones racializadas de las poblaciones y sus vínculos con la construcción del estado-nación (Calvo y Saade, 2002; Flórez-Malagón, 2008; Robledo, 2010). Todos estos trabajos han sido un referente importante para pensar mi propio tema de investigación.

Específicamente, con respecto a trabajos articulados alrededor del chontaduro, existe una gran cantidad de estudios de ingeniería química (Restrepo y Estupiñan., 2012; Zuluaga & Smith, 1982; Chaparro, 2011) y de negocios internacionales (Novoa & Hilarión, 2007; Escobar et al., 2011), pero ninguno de corte social o antropológico. Sin embargo, hay algunos trabajos como el de Serna (2011), Meza (2003) y Godoy (2017), que, aunque no abordan el chontaduro particularmente, exploran temáticas similares a las de esta monografía y dan cuenta de los estereotipos e imaginarios sobre lo “negro” que se tejen y se manifiestan alrededor de los restaurantes del Pacífico en Bogotá y la venta callejera en esta ciudad también. Esta monografía, se asemeja a estos trabajos en el enfoque que se da a la venta y preparación de alimentos como ventana al mundo de las representaciones de lo “negro”, que indiscutiblemente están relacionan con asuntos de identidad, diferencia y poder. Asimismo, concuerdan en escoger un contexto ciudadano para realizar la investigación. No conozco a profundidad las razones que estos autores tuvieron para centrarse en Bogotá, pero por mi lado lo hice porque la capital es un lugar donde se manifiestan relaciones interregionales y raciales

y porque “las experiencias ciudadanas consolidan otro importante registro donde se recrean nuevas y heterogéneas formas de apropiación y significación del espacio y construcción de referentes de identidad” (Camacho y Restrepo, 1999: 8)

Ahora bien, queriendo aportar a la reciente y escasa bibliografía que aborda la alimentación como una puerta de entrada a los asuntos de construcción de identidad nacional y de racialización, es que este proyecto adquiere relevancia. Además, este trabajo es singular en tanto se centra en un fruto particular (no en un lugar o un oficio como los trabajos anteriormente citados) y en la exploración de la cadena de producción, distribución y consumo para entender las relaciones raciales e interregionales alrededor del chontaduro en Bogotá. Considero que no basta con analizar el problema desde su último eslabón, es decir, desde su venta al público en Bogotá, pues este fruto (como muchos otros) tiene una historia, una biografía que está marcada racialmente y marginalmente desde sus lugares de producción y formas de distribución. En este sentido, este trabajo se preocupa por dilucidar la biografía del chontaduro en su totalidad para tener un mayor entendimiento de sus particularidades en Bogotá.

### **Metodología y mi posición en campo**

Para responder a mi pregunta sobre la manera en que se construye la venta y el consumo de chontaduro en Bogotá y cómo estos se vinculan con relaciones raciales e interregionales en Colombia, se debe abordar la fruta protagonista de una manera particular. Asumo que para “descifrar” el chontaduro es necesario entenderlo de la manera como Barthes (2008) entiende los alimentos. Para él, la comida hace referencia “no solo a una colección de productos [alimenticios] que pueden ser usados por estudios estadísticos o nutricionales, [...] sino, a un sistema de comunicación, un cuerpo de imágenes, un protocolo de usos, situaciones y comportamientos”, el cual constituye una información: significa (Barthes, 2008: 29). En este sentido, existe comunicación a través de la comida, en este caso el chontaduro, y la forma de comprenderla es descifrando su gramática como si de textos se tratara.

En esta visión de la alimentación como texto, es importante entender que la información que gira alrededor del chontaduro está mediada por el “momento de su vida” en el que se encuentre y por seres humanos específicos, cuyas experiencias y lógicas, hay que mostrar. En este sentido, siguiendo el argumento de Appadurai (1991) sobre la vida social de

las cosas, en este trabajo de grado se abordará la vida social o la biografía del chontaduro, pues precisamente “lo que se destaca en las biografías, tanto de los miembros como de las cosas de las sociedades es, ante todo, el sistema social y las interpelaciones colectivas en que descansan” (Según Kopytoff 1991: 119). Por esta razón, se quiere presentar la biografía del chontaduro en este trabajo, explicando sus procesos de producción, distribución y consumo. Todo esto, con el fin de comprender qué momentos específicos marcaron el fruto, qué discursos lo han atravesado en su tránsito y cómo se relacionan con él las personas que lo producen, lo consumen y venden.

Puntualmente para dar respuesta a la pregunta de investigación planteada, se definieron tres objetivos específicos. El primero fue comprender y analizar los procesos de producción y distribución del chontaduro. El segundo, analizar cómo se relaciona la trayectoria de vida de las personas con la elección de su oficio de vendedor y/o como consumidor. Y finalmente, comprender la racialización del chontaduro a través de las atribuciones que las personas le dan como afrodisíaco y/o saludable. Para dar respuesta a estos objetivos, se utilizó un enfoque cualitativo basado en la observación participante acompañado de entrevistas informales en las carretas de venta de chontaduro en el Centro de Bogotá, la central de Abastos de Bogotá (Corabastos) y en un importante lugar de producción de chontaduro: El Tambo (Cauca). Adicional, se realizaron 3 entrevistas semi-estructuradas a un productor, un distribuidor y un vendedor, con el fin de obtener información más profunda sobre ellos y sus oficios. En total este trabajo de investigación tuvo una duración de dos meses repartidos entre noviembre del 2016 y febrero del 2017, de los cuales dos semanas estuvieron destinadas para la investigación en El Tambo.

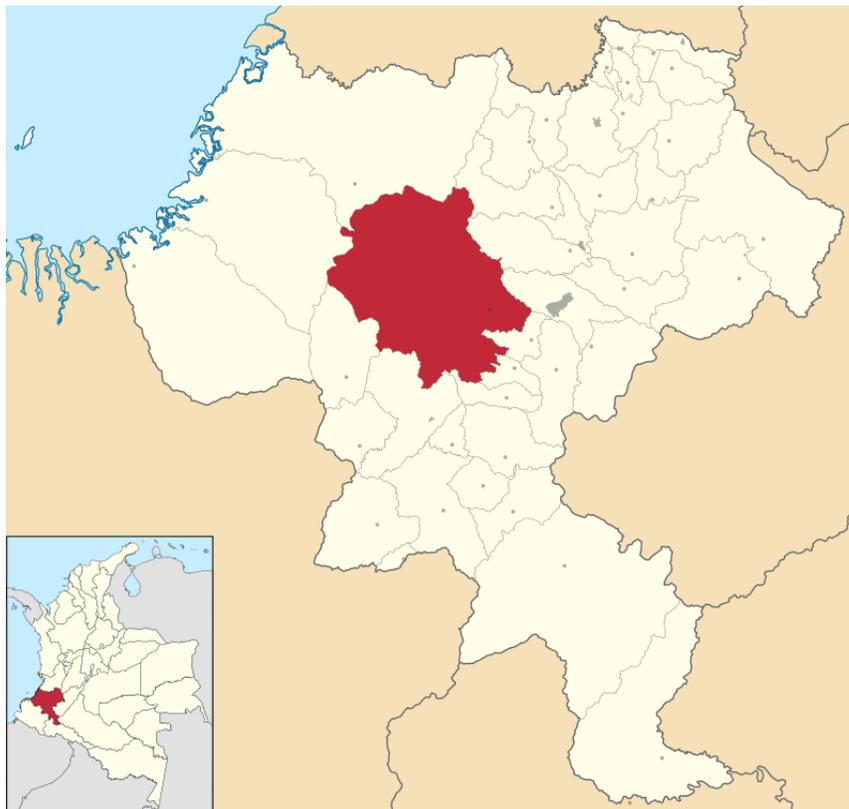
Para cumplir el primer objetivo de comprender y analizar los procesos de producción y distribución del chontaduro, se realizó trabajo de campo en Bogotá, pero también en El Tambo (Cauca). En Bogotá realicé visitas a carretas de venta ambulante de chontaduro en el centro de la ciudad y a bodegas de este fruto cerca de la central de abastos de Bogotá (Corabastos). En estos espacios de la ciudad, pude ver de dónde vienen los chontaduros que se venden en Bogotá, quienes son sus principales compradores que lo venden al menudeo<sup>3</sup>, cómo es su proceso de preparación para la venta, si las bodegas comerciaban o no con

---

<sup>3</sup> La venta que se realiza al consumidor final.

supermercados o expendios de frutas y verduras, quién los compraba para venderlos, cómo y dónde se vendían y cuáles eran los criterios de selección para escoger un buen chontaduro. Asimismo, realicé una entrevista semi-estructurada a Dalia, la dueña de la primera bodega de chontaduro en Bogotá.

Con relación a El Tambo, escogí este lugar porque, como lo mencioné anteriormente, me parecía importante saber de dónde venía este fruto y cómo funcionaba su proceso de producción para entender las dinámicas de consumo y la venta en Bogotá. Seleccioné El Tambo y específicamente al corregimiento de Cuatro Esquinas porque actualmente es el lugar donde mayor cantidad de chontaduro se produce en el país, tanto así que es conocida como la “capital del chontaduro”. El Tambo es un municipio ubicado en el departamento del Cauca, al suroccidente del País y a una hora de la ciudad de Popayán. Su corregimiento de Cuatro Esquinas queda a 10 km de la cabecera municipal de El Tambo subiendo por una carretera sin pavimentar.



Mapa1. Ubicación de El Tambo, en su región (Cauca) y en el País. Extraído de: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Tambo\\_\(Cauca\)#/media/File:Colombia\\_-\\_Cauca\\_-\\_El\\_Tambo.svg](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Tambo_(Cauca)#/media/File:Colombia_-_Cauca_-_El_Tambo.svg)

Concretamente, llegué a El Tambo por mis propios medios y sin conocer a nadie. Sin embargo, logré ingresar a la comunidad debido a la primera persona con la que hablé en El Tambo: Rigoberto, el ingeniero agrónomo del Área de desarrollo rural y agropecuario del municipio. En mis dos semanas de estancia, sostuve varias conversaciones informales con productores, señoras que trabajaban en la planta procesadora de chontaduro, líderes de las asociaciones de chontaduro, una profesora de la escuela de Cuatro Esquinas y por supuesto con Rigoberto. Adicional hice una entrevista más a profundidad de uno de los productores llamado Gerardo. Haber estado en Cuatro Esquinas, fue importante para entender de dónde viene el chontaduro, quiénes lo producen, cómo lo producen, aprender sobre sus cosechas, las cosas que afectan los cultivos, las opiniones e inconformidades de las personas respecto al comercio del chontaduro, la forma en que se manejan los agroquímicos en los cultivos y sobre la presencia del Estado y sus regulaciones en la zona.

Para cumplir el segundo objetivo enfocado en analizar las relaciones entre las trayectorias de vida de las personas con la elección de su oficio de vendedor y/o como consumidor, se recurrió a puestos de venta ambulante de chontaduro también. Acercarme a las carretas no fue fácil, pues los vendedores estaban ocupados trabajando todo el tiempo y, asimismo, hablar con los compradores era casi imposible porque la mayoría compraban y se iban rápidamente. Viendo la situación, empecé a colaborar con las ventas de las carretas para no parecer una “intrusa” y que mi presencia fuera útil para ellos. Esta colaboración fue clave, pues así no les incomodaba que estuviera tardes enteras con ellos, y porque al parecer una vendedora más (o la novia del vendedor como a veces creían) pude entablar una que otra conversación con compradores que se quedaban parados al frente de la carreta “para no comer solos” o por si se antojaban de echarle más miel o sal al chontaduro. Aquí, realicé otra entrevista semi-estructurada a un vendedor llamado Jairo Waldo. Particularmente, la visita a las carretas me permitió indagar quiénes eran los compradores y consumidores, de qué lugar del país venían, las razones por las cuales habían comenzado a comer chontaduro y/o a venderlo, y las diferentes formas de preparación, selección y consumo que las personas tienen del chontaduro.

Finalmente, para cumplir el tercer objetivo de comprender la racialización del chontaduro a través de las atribuciones que las personas le dan como afrodisíaco y/o

saludable, fue importante una vez más el trabajo de campo realizado específicamente en las carretas de chontaduro del centro de la ciudad. En ellas, se pudo observar las razones de consumo con relación a usos, propiedades y bondades atribuidas al chontaduro, las estrategias de venta de los vendedores, en qué consistían esos beneficios, con qué fines se utilizaban y si habían dado resultado.

Aparte de la observación participante y las entrevistas, me parece importante hablar de mi posicionamiento en campo, pues la forma de relacionarme con las personas y de insertarme en sus trabajos tuvo mucho que ver con esto. Tanto vendedores como productores me reconocían como una estudiante universitaria de Bogotá y me decían que yo era “blanca”. Primero el hecho de ser mujer hizo que muchas veces se me tratara de una forma amable, otras con coqueteo, y otras con asombro porque nadie entendía que hacía una niña sola en lugares peligrosos de la ciudad<sup>4</sup> o en lugares apartados de mi casa (como cuando estuve en El Tambo). Segundo, el ser “blanca” me ponía en un espacio de diferenciación para ellos, donde yo llamaba la atención en lugares como El Tambo (eso también se debía a mi forma de vestir) y donde todo el tiempo existían comparaciones generalizadas de cómo somos y nos comportamos “los blancos” en comparación a “los negros”. Tercero, ser de Bogotá hizo que en un primer momento los vendedores o las personas pensarán que yo era poco amable y fría (por el imaginario que se tiene de los bogotanos como engreídos y antipáticos), pero a medida que me fueron conociendo, fue tal su agrado hacia mí, que muchos me decían que yo no parecía de Bogotá, que yo era una “rola Chévere”, es decir, amable y “buena gente”. De igual manera, ser de Bogotá, hizo que muchas personas en El Tambo me pidieran favores o que les pasara información que solo se podía averiguar en la capital, aprovechando que yo vivía ahí y que ellos me habían ayudado con mi investigación. Finalmente, el ser universitaria, por un lado, me daba un respaldo para inmiscuirme en sus vidas y por el otro lado, me daba importancia porque, como se mencionó anteriormente, el chontaduro se ha investigado más en términos empresariales, industriales y nutricionales y no en relación con la comunidad que hace parte de la producción, la distribución y la venta de este fruto (quienes se sentían contentos porque yo me interesara en su producto).

---

<sup>4</sup> Como muchas veces se suelen considerar varios sectores del centro de Bogotá o el sector detrás de Corabastos.

Aunque anteriormente mencioné que ayudarle a los vendedores en sus carretas me abrió espacio de confianza, esto no solo lo hice para poder entrar al campo, sino porque quería ayudarlos de alguna u otra manera y no ser solamente esa persona interesada en extraer información, encontrar lo que estaba buscando y luego retirarme sin ofrecer nada a cambio. Con algunos hice relaciones más estables que con otros o con algunos ni siquiera las pude tener porque desde el principio me dijeron que no querían participar en investigaciones porque eso no les aportaba nada (la persona que me dijo eso usualmente se hace cerca de mi universidad, así que muchos estudiantes la suelen abordar con preguntas). Parte de las formas en las que ayudé, fuera de mis objetivos de investigación, fueron servir los vasos de jugo, recibir el dinero, armar los vasos de chontaduros, comprar la sal o el azúcar cuando se acababan, atender el negocio mientras los vendedores iban a comer o incluso ser el servicio de internet y minutos de celular. Todas estas actividades las realicé con agrado y así como les dije al inicio, fueron muy importantes para acercarme a las personas y que ellas confiaran en mí.

Ahora bien, contando con la información obtenida y la forma que tiene cada persona de analizar lo que encuentra en campo, presentaré la organización de este trabajo enfocado en comprender cómo se construye la venta y consumo del Chontaduro en Bogotá y cómo estos se vinculan con relaciones raciales e interregionales en Colombia

### **División del trabajo**

Este trabajo se dividirá en tres capítulos, respondiendo a los tres objetivos específicos que se nombraron anteriormente. Así, el primer capítulo abordará de manera general los procesos producción en El Tambo (Cauca), de comercialización en Corabastos y de venta en carretas ambulantes en el centro de Bogotá. Asimismo, se examinarán las características organolépticas que este fruto posee, como por ejemplo su fuerte olor o su falta de homogeneidad. Allí aparecerán cuestiones de la estandarización y lo estéticamente agradables que deben ser los alimentos en el mercado. Todo con el fin de argumentar que el chontaduro es un fruto marginal a múltiples escalas en el país, debido a las particularidades de su proceso de producción, comercialización, venta al menudeo y por las características físicas y sensoriales que este posee.

El segundo capítulo busca argumentar que el chontaduro en Bogotá es considerado, por varios consumidores, distribuidores<sup>5</sup> y vendedores, un alimento de identificación regional del Pacífico (Cauca, Valle del Cauca y Chocó) y fuertemente racializado como “negro”. Para este fin, este capítulo se dividirá en dos secciones: una que mostrará cómo las divisiones regionales colombianas han dado lugar a la existencia de fuertes identidades regionales que se piensan relacionadas a unos alimentos considerados propios o autóctonos; y la otra sección, encargada de explorar cómo la racialización, entendida desde Appelbaum et al. (2003), se manifiesta a través del chontaduro.

Finalmente, el tercer capítulo tiene dos objetivos. Por un lado, analizar la manera en que los productores, distribuidores y especialmente consumidores se refieren a las propiedades saludables del chontaduro a partir de las categorías desarrolladas por Lupton (1996), y cómo esa noción de saludable está fuertemente relacionada con el encuentro entre otredades y la exotización que de esa deviene. Por el otro lado, este capítulo busca explorar cómo se racializa la sexualidad al concebir el chontaduro como afrodisíaco (ya sea como potenciador sexual o reproductivo) y cómo los vendedores se apropian de esa racialización como estrategia de venta.

Cada capítulo contará con su introducción y conclusiones pertinentes para efectos de claridad. Por esta razón al final de este trabajo, a modo de conclusión general, se desarrollarán unas reflexiones finales que discutirán los argumentos centrales, la forma de acercarse al tema de la alimentación, así como cuestiones abiertas o que faltaron por explorar.

---

<sup>5</sup> Aclaro que cuando hablo de distribuidores me refiero en conjunto a comercializadores (vendedores de centros de acopio) y a vendedores finales.

## Capítulo 1. La marginalidad del chontaduro

### 2.1 Introducción

Aunque ningún productor, vendedor o comprador se haya referido explícitamente al chontaduro como un alimento marginal, este se puede llegar a considerar así por las propias dinámicas de producción y distribución que observé, por quienes lo producen y lo venden y por historias de algunas personas.

Siguiendo a Elizabeth Finnis (2012) el término marginal se refiere a “distintos alimentos y prácticas culinarias que han tendido a ser asociadas con poblaciones y grupos culturales periféricos o no de la élite; esto incluye culturas indígenas, migrantes, o grupos locales que han sido, al menos oficialmente, subsumidos por nociones de un todo coherente nacional y dominante” (p.1). Sin embargo, así como la autora lo afirma en su libro, lo marginal no es una categoría dada o fija, porque lo que puede ser comida marginal en un tiempo y lugar específico, puede ser un alimento cotidiano en otro lugar o durante otro momento; o incluso, lo que un grupo puede considerar como no comestible, inapropiado o de bajo estatus, puede jugar un rol importante en la diversidad dietética o la creación y mantenimiento de límites sociales, identidad y subsistencia para otros.

Sumado a lo expuesto por Finnis, Richard Wilk (2012) considera que un alimento marginal puede ser “extremadamente común, económico, de bajo estatus, raro, costoso, limitado a temporadas o en distribución o altamente perecedero” (p.15) Así, aprovechando las ideas de estos autores, considero que la marginalidad no solo se evidencia de esas maneras sino también en la importancia comercial que alcance un fruto o no, la forma en la que es distribuido y producido, así como en el grado de homogenización y estandarización que alcance dentro de las lógicas modernas de lo que sería un “buen alimento”. Bajo esta perspectiva, este capítulo empezará narrando la biografía del chontaduro desde su producción, pasando por algunos momentos de su distribución y consumo. Todo esto con el fin de argumentar que el chontaduro es un fruto marginal a múltiples escalas y de diferentes maneras, debido a las particularidades de su proceso de producción, el lugar donde es distribuido en Bogotá, su venta informal y las características organolépticas que este posee.

## ¿Y eso con qué se come?<sup>6</sup> Contextualizando el chontaduro en Colombia.

Aunque yo lo conocí como chontaduro (y así me referiré a él durante todo el trabajo), en Colombia también se le dice Cachipay, en otros países Pejibaye o Peach Palm (en inglés) y su nombre científico es *Bactris gasipaes*. Este fruto es originario de las regiones tropicales y subtropicales de América y por mucho tiempo fue importante para la alimentación de los indígenas del bosque húmedo tropical (Patiño, 1958; Collazos, 2004). Su crecimiento se da en palmas (como racimo) y en Colombia se cultiva en todo el litoral Pacífico, que incluye los departamentos de Nariño, Cauca, Valle del Cauca y Chocó, [...] en los llanos orientales y la Amazonía (Departamentos de Caquetá y Putumayo) (Sinisterra et al., 2003), y en menor medida en Valles interandinos. Según el Anuario de Frutas y Hortalizas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Colombia poseía 9.225 hectáreas sembradas, que arrojaron una producción de 73.117 toneladas durante el año 2010 (Agencia de noticias UN, 2012). Actualmente no se encuentran estadísticas nacionales sobre las hectáreas sembradas de este fruto, pero hay que recalcar que esa cifra del 2010 ha cambiado debido al programa de sustitución de cultivos ilícitos (donde se dieron a campesinos varias plantas de chontaduro para sembrar) y la plaga del Picudo<sup>7</sup> que entre 2010 y el 2013, disminuyó en un 90% los cultivos de Buenaventura y el Chocó (Agencia de noticias UN, 2015).

Debido a la disminución de la producción en Buenaventura y Chocó, El Tambo (Cauca) tomó el protagonismo, convirtiéndose, según sus pobladores y el diario El País (2014), en el lugar de mayor producción de chontaduro en Colombia. Por esta razón en el siguiente apartado, nos centraremos en El Tambo (Cauca) para conocer las particularidades de la producción del chontaduro.

### *Producción*

En el Tambo (Cauca), específicamente en el corregimiento de Cuatro Esquinas, quienes siembran chontaduro son campesinos que han vivido la mayoría de su vida allí y que quisieron seguir con el negocio que habían empezado sus padres. Especialmente Cuatro Esquinas, es un lugar idóneo para la siembra de chontaduro, porque, según sus pobladores y

---

<sup>6</sup> Utilizo esta pregunta no solo porque se refiere a cómo se consume algo, sino porque en el lenguaje coloquial colombiano, este cuestionamiento se utiliza para pedir explicación de algo que no se entiende ni se conoce.

<sup>7</sup> Este es un cucarrón que afecta a la palma de chontaduro.

el ingeniero agrónomo Rigoberto, presenta un clima húmedo transicional al seco, el cual se encuentra influenciado por la corriente de aire caliente proveniente del valle geográfico de Río Patía y la corriente de aire frío que desciende de la cordillera occidental. En términos de producción, una vez sembrada la plántula de chontaduro, esta toma 6 meses para nacer y 4-5 años para dar frutos por primera vez. Las palmas pueden llegar a crecer hasta los 20 metros y pueden proporcionar hasta 8 años de producción dependiendo de los cuidados que se le den. Una vez comienza a dar frutos, las cosechas de chontaduro se dan dos veces al año: entre enero-abril y en menor medida entre agosto-noviembre. Como las palmas deben sembrarse mínimo a 6mts X 6mts de distancia la una de la otra, en una hectárea puede haber hasta 204 palmas y cada una de ellas puede producir entre 50- 100 kilos de fruto al año.

Anteriormente la producción de chontaduro se hacía sin la utilización de productos agroquímicos, hasta que, en 1975, una plaga empezó a afectar los cultivos. En ese momento el asunto fue controlable y del 2010 para acá, ha sido tal el impacto del Picudo, que, para mantener los cultivos, se utiliza un insecticida agrícola que está discontinuado en varios países, y que además es aplicado por los productores de manera indiscriminada. En cuanto a la cosecha de este fruto, según lo que pude ver en El Tambo, esta se hace de manera manual y se podría decir que artesanal, teniendo en cuenta los instrumentos hechos en madera (Marota o Subidor) que se utilizan para subir por el tallo espinado de la palma (Imagen 2) y por la falta de protección que poseen los trabajadores.

La marota (Imagen 3) está conformada por dos triángulos con salientes que son amarrados a la palma con unos lazos revestidos de alambre dulce para poder subir hasta el fruto. La operación consiste en que el operario sube a la palma con ayuda de la marota, hasta llegar al racimo para halarlo y desprenderlo. Luego lo amarra con una cuerda y lo deja descender suavemente para que otro operario lo reciba y lo lleve al centro de acopio. Aunque este procedimiento se lleva utilizando por años, es peligroso por la falta de seguridad que tienen los operarios (no solo por la altura a la que están expuestos sino por las grandes espinas que tiene el tronco de esta palma), y a la vez, se traduce en una pérdida, porque muchas veces en el proceso, se desprenden los racimos de la cuerda, se caen fuertemente al piso y se dañan.



Imagen 2. Foto de Carrero, Laura.  
Tallo espinoso de la palma de chontaduro



Imagen 3. Foto de Carrero, Laura. Marota o subidor

Según Sinisterra et al. (2003), “el chontaduro es una fruta que no está normalizada por el ICONTEC<sup>8</sup> con su Norma Técnica, [y por lo tanto] el mercado se realiza por parámetros empíricos entre los comercializadores y productores [...]” (p.86). El ICONTEC, fue fundado en 1963 debido a la “necesidad de crear una organización que trabajara el tema de las normas técnicas, para mejorar la productividad y la competitividad de la industria nacional” (Icontec, 2016). Este instituto colombiano maneja normas para temas educativos, turísticos, de construcción, de agricultura y alimentos, entre otros con el fin de definir las especificaciones y requisitos que deben reunir los materiales, equipos y servicios para cumplir con los estándares de la calidad. Respecto al tema de agricultura y alimentos, el ICONTEC busca fomentar las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que son “todas aquellas actividades relacionadas con la producción, procesamiento y transporte de productos de origen agropecuario, orientadas a asegurar la inocuidad del producto, la protección al medio ambiente, y la salud y el bienestar de los trabajadores que laboran en el campo” (Icontec, 2016: s.p). Aunque la mayoría de los productos perecederos en el país no están normalizados por este instituto, muchos productores de chontaduro manifestaron que consideran importante que lo esté, puesto que cuando un producto no lo está, su producción, distribución y comercialización no están estandarizados y cada actor dentro del proceso hace las cosas como le convenga o crea correctas. Además, como se mencionó, la idea de estar bajo las normas técnicas de este instituto es alcanzar estándares de calidad para fomentar la competitividad y, por supuesto, la exportación.

Un ejemplo frecuente citado por los productores con respecto a la carencia de normatividad y normalización es la intermediación. Esta hace referencia a la necesidad que tienen la mayoría de los productores de recurrir a un intermediario (dueño de camiones) para poder vender su mercancía puesto que viven lejos de la carretera principal y no tienen los medios ni los contactos en las ciudades para vender su mercancía. Como muchos productores manifiestan, al no haber control de precios o algún mecanismo que regule la venta de chontaduro, el mercado se maneja de forma informal y los intermediarios fijan un precio de manera ventajosa para ellos, quedándose así con un alto porcentaje de las ganancias que da este fruto en el mercado. Así a los productores se les compra el kg de chontaduro a “precio

---

<sup>8</sup> Instituto Colombiano de normas técnicas.

de huevo”, mientras que los intermediarios lo venden en las plazas o centros de abastos a casi al triple de lo que se lo compraron a los productores.

Otra cuestión importante que sucede en los lugares donde se produce gran cantidad de una fruta o verdura, es que los productores se dan a la idea de hacer derivados de aquello que producen. Sin embargo, desarrollar derivados requiere de equipos y maquinas procesadoras que son costosas y que lamentablemente muchos sectores productores no logran poseer. En el caso del Tambo, hace unos años, fueron donados unos equipos para el procesamiento de chontaduro por la agencia presidencial para la Acción Social. Desde entonces, algunas empleadas de la planta hacen harina de chontaduro, chontaduros en almíbar o salmuera, panes, tortas, chicha, jugo, yogurt o sabajón. Pero, esas preparaciones se realizan muy eventualmente cuando les hacen pedidos de harina (que es lo que más se vende) o cuando van a participar en alguna feria para poder así promocionar sus productos. Así, si bien están los implementos para el procesamiento del chontaduro, las personas en el Tambo no tienen contacto directo con los principales compradores de estos productos, ni tampoco han podido dar a conocer a mayor escala sus productos. A pesar de las maquinas, para ninguno es un secreto que están alejados de los grandes lugares de consumo y que necesitan mayor apoyo en la comercialización y mercadeo de este tipo de productos.

En este contexto productivo del chontaduro, es posible entrever varios aspectos que dan cuenta del carácter marginal de este fruto. Primero el ser producido en un lugar lejano, donde incluso para los productores es complicado llevar sus frutos a la carretera principal. Segundo, el no estar normalizado por el ICONTEC, lo que representa para los productores una desventaja frente a los intermediarios. Tercero, ser producido de manera artesanal<sup>9</sup> y con poca seguridad para los trabajadores. Y finalmente, la falta de apoyo institucional para lograr una mejor conexión entre productores y comercializadores, así como dar a conocer mejor el chontaduro y sus derivados. Por estas razones, es que el chontaduro se considera un alimento marginal, pues queda reducido a un fruto de “bajo perfil”, que no es lo suficientemente importante en la economía del país para buscar su mayor comercialización y su más alta calidad y competitividad en el mercado. Incluso como se verá a continuación, la marginalidad

---

<sup>9</sup> Aunque para algunos productos la producción artesanal se constituye como un valor agregado al momento de entrar a la venta, este no es el caso, puesto que lo artesanal hace el proceso más peligroso y menos beneficioso para los productores.

no solo se manifiesta en este proceso de producción, sino también el de comercialización y venta final.

### *Comercialización*

Interesada en conocer cómo llegaba el chontaduro a Bogotá y en dónde se abastecían los vendedores de la capital, terminé visitando CORABASTOS (corporación de Abastos de Bogotá<sup>10</sup>). Para ir, contacté a un amigo que trabaja allí porque yo desconocía el lugar, quedaba lejos de mis lugares frecuentados y además sabía que debía ir muy temprano en la mañana para alcanzar a ver las dinámicas de comercialización del chontaduro. Anteriormente había buscado el precio oficial de este fruto en la página web de esta central de abastos, pero no lo encontré. Sin embargo, cuando hablaba con los vendedores ambulantes del centro de la ciudad, ellos me decían que lo compraban allí. Así que por eso fui, a las 5:30 am. Era impresionante lo lleno que estaba ese lugar siendo tan temprano en la madrugada, había cientos de camiones y trancón de personas, cajas y zorras (carritos de carga). Caminando dentro del tumulto, mi amigo me llevó a la Reina, una bodega donde venden toda clase de frutas al por mayor. Allí había de todo, sandías, melones, manzanas y peras en canastas enormes y a un muy buen precio, pero el chontaduro no lo veíamos por ningún lado. Preguntamos y nos dijeron *“Aquí no se vende eso, toca que vaya afuera, a las flores”*. Mientras caminábamos hacia allá mi amigo me dijo *“allá es peligroso y feo, es a la salida de Corabastos,[...] se le conoce como “el pequeño cartuchito”*.

El nombre de “pequeño cartuchito” me pareció muy particular, además de atemorizarme porque parecía hacer alusión al “cartucho”, uno de los lugares más peligrosos que tuvo Bogotá. El “cartucho” fue un lugar de microtráfico, prostitución e indigencia y supe que esa cuadra detrás de Corabastos tenía ese nombre porque allí muchos habitantes de calle y delincuentes se asentaron y realizaron las mismas acciones que hicieron famoso al “cartucho”. Cuando yo fui a esa gran cuadra, ya la situación no era tan problemática porque la policía había hecho un gran operativo para desalojar y “limpiar” el lugar. Sin embargo, para muchos ese lugar sigue siendo el “pequeño Cartuchito”, un lugar inseguro, informal y “feo”.

---

<sup>10</sup> Grandes bodegas encargadas de acopiar y abastecer alimentos de manera organizada y metódica a la capital del país y sus alrededores.

Una vez en esta cuadra detrás de Corabastos, después de caminar por unos cuantos locales ya empecé a sentir el característico olor del chontaduro, pero esta vez más fuerte y concentrado... como si lo estuvieran cocinando ahí mismo. En ese momento le dije a mi amigo “*aquí es, aquí es*” y entré. Era una bodega enorme, más grande que los puestos de venta dentro de Corabastos, con una montaña de racimos de chontaduro crudos y cinco ollas industriales hirviendo este fruto y expulsando un olor verdaderamente penetrante (más del que se siente cuando uno pasa por las carretas de chontaduro). Aunque comprar los racimos de chontaduro crudo es una opción, es muy común que los vendedores compren el fruto ya cocido por términos de practicidad. Cocinar el chontaduro toma aproximadamente 4 horas, además de requerir ollas medianamente grandes y una gran cantidad de agua. Por esta razón, muchos vendedores prefieren pagar un poco más de dinero para llevarse su pedido cocido y volver cada 3 o 4 días a comprar más (ya que el fruto cocido no dura más de esos días sin dañarse).

Ya eran las 6 am y dentro del ajetreo de la compra y venta de chontaduro en la bodega, no fue fácil encontrar un momento para acercarme a hablar con la que aparentemente era la dueña de lugar. Una vez lo logré, supe que ella era Dalia, una mujer proveniente del Caquetá y muy orgullosa de contarme que su esposo (Luis Enrique) había traído el chontaduro a Bogotá hace 25 años:

*“Luis Enrique, buscando qué podíamos vender para vivir, le compró 300 mil pesos en chontaduro a un señor que le ofreció, se los trajo en flota y nos posamos en una esquina de Corabastos a venderlo[...] Nadie lo vendía aquí, entonces para todos era muy extraño ver ese fruto y preguntaban que qué era eso. [Sin embargo] quienes lo conocían se emocionaban al verlo y lo compraban bastante”.*

Dalia me explicaba que la cosecha que estaba disponible en ese momento (febrero) en su bodega era de San José del Guaviare<sup>11</sup> y que en enero le habían llegado en promedio 230 toneladas del fruto. La cosecha de enero a abril, en la que estábamos en ese momento, era donde se encontraba una mayor disponibilidad de chontaduros de varias regiones, lo que conllevaba a una baja de precios considerable y que más personas buscaran vender chontaduro en las calles.<sup>12</sup> Esto último se traducía para Dalia en una buena época de ventas.

---

<sup>11</sup> A Bogotá también llegan las cosechas de chontaduro de El Tambo, Putumayo y el Llano Colombiano.

<sup>12</sup> En época de cosecha una arroba de chontaduros pequeños (chirilla) es vendida a 20,000 pesos aproximadamente, es decir, a la mitad del precio que tiene cuando no está en cosecha.

Así, dentro de los muchos clientes que llegaban a comprarle, vi dos vendedores ambulantes de chontaduro con los que había conversado en el centro de la ciudad. En el momento, eso me pareció demasiada casualidad, pero a medida que Dalia me fue contando particularidades sobre la distribución de chontaduro, entendí que evidentemente me había encontrado a esos vendedores conocidos por tres razones. La primera porque, así como lo nombró Dalia, *“los negros son los que más compran para vender en la calle... aunque ahorita lo están comprando también blancos”*; la segunda porque solo tres bodegas, la de Dalia, la de su hijo William (ubicada a una cuadra de la de ella) y otra son las únicas que surten chontaduro en todo Bogotá; y la tercera porque Dalia sostenía que *“Aunque los del otro local vendan el producto más barato, la gente prefiere comprármelos a mi porque están mejor escogidos, son de mejor calidad y cocinados con agua limpia”*.

Después de hablar con Dalia, me dirigí a la bodega de su hijo William. Esta bodega era más pequeña, pero vendía igualmente una gran cantidad de bultos de chontaduro. Al igual que Dalia, William me confirmó que efectivamente la mayoría de los compradores de ellos eran vendedores ambulantes y que en relación a ventas más grandes, como a supermercados, pasaba lo siguiente:

*“Ahorita solo enviamos 100 kg de chontaduro cada 3 días a un supermercado en Sogamoso llamado el Paraíso. Antes, le intentamos vender al Éxito<sup>13</sup>, pero eso ponen mucho problema y pagan tarde, al mes [...] y eso a nosotros no nos sirve porque necesitamos la plata para pedir más viajes de chontaduro. Eso sí, trabajamos con Surtifruver<sup>14</sup> un tiempo, pero era el mismo problema con el pago, además que molestaban mucho y a veces no nos pagaban todo si la fruta estaba magullada [...] y eso a veces no era culpa de nosotros sino del transporte y la acomodación”*.

Esta experiencia en Corabastos destaca o refleja, al igual que el proceso de producción del chontaduro, algunas particularidades que permiten ver la marginalidad alrededor del chontaduro en Bogotá. No solo son las palabras de William y Dalia mostrando que sus mayores compradores son vendedores ambulantes y que ha sido complicado vender su mercancía en supermercados y grandes mercados de frutas y verduras; sino el hecho de que este fruto (que ya lleva 25 años en el mercado Bogotano) no se pueda conseguir dentro de Corabastos y que solo se pueda comprar en tres bodegas ubicadas en el “pequeño cartuchito”.

---

<sup>13</sup> Gran cadena de supermercados colombiana.

<sup>14</sup> Importante cadena de expendio de frutas y verduras en Bogotá y Chía.

Si bien esta característica de ser vendido fuera de Corabastos no es exclusivamente del chontaduro, eso no quiere decir que deje de ser marginal, puesto que en general los otros productos que no se encuentran a la venta en Corabastos son en su mayoría de origen campesino y popular. En ese sentido, el chontaduro y estos otros productos están relacionados, pues su comercialización se da por fuera de los márgenes del mercado tradicional de frutas y verduras en la capital.

*Venta al menudeo*<sup>15</sup>

En Bogotá (y en muchos otros lugares del país), la venta de chontaduro es realizada de manera informal, en mayor medida, por hombres y mujeres “negros” del Pacífico colombiano, aunque cada vez más- como me dijo un vendedor que se hace llamar “Petro”- *“se van metiendo más blancos en el negocio”*. Este fruto es tan poco conocido en la capital, que algunos lo consideran exótico, mientras que los vendedores, por su lado, lo definen como un alimento asociado a la negritud, así no sea solo la gente “negra” quien lo consuma. La venta al público se da en esquinas y semáforos de la ciudad en carretas de madera llenas de chontaduros de diferentes colores y tamaños, que resaltan con una especie de color fluorescente y un olor reminiscente ahuyama hervida con un deajo de papa. Este olor se produce porque, a diferencia de otros frutos, el chontaduro solo se puede consumir cocido, ya que *“si usted no lo cocina eso le reseca toda la boca y le raspa la garganta”*-afirma Mery, una vendedora del centro de Bogotá. Así, en las carretas son visibles los chontaduros cocidos con cáscara, esperando a ser escogidos por algún cliente; vasos y bolsas de papel con pequeños chontaduros ya picados y listos para el consumo; un frasco de sal y otro de miel para adicionar al chontaduro según el gusto; un galón de jugo de chontaduro y a veces uno de jugo de Borojó; y en algunos casos un frasco blanco llamado Mero Macho: un líquido potenciador sexual que algunas personas le adicionan al jugo. Por los puestos que visité y por algunas otros que vi, en Bogotá, las carretas de venta guardan más o menos la estructura que acabo de describir.

---

<sup>15</sup> Hace Referencia a la venta de bienes o servicios a los consumidores finales, para su uso personal y no comercial.



Imagen 4. Foto de Carrero, Laura. La carreta de chontaduro de Don Jairo Waldo

Ahora bien, la venta ambulante de chontaduro propicia tres cosas importantes. Primero, una flexibilidad, debido a que los vendedores, dependiendo del precio del chontaduro (que varía dependiendo de la cosecha), deciden venderlo o cambiarse a vender mangos o mazorcas. Segundo, una desventaja, porque muchas veces los vendedores no pueden permanecer en el mismo lugar (por asuntos de “uso ilegal del espacio”) y en ese sentido mantener clientes frecuentes es complicado. Y tercero, un problema, porque la venta de productos alimenticios en las calles tiene unas connotaciones y condiciones particulares.

Según un estudio realizado por McCann World Group, el 56% de los colombianos comen regularmente en la calle, especialmente arepas, empanadas o alimentos de sal, y no tanto frutas (El espectador, 2012). De estas personas que comen en la calle, el 28.52% de los colombianos declaran ser conscientes de los riesgos de ingerir alimentos callejeros, entre los

cuales está tener enfermedades como gastroenteritis, tifoidea, hepatitis, salmonelosis, amibiasis y colitis. Estas enfermedades, según El Espectador (2012), se producen porque “La comida que se prepara y vende en la vía pública está expuesta a distintos contaminantes que se encuentran en el ambiente, estos pueden ser simplemente polvo y humo o la suciedad acumulada en el piso, como excremento, orines, saliva y otras materias desagradables, que al secarse y gasificarse contaminan los alimentos”. Aunque no muchos conozcan las enfermedades que pueden ocasionar los alimentos callejeros y los sigan consumiendo, por este tipo de información se ha generado un discurso alrededor de estos alimentos marcándolos como sucios o contaminados, y de esto no se escapa el chontaduro.

Esta asociación del chontaduro con lo sucio y su venta callejera, dan cuenta del círculo de informalidad en el que vive este fruto. Precisamente esta informalidad, sumado al hecho de que sea vendido por gente “negra” y reconocido como un alimento “negro” es lo que denota, una vez más, una de las múltiples escalas en las que el chontaduro es un alimento marginal<sup>16</sup>. Sin embargo, estas particularidades que vimos sobre los procesos de producción, comercialización y venta al menudeo, solo una cara de la marginalidad de este fruto, pues también lo es su falta de homogeneidad y su particularidades estéticas y sensoriales de la que hablaremos en la siguiente sección.

### **2.3 Heterogeneidad y estética del chontaduro**

Debido a la informalidad y no estandarización del chontaduro, existe una gran heterogeneidad en la comercialización de este fruto, cuando cada vez es más común ver las frutas y verduras en venta como homogéneas y siguiendo unas características organolépticas<sup>17</sup> particulares. Esta homogenización y la importancia de las características organolépticas de los alimentos se ha venido dando por el auge del sistema global de producción industrial de la alimentación y por la preocupación de garantizar la calidad y seguridad de los alimentos. En este contexto, muchos productos alimenticios suelen encontrarse empaquetados y ya no es común encontrar una papa sucia con tierra, manzanas pequeñas y otras grandes en el mismo lugar, frutas que no sean estéticamente agradables, que

---

<sup>16</sup> Este asunto de la identificación del chontaduro con lo “negro”, se abordará con mayor profundidad en el segundo capítulo de este trabajo.

<sup>17</sup> Se refieren a un conjunto de estímulos que interactúan con los órganos de los sentidos (olfato, vista, tacto y gusto) y que en el cerebro humano se interpretan como aroma, color, sabor y textura.

estén magulladas, con un fuerte olor o sabor desagradable. Claro está que en las plazas de mercado existe menos homogeneidad, pero en supermercados y expendios de frutas y verduras se cumple este patrón.

En este contexto, el chontaduro puede ser considerado un fruto que no encaja dentro de esas lógicas modernas de la alimentación ya que, por su producción artesanal, no se controla el crecimiento igual de todos los frutos, su proceso no es estandarizado y cada productor aplica fertilizante y agroquímicos de manera diferente. Adicional, el chontaduro guarda una estética muy particular por dos razones: porque el racimo de este fruto se asemeja a un pulpo con tentáculos verdes que sostiene los frutos desde la cabeza (Ver imagen 5), ya que los tallos son flexibles y los frutos difíciles de quitar; y segundo porque como afirma William *“Hay varias clases de chontaduro. Unos amarillos, otros bien rojos, unos rayaditos: que para algunos son deliciosos por secos [mientras que] hay otros que les encantan los grasosos. [Así] Cada vendedor ambulante escoge lo que él cree que es la mejor calidad y así lo distribuye...Cada uno tiene sus creencias al respecto”*.



Imagen 5. Foto de Aragón, Estefanía. Chontaduro en racimo.

Ahora, no solo los vendedores manejan sus criterios al respecto sino también los compradores, quienes tienen toda la variedad posible para escoger entre un chontaduro grande o pequeño (chirilla), con o sin pepa (muy difícil saberlo), rayado, amarillo, rojo, seco o grasoso (Ver imagen 6). Incluso, algunos clientes como Ana afirman tener un gusto

particular ya sea por un chontaduro hembra o macho, donde *“La hembra es la mojadita [...] y el macho no, y por eso uno lo humedece con la miel”*. Cada persona busca un tipo particular de chontaduro dependiendo de sus criterios sobre cuál es más sabroso por sus características físicas y sensoriales (características organolépticas). Precisamente la textura arenosa, seca o grasosa del chontaduro o la variedad de colores que posee, puede ser un factor positivo porque se adapta a las exigencias y preferencias particulares de los consumidores y de los distribuidores. Sin embargo, a la vez, para otras personas, especialmente para nuevos consumidores, esta variedad sensorial y física puede ser factor de rechazo o de repulsión. Los mismos vendedores de chontaduro sostienen que a muchas personas no les agrada el sabor del chontaduro apenas lo prueban, que muchos nunca vuelven a comer o que le pueden llegar a encontrar gusto después de consumirlo varias veces.



Imagen 6. Foto de Carrero Farías, Laura. Rigoberto con racimos de una cosecha de chontaduro en El Tambo, Cauca.

Existen otras dos características organolépticas del chontaduro que lo hacen particular. Uno es su olor y el otro es su fácil tránsito entre lo dulce y lo salado. En cuanto al olor, este se produce porque el chontaduro debe ser cocinado para ser consumido, y al pasar por ese proceso emana un fuerte olor, no solo al momento de su cocción (como lo mencioné en el apartado anterior) sino también cuando está en las carretas de la calle para la venta.

Ahora, en cuanto al tránsito o al limbo entre lo dulce y lo salado en el que se encuentra el chontaduro, puede servir hacer una comparación entre este y el aguacate, pues en ambos casos depende de cómo las personas lo preparen para que éste se posicione en una categoría u otra. En el caso del aguacate, si se le ponen sal sirve para acompañar un almuerzo, pero si se pica y se licúa con azúcar, ahora es un jugo. Algo parecido sucede con el chontaduro. Mientras estaba en los carritos ayudando a vender, tanto los consumidores como los distribuidores me contaban sobre diferentes recetas o formas que lo comen o lo comían cuando pequeños. Cuando comencé el trabajo de campo ni siquiera sabía que le echaban algo al fruto, pensaba que se vendía picado y ya. Sin embargo, a medida que estuve investigando, los vendedores me contaban que siempre tenían miel y sal porque la gente usualmente lo pedía con ambas o con alguna de las dos. De hecho, era particular cuando la gente lo pedía sin sal o miel, o un par de casos donde lo pedían con limón y sal (como si fuera un mango biche). Como usualmente los vendedores no tienen limón en su carreta, “se lo conseguían” pidiéndoselo a algún compañero de otro carreta, pues no querían perder la clientela.

Al preguntarle a las personas por la forma en que comían el chontaduro, muchos me contaron formas de preparación que jamás me imaginé como bien bogotana que soy. Efraín, un comprador decía, “*En la finca de mi papá había mata de eso y lo comíamos mucho con miel y sal [...] En jugo y así con arroz, papa y yuca, como un almuerzo*”. Petro, un vendedor, me comentaba la versatilidad del fruto: “*Usted con eso puede hacer una salsa para pescado deliciosa, o huevos*” y Mery, otra vendedora, más creativa aún me decía que “*Con eso se puede hacer hasta buñuelos*”. Sin embargo, otra forma vivida por mí fue en El Tambo, Cauca, donde uno de los productores llamado Gerardo, me ofreció chontaduro con aguadepanela. Esto sí que era extrañísimo para mí, era como estar comiendo un pedazo de papa o ahuyama con una bebida dulce caliente; pero finalmente, me lo comí porque me daba pena despreciarles el ofrecimiento de esta especie de desayuno o medias nueves.

En este caso, que el chontaduro tenga un fuerte olor, una textura seca, grasosa o arenosa, transite entre lo dulce y lo salado y sea poco homogéneo, remonta a una idea de lo desordenado y de lo “otro” que muchas veces no encaja. Cuando hablo de lo “otro” me refiero precisamente a eso que es considerado extraño, exótico, por salirse de las lógicas del sistema moderno de producción de alimentos y de un *deber ser* de la comida en términos sensoriales. En este sentido, es donde el alimento se marginaliza también por relacionarse indirectamente

con el desorden e incapacidad de ser clasificado fácilmente, pues como se vio puede ser algo dulce, salado, el acompañamiento de una bebida caliente o parte de un almuerzo.

## **2.4 Conclusiones**

La forma en que un producto se inserte en el mercado y la importancia que tenga para la economía del país marca la forma en que éste es distribuido, comercializado y asimismo consumido. Como vimos con el chontaduro, su producción se da en lugares lejanos, no existen normas de calidad respecto a él, no hay precios estandarizados, el abastecimiento de esta fruta en Bogotá no se da desde la central de abastos (Corabastos), y su venta no se da en supermercados, plazas de mercado o expendios de frutas y verduras, sino que, para consumirlo, sus compradores deben dirigirse a las esquinas, plazuelas y semáforos de ciertas zonas de la ciudad. También, se hizo evidente cómo el chontaduro es poco homogéneo, con características organolépticas muy particulares y difícil de clasificar por su diversidad de preparaciones. Así, todas estas características hacen del chontaduro un producto marginal a múltiples escalas, “subvalorado”, poco distribuido y sobre todo callejero.

Que el chontaduro sea marginal, da lugar a varios escenarios. Primero que el fruto no sea un producto conocido por todos o no consumido por una gran cantidad de personas porque, por un lado, no se consigue en los lugares donde usualmente la gente va a hacer mercado de frutas y verduras (ni siquiera en las plazas de mercado), y por el otro, porque solo se vende en las calles y eso tiene unas connotaciones y condiciones particulares. Segundo, que sea vendido y consumido por una población específica; y tercero, que quienes lo vendan sean particularmente personas que han sido marginadas a través de la historia: la población “negra”. Con esto último en mente, el siguiente capítulo explorará las relaciones existentes entre el chontaduro, y las identificaciones raciales y regionales de vendedores y/o consumidores de este fruto.

## Capítulo 2. Chontaduro, raza e identidad

### 2.1 Introducción

El chontaduro está atravesado por múltiples significados que probablemente no son iguales en todos los contextos, pero al menos en Bogotá se manifestaron de una forma particular. Considero que los significados no están aislados, pues se conectan con visiones nacionales, internacionales e incluso históricas, y por esa razón estudiar el chontaduro específicamente en Bogotá, me permitió dar cuenta de procesos más amplios. Así, entre palabras y actitudes de consumidores y distribuidores fueron visibles algunas de las capas de significado alrededor del chontaduro, en este caso, relacionadas con procesos de construcción de identidad regional y representaciones racializadas de la población negra colombiana.

Para efectos de este capítulo, es importante la noción de “racialización”, ya que esta hace referencia a una categoría analítica que se refiere al “proceso de marcación de las diferencias humanas de acuerdo con los discursos jerárquicos fundados en los encuentros coloniales y en sus legados nacionales” (Appelbaum et al, 2003: 2). El sentido racializado de la construcción de las diferencias humanas se puede observar claramente en las clasificaciones regionales. Por ejemplo, históricamente, como parte de los proyectos nacionales del siglo XIX, las regiones y sus “tipos regionales” fueron ubicados en jerarquías naturalizadas (propias del pensamiento racista) donde las regiones y sus habitantes se pensaban con características propias e inscritas y donde, entre otras cosas, las regiones blancas se consideran civilizadas frente a regiones mestizas/negras “atrasadas”.

Ahora, si bien estos procesos de racialización vienen desde el periodo colonial, estos siguen funcionando en las sociedades latinoamericanas actuales de diversas maneras; y es así como actualmente no solo una región puede estar racializada, sino también un género musical, la sexualidad e incluso un alimento. Así, es aquí donde considero que converge la noción de racialización con el chontaduro, pues este fruto no solo se puede asociar a una “raza” (en tanto es visible que su venta es realizada mayoritariamente por gente “negra”) sino que también entra en una jerarquía donde se le atribuyen ciertas características muy específicas.

Teniendo en mente la noción de racialización, este capítulo se dividirá en dos secciones. En la primera, se explorará el chontaduro en relación con el regionalismo

colombiano, mostrando cómo las divisiones regionales creadas desde el periodo colonial, han propiciado la existencia de identidades regionales muy marcadas y atadas, en este caso, a unos alimentos considerados muy propios. Por su lado, en la segunda sección se abordará el tema de la racialización y cómo se hace evidente a través de la venta y el consumo de chontaduro Bogotá. Todo esto con el fin de argumentar que el chontaduro en Bogotá es considerado un alimento de identificación regional del Pacífico (Cauca, Valle del Cauca y Chocó) y como “comida de negros”.

## 2.2 Espacialización o geografía de la diferencia: El regionalismo colombiano

Una de las razones por las cuales me interesé por investigar el chontaduro, fue porque como bogotana, nacida de padres bogotanos, jamás en mi vida había probado esa fruta. Cuando le preguntaba a mis padres o a mis amigos cercanos, que también son provenientes de la capital, la mayoría sabía qué era, pero no lo había probado y unos pocos decían “*guácala, lo probé una vez y sabe horrible*”. Así, empezó a volverse relevante la pregunta sobre ¿Quiénes son entonces los consumidores del chontaduro en Bogotá, si parece ser que no somos los bogotanos?

A la primera persona que le pregunté sobre el asunto, fue a una vendedora de chontaduro llamada Mery, que casualmente vi un día al frente de mi universidad. Ese día como solo era de exploración, primero fui con una amiga (Ana) que vivió en Cali y segundo, no le comenté a Mery que estaba haciendo una investigación, sino que solo íbamos a probar el chontaduro porque yo nunca lo había probado. En ese momento, mientras más le preguntaba a Mery, ella me decía si eso era una entrevista o algo así, y yo le decía que no. Después de un tiempo entendí que a ella no le gustaba ayudar a estudiantes con investigaciones porque por ser vendedora ambulante y estar al lado de la universidad, muchos la abordaban a hacerle preguntas y ella ya estaba cansada de eso. Así que solo hablé una vez con Mery, ya que cuando intenté hacerlo de nuevo (cuando otro vendedor me la estaba presentado) ella me dijo que no quería ayudarme con mi investigación.

Sin embargo, ese día con Mery probé el chontaduro. Ella me pasó una pepita<sup>18</sup> pequeña para la que probara y Ana me decía “*échale cosas*”, ahí Mery me pasó la sal, pero

---

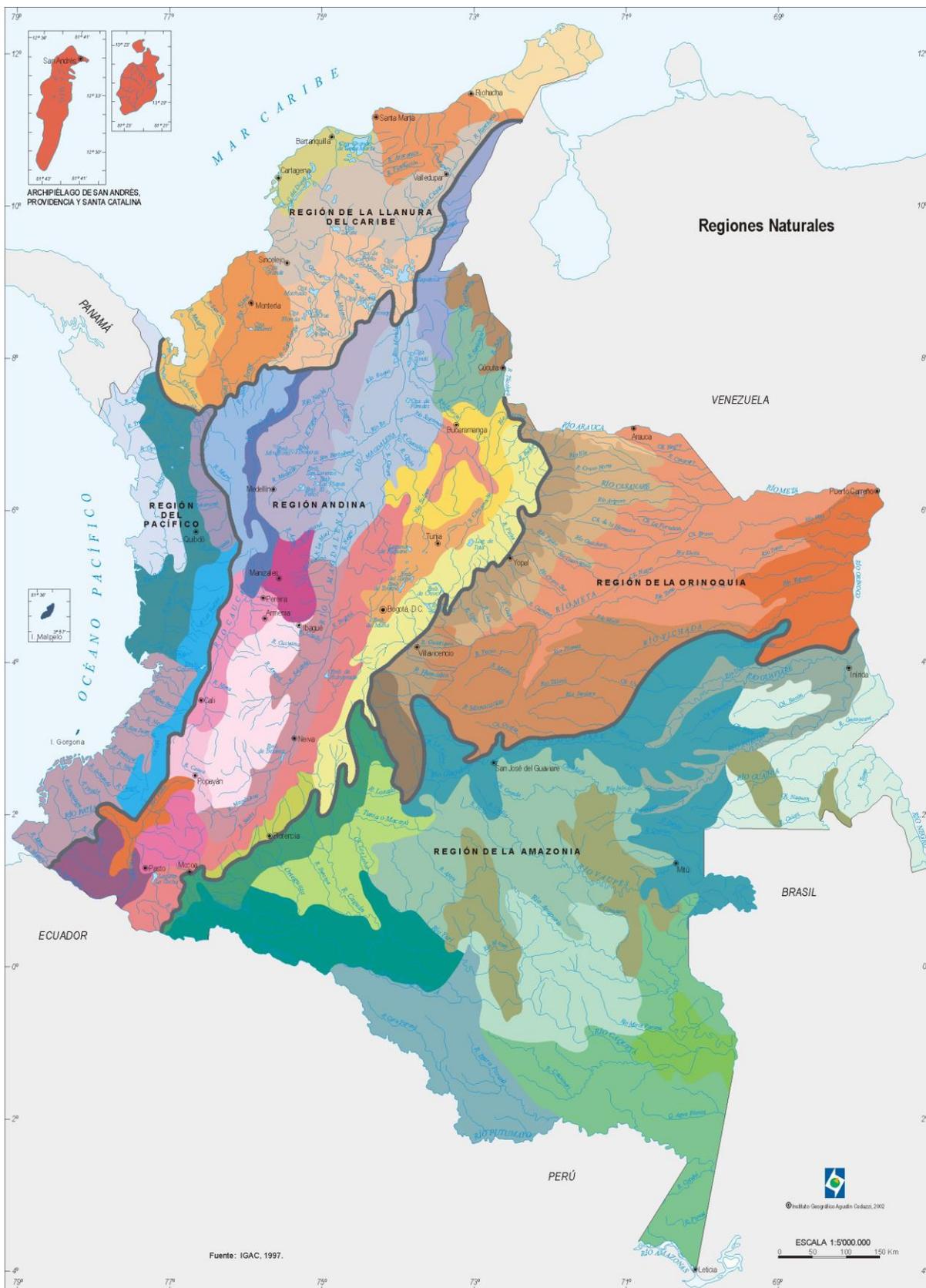
<sup>18</sup> Pepa: así se le conoce en el mercado al fruto individual del chontaduro.

Ana insistía que aparte de eso le echara miel. En ese momento se acercó una empleada de nuestra universidad a comprar un vasito de chontaduros, y como vio que era la primera vez que yo lo iba a probar me dijo *“es delicioso”*. Mientras yo miraba el chontaduro antes de echármelo a la boca, veo a la señora de la universidad destapar su vasito y empezar a comerse el chontaduro con tanto gusto, que yo no podía entender porque la mezcla que tenía en mi mano del fruto, miel y sal me parecía tan extraña y desagradable hasta el punto de tener miedo de probarla. Ese miedo, evidentemente hace parte de la neofobia, ese temor a probar algo desconocido y nuevo y más cuando personalmente ya tenía un imaginario en mi cabeza de lo que era algo comestible o rico, pues el color, aroma y textura del chontaduro no parecía serlo. Sin embargo, cuando finalmente lo probé, Ana me preguntó *“¿Te gustó?”* y yo solo le respondí *“No sé, sabe raro, es arenoso, no sé bien a qué sabe”* (Pero en realidad me había parecido horrible, solo que me daba pena decirlo frente a Mery y la empleada de mi universidad).

En ese momento aproveché para preguntarle a la empleada de mi universidad por qué comía chontaduro. Esta pregunta fue muy rara y directa, tanto que en realidad luego pensé que las personas no sabrían mucho cómo responder por qué comen o les gusta algo, así que menos mal la señora no me entendió, pero Mery sí. Ante el cuestionamiento Mery respondió: *“Porque ella vivió o nació donde se come esto”* y después la empleada me dijo que si, que ella era del Huila. Ante ese panorama, con mucha curiosidad le dije a Mery *¿Pero si vendes en Bogotá es porque muchos bogotanos te lo compran no?,* y ante eso ella dijo:

*“Es más la gente de afuera que come, como ella (refiriéndose a la empleada de mi universidad proveniente de Huila) ...aquí la gente no le gusta o casi no come porque no lo conoce, no crecieron con eso”. “Por ejemplo yo soy del Chocó y mi casa quedaba al lado de la mata (señalando a lo alto ya que el chontaduro crece en palmeras) [...] así que solo lo bajábamos, lo cocinábamos y lo comíamos”.*

Este relato de Mery, no solo da cuenta que la mayoría de consumidores de chontaduro en Bogotá son de otros lugares del país, sino también lo observado en mi trabajo de campo, donde efectivamente la mayoría de compradores eran de la región Pacífica (que comprende el departamento del Chocó, y las zonas costeras de los departamentos del Valle del Cauca, Cauca y Nariño), lugares cercanos a esa región como Cali y municipios medianamente



Mapa 2. Mapa de las regiones geográficas de Colombia y sus principales ciudades. IGAC (2002)

cálidos de Cundinamarca como Pacho o Barbur<sup>19</sup>. Sin embargo, hay que recalcar que, aunque muchos bogotanos no conozcan el chontaduro y no lo hayan probado, hay unos cuantos que lo consumen por razones que mencionaremos más adelante<sup>20</sup>, que difieren de quienes lo conocen desde siempre y encuentran un gran gusto al comerlo.

Durante mi investigación, noté que, dentro de todos los consumidores de la región pacífica y sus alrededores, la mayoría de los consumidores de chontaduro en Bogotá eran caleños y que este fruto era parte de su identidad regional. Cuando preguntaba a caleños (sin saberlo aún) de dónde eran y dónde habían probado el chontaduro, lo primero que muchos decían era *“De Cali”, “esto es cultura allá”, “Usted no fue a Cali si no comió chontaduro” “el chontaduro es parte de ser caleño”*. A esa respuesta yo decía *“ahhh con razón les gusta tanto, porque hay gente de otras partes que no les gusta”* y algunos solo se indignaban diciendo *“es que yo no entiendo esto como no le puede gustar a la gente si es delicioso”,* u otro comentando *“Yo pensaba que le gustaba a todo al mundo y al parecer no... [creo que] el gusto se aprende, como cuando a uno le gustan las hormigas culonas”*.

Estos fragmentos dichos por consumidores de chontaduro en Bogotá, permiten ver por un lado, cómo el gusto se construye y se aprende y, por el otro, cómo la alimentación, en el caso específico de este fruto, funciona como una sustancia material-semiótica (como un objeto que se puede entender simbólicamente o que nos dice algo más allá de su materialidad). Así, funcionando de esta manera, el chontaduro, u otros alimentos dependiendo del contexto, son usados *“en la creación y mantenimiento de las relaciones sociales, [pues] la comida sirve para afianzar la pertenencia a un grupo o para separar grupos”* (Mintz y Dubois, 2002:109). Esa pertenencia en este caso específico es la regional, donde el chontaduro está atado a una identidad Caleña, Valluna en general.

Ahora bien, estas identidades regionales muchas veces surgen de divisiones geográficas, que lejos de ser arbitrarias, dan cuenta de fenómenos claves, pues *“la geografía es un mapa de la historia social y una carta cosmológica representada en topografía, [donde el] espacio físico [...] es también espacio semántico”* (Taussig citado en Wade, 1997:86).

---

<sup>19</sup> Hay una particularidad y es que en estos municipios de Cundinamarca el chontaduro se reconoce con el nombre de Cachipay.

<sup>20</sup> Estas razones están relacionadas con el tema *“afrodisiaco”* y *“saludable”* que trataré en el tercer capítulo de este trabajo.

Siguiendo el aporte de Taussig, estas divisiones tienen una razón de ser y unas concepciones que no son neutrales y en el caso colombiano, así como en muchos otros, están moldeadas por unas ideologías y discursos dominantes que han sido difundidos por las clases y regiones más poderosas del país y que fueron construidas en la idea de separación, diferencia y jerarquía.

Como colombiana, puedo decir que desde que los niños están en el colegio se les enseña sobre las regiones de Colombia, sobre sus límites, sus comidas, trajes típicos y sobre todo quienes viven en cada una: cundiboyacenses, “negros”, indígenas, entre otros. Así, para mí hay dos formas de entender la regionalización colombiana. Por un lado, la regionalización de las identidades raciales y por el otro, la regionalización dentro de la construcción de nación en el país. Ambas no son excluyentes y actualmente se pueden ver fundidas, sin embargo, hago la distinción porque sucedieron en momentos históricos diferentes.

La regionalización de las identidades raciales en Colombia, Según Wade (1997), se dio porque el proceso del mestizaje no sucedió de manera uniforme en las diferentes regiones, sino que diversos factores económicos, políticos y demográficos originaron unos modelos regionales particulares. Por ejemplo, el hecho de que haya una mayor presencia de población “negra” en las costas colombianas se debe a que los esclavizados estaban concentrados en regiones donde el trabajo indígena era problemático. En estas regiones que ahora son consideradas “negras” (Pacífica y Caribe), fue donde la población indígena era poca y dispersa, además de ser considerada menos productiva y resistente para trabajar en las minas de oro. En cambio, en los andes colombianos (Región andina) sucedió más el proceso del mestizaje, porque era más fácil la explotación del trabajo indígena y porque los blancos o criollos decidieron habitar allí debido al clima favorable y la facilidad de la producción agrícola. Sin embargo, los “blancos” no solo vivían allí, sino que también se asentaron en regiones estratégicas como Popayán, Tunja y Cartagena y por eso surgieron diferentes regiones con proporciones variables de cada grupo racial. Así, las montañas andinas se convirtieron en territorio blanco/ mestizo, la costa pacífica en una región principalmente “negra”, la costa Caribe desarrolló una mezcla triétnica con fuerte herencia “negra” e indígena, y la región amazónica permaneció predominantemente indígena.

Ahora, para entender la regionalización dentro de la construcción del Estado- nación es importante recurrir a Appelbaum et al. (2003) quien sostiene que, en Latinoamérica, no siempre los procesos de construcción de nación (que se dieron después de lograr la independencia de países europeos) fueron solo procesos de homogenización sino de espacialización marcada de la diferencia. Esto quiere decir que, aunque estos procesos de construcción, dados a principios y mediados del siglo XIX, trataron de mostrar a las naciones como mestizas (mito de la democracia racial), la idea de raza siguió presente, haciendo posible que emergieran los “tipos regionales”. Esta categoría, según Arias (2005: 102), intentó “fijar una población a un territorio y a un medio físico determinado”, generalizando los rasgos físicos y morales de las poblaciones, y pensándolas como moldeados por la tierra regional. Así, en este contexto, las diferencias regionales y nacionales marcan la forma de organización poblacional, así como la identidad de los habitantes del país, y al estar racializadas, dan lugar a una reificación de las fronteras culturales y geográficas de la diferencia, que naturalizaron la jerarquía entre las diferentes regiones (Appelbaum et al 2003; Arias, 2005).

La forma en que se construyó la regionalización racial en un primer momento influyó en la manera en que se desarrollaron los tipos regionales, que finalmente derivaron en lo que hoy se piensa como las regiones de Colombia. Esta regionalización del país marca una división entre los habitantes colombianos, donde ciertas actitudes, colores de piel, formas de vestir o de alimentarse se piensan propias de un lugar geográfico específico y por lo tanto de un tipo regional particular. Así es que podemos empezar a entender por qué es tan importante el chontaduro para una región y para otras no, por qué algunos se identifican con el fruto y otros no, e incluso por qué lo comen unos y para otros simplemente es un fruto poco apetecible. La división en regiones marca diferencias, qué alimentos son míos, cuáles son tuyos y quién los prepara mejor y, de esta manera, el chontaduro entra a jugar un papel importante para definir la identidad de un grupo de personas. Sin embargo, debo aclarar que esta identidad se puede ver de dos formas en la misma región. Por un lado, relacionada a una identidad valluna o caleña, donde entra a jugar la ubicación de esos lugares dentro de la región pacífica, una mayor disponibilidad de chontaduro allí y una distribución no solo en la forma tradicional de jugo o pepa (como lo hemos mencionado hasta ahora), sino en diversas presentaciones y preparaciones – salsa para pastas, helados, chips fritos de chontaduro en

paquete, entre otras. Por otro lado, adelantándome un poco a lo que viene en el siguiente apartado, atada a una identidad “negra”, que conoce, consume y siente el fruto como propio debido a que éste, entre otras razones, se produce (en mayor medida) en la región donde es predominante la población “negra”: El Pacífico Colombiano.

En este orden de ideas, el chontaduro sería así un sello de identidad regional, que marca la pertenencia a un grupo, y que muestra quiénes son las personas o de dónde vienen cuando dejan un territorio. Bogotá es el mayor foco de migración del país y específicamente el 6,9% de los migrantes provienen de la región Pacífica (DANE, 2003). Esta proporción es menor comprada con la migración de la zona oriental y central del país. Sin embargo, la cantidad no influye en que los migrantes, así sean pocos, dejen atrás un espacio y traigan con ellos las memorias del sabor y de sus comidas regionales. Por esto anterior, el tema de identidad regional toma fuerza al momento hablar de los significados del chontaduro en Bogotá porque para las personas del Pacífico y en gran parte los caleños, encontrar y consumir chontaduro les recuerda de dónde vienen y quienes son; mientras que, para otros, el fruto puede llegar a pasar desapercibido, ser considerado ajeno a ellos y más bien un rasgo de diferenciación entre quienes lo consumen y quienes no.

### **2.3 Racialización del chontaduro: Modos de interpretación del conocimiento y el gusto**

Cuando comencé a preguntarme por el chontaduro, una de las primeras cosas que noté era que, hasta donde recordaba y había visto, la mayoría de los vendedores de este fruto en Bogotá eran “negros”<sup>21</sup>. En realidad, la población “negra” es muy común en las ventas ambulantes en la ciudad, especialmente con relación a las frutas, pero es visible una mayor multiplicidad de personas vendiendo mangos, piña o jugos de naranja, que las que venden chontaduro. De mi experiencia en campo, casi todos los vendedores con los que conversé eran “negros” provenientes de la región Pacífica o muy cerca de ella, a excepción de dos mujeres vendedoras: Yineth y Johana. Aunque ambas se habían metido en el negocio por influencia “negra”, por así decirlo, porque en el caso de Yineth: *“unos negros le enseñaron a vender a mi esposo esa fruta [...] además que en época de cosecha da mucha plata”*, y en

---

<sup>21</sup> Cuando digo “negro” no me refiero a mi percepción personal de un color de piel, sino al hecho de que los mismos vendedores se identifican o autodefinen de esa manera

el de Johana porque su novio “negro” la había contactado con el dueño de un carro para que ella pudiera trabajar ahí.

La venta de frutas por parte de la población “negra” data de la época colonial, “donde en calidad de libres e incluso como esclavos urbanos fueron muchos los “negros” y mulatos que se dedicaron a la venta de fruta y la quincallería, constituyendo así una parte esencial de la economía de las ciudades” (Bowser citado en Meza, 2003). Así, como tantas otras estrategias de supervivencia, la venta ambulante supone “desde la precariedad, un sustento material sobre el cual comenzó a tomar forma el anhelo libertario” (Meza, 2003:81). Es en este contexto, donde empieza la población “negra” a ser un símbolo importante de la venta callejera de frutas en varias ciudades y en este caso, en Bogotá. Vender chontaduro, específicamente, para muchos vendedores ha sido una tradición familiar, y una de actividad de importante sustento económico en un medio que no les ofrece muchas oportunidades laborales. Uno de estos vendedores, por ejemplo, es “Petro”, quien se hace llamar así por haber sido militante del M-19, y quien vende pepas de chontaduro y jugo afuera de la estación de Transmilenio de las Aguas, en el centro de Bogotá. Originariamente él es del municipio de Guapi en el Cauca y conoce el fruto desde que era pequeño porque en su casa había una palma de chontaduro. Petro, así como muchos otros vendedores que conocí, efectivamente migraron del Pacífico a Bogotá en busca de mejores oportunidades y decidieron vender chontaduro porque era un fruto que conocían, no muy comercial y además con una alta rentabilidad. Sin embargo, dentro de los factores que influyeron para que él vendiera chontaduro, estaba que para él esta fruta *“es una comida de negros y [como] todos<sup>22</sup> lo comen y lo conocen [...] por eso lo venden... aunque cada vez se van metiendo más blancos en el negocio”*.

Una forma parecida de entender el consumo y la venta de chontaduro en relación con lo “negro” la pude observar en otra vendedora de chontaduro. En este caso Zulay, quien trabaja junto a su padre Jairo Waldo (ambos provenientes del Urabá antioqueño) comercializando chontaduro en un puesto ambulante ubicado en la Cra 9 con calle 17 en Bogotá. Un día que fui a visitarlos y conversábamos sobre los consumidores de chontaduro del puesto de venta, Zulay me contó la siguiente historia con total indignación:

---

<sup>22</sup> Refiriéndose a la población “negra”.

*“Imagínese que el otro día vino una negra, más negra que yo, dízque a preguntar que qué era eso que yo vendía [...] y me dio una rabia porque todos los negros sabemos del chontaduro, además que tenía acento de aquí<sup>23</sup> y todo [...]era imposible que no lo conociera... se estaba era haciendo la boba”.*

Tanto para Petro como para Zulay, parecería que ser “negro” es sinónimo de conocer y comer chontaduro; e indirectamente, los casos de esas dos mujeres no negras, Yineth y Johana que venden este fruto, también dejan claro que el ingreso al negocio se da o está en relación con lo “negro”. Inclusive, es posible pensar que en un contexto de afirmación de lo “negro” (en relación con una identidad racial relacionada a la familiaridad y el gusto por el chontaduro), el desconocimiento por parte de una mujer “más negra que yo” sobre el fruto, fuera interpretado por Zulay como un proceso de distanciamiento racial, de blanqueamiento y negación de ciertas raíces. Así, en este marco, parecería que inevitablemente existe una relación entre lo “negro” y el chontaduro, pero ¿de dónde viene esa conexión?, ¿es algo neutral?, ¿se dio por si sola?

Para Petro, a pesar de su comentario generalizador, el consumo y conocimiento del chontaduro está asociado a un tema material, es decir, a la disponibilidad del fruto en un lugar dado, donde “casualmente” predomina la población “negra”. En cuanto a Zulay, el fruto es inevitablemente conocido por cualquier “negro” porque, aunque en el Urabá antioqueño (de donde ella es) no se da, el fruto llega y se conoce. Estas ideas de Zulay y Petro, lejos de simplemente mostrar que la relación entre lo “negro” y el chontaduro se da por un asunto ecológico y ambiental de disponibilidad de una fruta, dejan entrever una gran variedad de relaciones sociales y procesos de racialización.

Para entender la relación entre lo “negro” y el chontaduro, hay que empezar pensando el tema empíricamente. Si bien el chontaduro ha sido explotado y cultivado por los indígenas y “negros” asentados en las zonas cálidas- húmedas del trópico americano, esto excluye varios lugares de Colombia donde también hay población negra y no necesariamente hay conocimiento y gusto por el fruto. Específicamente en Colombia, el chontaduro se cultiva en todo el litoral Pacífico, que incluye los departamentos de Nariño, Cauca, Valle del Cauca y Chocó, así como en los llanos orientales y la Amazonía (Departamentos de Caquetá y

---

<sup>23</sup> Refiriéndose a Colombia

Putumayo) (Sinisterra et al., 2003) y algunos valles interandinos. En este sentido, es totalmente posible que un “negro” nacido en Santa Marta o en Cartagena, por ejemplo, no conozca o haya probado el fruto, no solo porque no haya nacido en el lugar de producción, sino porque, también, el chontaduro solo llega a ciudades o lugares cercanos a los centros de producción y a Bogotá.

Conocer esta última aclaración, en teoría ayudaría a “desmentir” la idea de la existencia de una relación intrínseca entre lo “negro” y el chontaduro. Sin embargo, aunque algunos la conocen, la asociación sigue pensándose como evidente porque va más allá de los datos empíricos y más bien se remonta a una historia y un contexto particular. El hecho de que veamos que esta asociación no responde únicamente a las lógicas puntuales de los lugares de producción, por ejemplo, no quiere decir que el imaginario de esa relación no exista y que no cree realidades y formas de organización en el espacio social.

Parte de la razón por la cual Petro y Zulay ven el chontaduro como un alimento “negro”, tiene que ver con la construcción o definición de negridad que tengan las personas. Siguiendo a Caicedo (2014), uno de los elementos asociados a la negridad, en su estudio en la Universidad del Chocó, es el gusto por la comida regional (plátano, queso, pescado, borojó, chontaduro, etc.), la cual es sumamente valorada e importante al organizar las relaciones sociales. Según su trabajo, “a un individuo se le puede ubicar en cierta categoría racial dependiendo de lo que coma” (Caicedo, 2014:75), y esto es precisamente lo que ocurre con estos vendedores de la capital. Ambos están definiendo qué alimentos pertenecen a un grupo racial y cómo estos se convierten en un factor de identidad o de diferenciación con el “otro”.

Ahora, no fueron solo los comentarios de Zulay y Petro los que mostraron esta asociación entre el chontaduro y lo “negro” sino también de consumidores y distribuidores. Por ejemplo, Dalia, la importante comercializadora de chontaduro detrás de Corabastos, (Corporación de abastos de Bogotá) me explicaba que las palmas de chontaduro en el Chocó y en Buenaventura (ubicados en la región pacífica colombiana y con una población predominantemente negra) ya no dan frutos porque *“los negros perezosos dejaron que el cucarrón (una plaga) acabara con las cosechas”*. Aquí, no solamente está la relación que venía nombrando, sino que además existe un imaginario muy fuerte al decir que los “negros” son perezosos. En cuanto a los consumidores, recuerdo el caso de un señor en la carreta de

Yineth que se enojó por el precio de los chontaduros y dijo: *“Esas pepas no están buenas... es mejor comprar donde los negros porque ellos si saben escogerlas y conocen de verdad sobre esta fruta”*.

Siguiendo a Mimi Sheller (2013) “La comida [...] no es simplemente algo que consumimos; al contrario, es una parte crucial de las rutinas diarias y las acciones de los cuerpos por medio de las cuales la racialización sucede” (p.292). En esto sentido, esto es precisamente lo que ocurre con el chontaduro, pues las versiones de Zulay y Petro, los imaginarios de distribuidores y consumidores en su cotidianidad y el hecho de que históricamente la venta ambulante de frutas y del chontaduro haya estado en manos de la gente “negra”, dan cuenta de la racialización del chontaduro. Este proceso, lo que implica es que por su carácter racializado, el chontaduro entre dentro de una jerarquía racial, donde se le asignan ciertas cargas, espacios y propiedades que no son del todo evidentes.

Particularmente para entender esta racialización del chontaduro, es necesario entender que en la sociedad existen procesos de producción de la “otredad” (Gnecco, 2010; Pratt, 2010) los cuales se dan desde una espacialidad política y cultural particular. Solo existe un “otro” en tanto hay un nosotros, identificados de una forma específica, con unas creencias, valores, formas de alimentarnos y rasgos físicos que permiten encasillarnos en una misma categoría en contraposición a otros que consideramos diferentes. Desde que se crea cualquier tipo de identidad, se abre espacio para la otredad. La cuestión es que los grupos que han sido dominantes en la sociedad (blancos, europeos, reyes, la élite) han tendido a mostrarse superiores, a tener miedo de los que consideran “diferentes”, a procurar no mezclarse con ellos o incluso intentar que estos “otros” se asemejen a ellos. Estos procesos, particularmente, comenzaron hace varios siglos atrás y hasta el día de hoy, con diversas modulaciones, siguen operando.

En Colombia, los procesos de producción de la “otredad” en relación específica con la alimentación, se dieron a lo largo del siglo XIX y principios del XX, donde los discursos alimenticios jugaron un papel primordial en la construcción de la identidad nacional. Pohl-Valero (2016) explica que, en el país, se jerarquizó racialmente a la población no solo en términos del clima sino de su alimentación, pues se creía que estos factores tenían efectos sobre la constitución física y moral de las personas, así como en su disposición al trabajo y a

la disciplina. De esta manera, se fijó a las personas a un territorio y se generalizaron sus rasgos físicos y morales, los cuales se buscaron modificar a través de la nutrición y programas de alimentación que favorecieran la construcción del ciudadano colombiano: sano, trabajador y eficiente (de acuerdo con los ideales de la élite) (Pohl-Valero 2016). Esta relación entre raza, alimentación y nación es importante para entender los procesos de construcción de otredad y de qué manera se ha pensado o asociado un alimento a un grupo racial o humano. Estas concepciones, desarrolladas y distribuidas por una élite nacional, han permeado la forma de actuar del gobierno, marcando la forma en que los colombianos se ven a sí mismos y entre ellos, y ha hecho que se asocien rasgos fenotípicos con tipos de personalidad, costumbres y hasta hábitos alimenticios.

En este marco, ya no resultaría extraño el lugar que ocupa el chontaduro dentro del mercado nacional y local (que nombramos en el primer capítulo), puesto que es el reflejo de la marginalidad de las regiones y las personas que lo producen y lo reconocen como parte de su identidad como “negros”. Si una fruta se piensa como “negra”, dentro de un contexto como el Colombiano donde todavía siguen operando diferentes tipos de racismos y de jerarquías raciales, esta se marginaliza y se posiciona de una manera poco privilegiada dentro del mercado. Sin embargo, esta racialización, como lo veremos en el siguiente capítulo, a la vez abre nuevas posibilidades y permite a los vendedores, por ejemplo, dialogar con el estereotipo racial y usarlo para su beneficio.

## **2.4 Conclusiones**

El chontaduro, quién lo produce, lo distribuye y quién lo compra o quién no, no es solamente una cuestión de mercado o de gusto arbitrario, sino una manera de visibilizar significados y a la vez amplios procesos como el tema de la construcción de las identidades regionales y la racialización de los alimentos. Con relación al primer tema, se mostró cómo la construcción regional del país, con sus divisiones “tajantes” y la asociación de las poblaciones, su color de piel, moral y comportamientos a un territorio, marca el consumo del chontaduro en Bogotá. Específicamente, cómo el consumo de este fruto muestra la pertenencia y la identidad regional por medio de la diferenciación entre quienes lo comen y quienes no.

En cuanto a la racialización de los alimentos, se mostró cómo parece que lo “negro” se encuentra fuertemente asociado con el chontaduro en Bogotá, especialmente desde la visión de los mismos vendedores “negros”. Asimismo, se dio cuenta sobre cómo esta asociación responde a unas jerarquías y mecanismos de diferenciación racial muy propios de nuestro país y a los fuertes vínculos entre la construcción de identidad nacional y los discursos alimenticios.

## Capítulo 3. El chontaduro como alimento saludable y afrodisiaco

### 3.1 Introducción

Recurrentemente se menciona que el chontaduro es muy bueno para la salud debido a su alto contenido de vitaminas y nutrientes y, a su vez, que tiene grandes propiedades afrodisiacas. Debido a estas cargas simbólicas que tiene el fruto, éste se ha hecho atractivo especialmente para personas que no lo conocen, no crecieron con él o no les agrada su sabor. Así es como en Bogotá, un lugar distante de los lugares de producción de chontaduro, salen a relucir particularidades y creencias que no tienen, necesariamente, quienes han consumido el fruto desde siempre.

Estas propiedades del chontaduro como saludable o afrodisiaco no son fortuitas, sino el producto de una construcción social alrededor de lo que significa algo “saludable” o “afrodisiaco” y sobre qué productos entran dentro de esa definición y por qué. Así, este capítulo pretende explorar esas construcciones sociales y analizar cómo productores, distribuidores, pero mayoritariamente consumidores entienden lo saludable y afrodisiaco con relación al chontaduro. Esto, con el fin de argumentar que las propiedades de saludable y afrodisiaco atribuidas al chontaduro son el reflejo de representaciones de alteridad y la recreación de estereotipos alrededor de lo “negro”. Sin embargo, aunque ese sea el argumento central, en este capítulo también será visible el cambio de valencia que hacen los vendedores de esa racialización del chontaduro, pues lejos de enfrentar el estereotipo, muchas veces se lo apropian y le sacan provecho.

En este sentido, este capítulo se divide en dos secciones. En la primera parte, se analiza la manera en que los productores, distribuidores y consumidores se refieren a las propiedades saludables del chontaduro a partir de las categorías de “Comida como Medicina/patógeno” y “Comida como nutrición”, ambas desarrolladas por Lupton (1996), para luego ser examinadas bajo la mirada de Taussig (2002) alrededor de la magia, la curación y la raza. En cuanto a la segunda parte de este capítulo, esta describe cómo las personas conciben lo afrodisiaco del chontaduro de dos maneras diferentes pero relacionadas a la vez. Pues, aunque algunos lo vean como potenciador sexual y otros para concebir gemelos, en realidad ambas concepciones están profundamente atravesadas por la

“racialización de la sexualidad”<sup>24</sup> y por la posibilidad de conseguir esas ventajas sexuales - que se piensan inherentes a la gente negra-, ingiriendo este fruto igualmente racializado.

### 3.2 “Un chontaduro tiene la misma proteína que una libra de carne”

Todos parecemos tener muy en claro que los alimentos que ingerimos diariamente tienen unos efectos sobre nuestro cuerpo, ya sean positivos o negativos. Hablamos con un lenguaje especializado nutricional sobre los componentes de los alimentos refiriéndonos a sus proteínas, vitaminas y minerales, carbohidratos e incluso colesterol. Decidimos qué comer y qué no dependiendo de la cantidad de estos componentes en nuestros alimentos y de si consideramos que son “buenos” o “malos” para nuestro cuerpo. Por excelencia las frutas y las verduras se llevan el protagonismo como los alimentos más saludables, no solo por sus componentes sino por ser considerados “naturales” en contraposición a los alimentos procesados. En este contexto es donde el chontaduro toma su lugar, pues al ser una fruta está atravesada por múltiples significados alrededor de los beneficios o no que puede tener para el cuerpo.

Durante mi trabajo de campo, las personas se refirieron varias veces al chontaduro como algo “saludable”, pero esta misma palabra significaba cosas diferentes dependiendo de lo que las personas habían escuchado, creían o les habían recomendado. Para dar cuenta de esas diferentes concepciones de lo saludable con relación al chontaduro, resultan útiles los conceptos que desarrolló Deborah Lupton (1996) con el fin de mostrar los significados y los discursos de la “salud”: “Comida como Medicina/patógeno” y “Comida como Nutriente”<sup>25</sup>.

La primera vez que escuché que el chontaduro era saludable fue en la carreta ambulante de Don Jairo y su hija Zulay. Allí Don Jairo me contaba: *“la gente dice que el chontaduro es bueno para el cáncer, la próstata, la pérdida de la memoria, y pues yo digo que sirve para eso cuando me preguntan, pero yo no sé, no estoy seguro”*. Y no muy lejos de esa concepción estaba también la de William, dueño de una bodega de chontaduro en

---

<sup>24</sup> Concepto utilizado por Viveros (2009) junto con el de “sexualización de la raza”, para dar cuenta de la interseccionalidad histórica entre raza y sexualidad, su poder naturalizador y las cargas que esta relación tiene en los individuos racializados.

<sup>25</sup> Aunque Lupton (1996) no se refiere directamente a “comida como nutrición”, podríamos llamar así a la tendencia, que ella nombra, que tienen las personas a consumir o no algún alimento por el valor o cantidad de proteínas, minerales, vitaminas etc..

Corabastos (Corporación de abastos de Bogotá), quien me comentaba las razones por las cuales a veces llegaban los clientes buscando el fruto:

*“[...] una vez llegó un señor buscando el chontaduro sin pepa porque el médico se lo había recomendado para un problema que él tenía en la próstata; y otro día una señora diciendo que el aceite de chontaduro era buenísimo para todo, pero el problema es que casi nunca los frutos vienen tan grasosos, y sacar el aceite es complicado”*

Lo expuesto por Don Jairo y William muestra precisamente eso que Lupton llama “comida como medicina”, donde “algunos alimentos son contruidos como medicinas o sustancias que deben ser consumidas por sus nutrientes u otros componentes que se creen brindan salud, o porque sean bajos en sal, grasas, colesterol, y no tanto por el placer gustativo que estos puedan brindar” (Lupton, 1996: 80). En estos casos particulares, es claro como aunque a ellos (Jairo y William) no les consta los beneficios que el chontaduro puede tener para la salud corporal (porque no lo han vivido en carne propia), si reproducen el discurso medicinal del chontaduro al haber conocido que mucha gente e incluso algunos médicos, como lo nombró William, lo recomiendan o lo buscan esperando mejorar problemas de salud o queriendo prevenirlos.

No solo estas cuestiones del chontaduro como medicina son visibles en las interacciones entre vendedores y consumidores, sino que últimamente las investigaciones sobre los aportes nutricionales de este fruto están tomando mucha importancia a nivel químico-científico. Como lo menciona el profesor Jaime Restrepo, Ph. D en Ciencias Químicas y docente de la Universidad del Valle, después de hacer una investigación en cuatro variedades de este fruto: *“[el chontaduro] tiene calidades para frenar procesos de envejecimiento acelerado, fortalece el tejido óseo y previene enfermedades de tipo cardiovascular o por excesos en colesterol”* (El Tiempo, 2013).

Sin embargo, tal como lo muestra Lupton, hay otra cara de la comida como medicina y es el asunto patógeno, donde la comida puede ser “una fuente de enfermedad o poca salud” (1996: 77). En este caso, no encontré la existencia de ningún trabajo científico- nutricional que hablara sobre los efectos negativos que puede causar el chontaduro a la salud, pero sí era evidente como las personas asociaban su consistencia grasosa al colesterol y con subir de peso. Al principio de mi investigación, cuando me acerqué a una plaza de mercado buscando

el chontaduro y al no ver rastro de él (porque como comenté anteriormente, este fruto se consigue fuera de la plaza, no en su interior), di con una vendedora que me contó que anteriormente ella vendía jugo de chontaduro, pero que por la propagación de la idea de que este fruto tenía mucho colesterol y engordaba, cada vez más personas dejaron de comprarlo y por lo tanto ella tuvo que dejar de venderlo. Cuando escuché este caso lo pensé como asilado porque nadie más me nombró el asunto, sin embargo, William, por ejemplo, fue uno de los que me nombró muy convencido que el chontaduro tenía mucho colesterol y que “*consumirlo en exceso es malo*” y luego una cliente también me explicó que comerlo mucho “engordaba”.

En cuanto al concepto de “comida como nutriente”, o en este caso el chontaduro como nutriente, este se ve manifestado especialmente en de dos maneras diferentes. Para algunos clientes de Don Jairo el chontaduro es de “mucho alimento” haciendo referencia al hecho de que – como mencionaban los compradores-: “*Uno se puede comer 3 y ya queda almorzado*” o “*Es pesado, llena y así usted no come tanto [de otras cosas]*”. Así, estas referencias muestran que el mismo asunto nutricional o lo que hace al chontaduro “saludable” es la sensación de llenura o saciedad que puede brindar este fruto. Sin embargo, hay otra forma en la que se concibe el chontaduro como nutricional y es por estar compuesto de diferentes bioquímicos considerados “buenos” según el discurso nutricional ortodoxo.

Estando en otra carreta de venta ambulante, en este caso la de Yineth, una señora caleña se acercó a comprar un racimo pequeño de chontaduro crudo. En ese momento eso me pareció muy particular porque primero, no en todos los carritos se consigue chontaduro crudo, y segundo, porque así esté disponible muy pocas personas lo compran por el tiempo que toma cocinarlos (4 horas en promedio). Así, le pregunté a la señora por qué los compraba crudos, y la razón que ella me daba por su compra era: “*Mi hija es vegetariana y el chontaduro es el mejor suplemento de proteínas y vitaminas ¿si sabía?* -Dirigiéndose a mí- *y lo compro sin cocinar porque así nos dura varios días y más bien con mi hija lo vamos cocinando cuando vayamos necesitando*”. En el puesto ambulante de John, su discurso fue algo similar al de esta señora caleña, pues el mencionaba que “*Comerse un chontaduro es como comerse un pescado, [pues] tiene muchas vitaminas*”. Así, logra ser visible la manera

en que las personas se han apropiado de un lenguaje especializado para justificar o explicar por qué comen este fruto y para qué sirve.

En este contexto, tanto vendedores como consumidores parecen saber mucho de nutrición, pues hablan de proteínas, vitaminas y de las ventajas que trae para nuestro cuerpo comer un alimento que las posea. Este lenguaje técnico es utilizado en la cotidianidad porque los discursos de la ciencia nutricional y de la salud, al menos en el mundo occidental, han sido bastante acogidos y centrales en la forma en que los individuos entienden la comida, a sí mismos y la forma en que esta se incorpora y afecta su cuerpo (Lupton, 1996). Así, para explicar la escogencia alimentaria del chontaduro o para persuadir a un comprador de gastarse su dinero en este fruto, es que vendedores y consumidores utilizan con tanta frecuencia este tipo de lenguaje especializado, pues es la forma en que las personas se comunican actualmente para referirse a la alimentación.

Ahora bien, estando en el lugar de mayor producción de chontaduro en Colombia, El Tambo (Cauca), la profesora Socorro de la escuela, me explicaba que ellos consumían chontaduro porque había disponibilidad, alimentaba, saciaba, era rico y brindaba energía. Sin embargo, no sabían cuáles eran sus componentes y que tan bueno podría ser para la salud, hasta que el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) comenzó a hacer estudios sobre el fruto y a hacerles capacitaciones en donde les contaron que un chontaduro tiene la misma proteína que una libra de carne. Asimismo, exaltando sus valores nutricionales, universidades de la región Pacífica<sup>26</sup> han llevado a cabo investigaciones alrededor de esta fruta. Específicamente la Universidad del Valle en sus estudios de laboratorio, ha llegado a concluir que el chontaduro tiene unas bondades enormes en aporte de proteínas, aceites, vitaminas liposolubles y minerales indispensables en la dieta, como calcio, hierro, zinc y cobre, además de poseer una alta concentración de betacaroteno (precursor de la vitamina A y una poderosa molécula antioxidante) (AUPEC, 2009). De hecho, el profesor Restrepo que ha estudiado este fruto por más de diez años afirma que el chontaduro “es como una pequeña fábrica

---

<sup>26</sup> Aquí es importante notar que estas investigaciones se hacen precisamente en esa región porque el chontaduro es de importancia local y que, tal vez, si no fueran desarrolladas ahí, no existirían este tipo de estudios que evaluaran las propiedades nutricionales del chontaduro.

nutricional y probablemente el alimento más balanceado del trópico [...] [el cual] podría enriquecer la dieta de la población colombiana” (AUPEC, 2009).

Viendo los hallazgos de la Universidad del Valle y lo estudiado por el SENA, podríamos decir que precisamente de ese tipo de investigaciones, enmarcadas dentro de una ciencia nutricional, empiezan a difundirse las ideas sobre las propiedades alimenticias del chontaduro. Si bien eso en parte es cierto, no todo el mundo conoce estos estudios y aún así sostienen que el chontaduro tiene la propiedad de ser saludable. Esta existencia fuera del discurso nutricional se debe a varias razones: primero, a que existe un conocimiento empírico por parte de productores y consumidores frecuentes, donde por ejemplo se sabe que el chontaduro proporciona saciedad, energía, defensas para no enfermarse y niños gorditos y fuertes, tal como me dijo el Ingeniero Agrónomo de El Tambo; y segundo, a que en contextos de poco consumo existe una tendencia a exaltar las propiedades de lo desconocido, otorgándole la etiqueta de exótico y cargándolo así de poderes e importantes características.

Esa carga de poderes que se le asigna al chontaduro cuando se le exotiza en los lugares de poco consumo, se puede asemejar al proceso que describe Taussig en su libro titulado *Chamanismo, colonialismo y el hombre Salvaje*. Aunque este autor habla concretamente de los chamanes, su explicación sobre el poder del chamanismo, ayuda a ilustrar el poder curativo y nutricional del chontaduro. Taussig (2002) sostiene que “el poder del chamanismo, estriba no en el chamán, sino en las diferencias creadas por la reunión del chamán con el paciente, diferencias que constituyen una imaginaria esencial para la articulación de lo que llamo conocimiento social implícito” (p.549). Esto quiere decir que el poder, la magia y la curación que se le asigna a un chamán, viene de una interacción de otredades entre colonos blancos y chamanes, donde el salvajismo y el racismo están fuertemente enlazados, pero a la vez creando espacios de representación simbólica de poder y magia. En este sentido, así el chontaduro sea un fruto marginal (como lo nombramos en el primer capítulo), racializado y poco distribuido en Bogotá, este adquiere un poder curativo y una “magia saludable” proporcionada por esa otredad y lejanía de la que viene y a la que se asocia.

Como ya vimos, el chontaduro se considera saludable de maneras diferenciadas (Comida como Medicina/patógeno y como Nutriente), y la forma en que las personas se refirieren a los beneficios o las propiedades del fruto está atravesada por un fuerte discurso

nutricional y por un encuentro de otredades. Sin embargo, ¿algo es saludable solo porque en el laboratorio se pudo extraer su cantidad de proteínas, vitaminas y minerales o por el poder simbólico que adquiere?, ¿qué pasaría si en su producción es indiscriminada la cantidad de insecticidas agrícolas que se utilizan?, ¿seguiría siendo saludable?

Antes de definir de forma definitiva que un alimento es saludable o no, parto de la idea de que esto se puede ver como una construcción social donde confluyen diversos factores como: el descubrimiento de las vitaminas, minerales, etc., el surgimiento de la ciencia nutricional, la preocupación por la dieta humana, el auge del sistema global de producción industrial de alimentos, entre otros. Entonces si alguien tiene una lista de cosas que hacen un alimento saludable, y ese algo no cumple alguna, probablemente dejaría de ser considerado “un buen alimento”. Por ejemplo, hasta ahora hemos visto que las personas consideran el chontaduro como algo saludable porque brinda la sensación de saciedad, da energía, tiene muchas proteínas o vitaminas y ayuda con problemas de la salud, pero hay otro factor que está presente en la vida social del chontaduro, que pocos conocen y que es importante en el discurso actual para considerar un alimento saludable o no.

Siguiendo a Lupton (1996), actualmente existe un “sueño de naturaleza” donde se recuerda una vida “natural” “[...]conectada emocionalmente a nociones de 'pureza' y 'bondad' relacionadas a un discurso nostálgico alrededor de lo saludable e integral de la vida rural” (p.80). Así, dentro de este discurso de “lo natural” se ha privilegiado el consumo de frutas y verduras al venir de la tierra y ser el alimento ideal para nuestro cuerpo natural. Sin embargo, así esas frutas “naturales” estén llenas de grandes propiedades nutricionales, para muchos es importante no desestimar las condiciones de producción y distribución de los alimentos en las sociedades modernas antes de referirse a estos como saludables.

En El Tambo- Cauca, los cultivos de chontaduro solían crecer sin la necesidad de agroquímicos o pesticidas. La gente mayor narraba que desde el día que nacieron o desde que se mudaron, siempre ha habido chontaduro en esas tierras. Así, aprovechando la bonanza y la particularidad de ese lugar para el crecimiento de este fruto, las personas se dedicaron a sembrar más palmas y a vender sus cosechas. De esta manera, El Tambo, específicamente la vereda de Cuatro Esquinas, se convirtió en el epicentro de la producción del chontaduro en Colombia. Sin embargo, el panorama empezó a cambiar hacia 1975 cuando llegó una plaga

de gusanos y más delante de un insecto llamado picudo<sup>27</sup>, amenazando las palmas de chontaduro y obligando a los productores a utilizar agroquímicos y fuertes pesticidas. Según la profesora Socorro, fue tan fuerte esta plaga que hasta el día de hoy combatirla ha sido una tarea complicada y peligrosa, no solo para los productores sino para los consumidores:

*“En unas capacitaciones que nos hizo el SENA, un señor alemán que venía con ellos nos dijo que era raro que todavía usáramos el veneno Lorsban cuando en varios países ya estaba prohibido y discontinuado [...] Ese es un veneno muy fuerte, con un olor muy penetrante y que ha dejado ciego a más de uno [...] No tiene una dosificación específica, cada uno le hecha lo que considere lo cual lo hace aún más peligroso y nocivo. Ningún productor ve como un problema el veneno para la salud de los consumidores, sino más para ellos por no tener protección al momento de aplicarlos (que debe hacerse cada 20 días)”.*

Por su lado, Gerardo, un productor e importante distribuidor de chontaduro en El Tambo, dentro de su apuesta por expandir este fruto a otros mercados (ya que aquí en cosecha pagan muy poco por kg), me explicaba que con una asociación de productores habían intentado exportar el chontaduro<sup>28</sup>. Sin embargo, en un estudio químico que le realizaron al fruto, este *“salió con niveles de veneno del 80% y eso así no lo reciben internacionalmente”*. En ese sentido, ellos decidieron pedirle ayuda al SENA para que les enseñara a hacer insecticidas agrícolas naturales y efectivos para proteger sus palmas, bajar los índices de veneno y así finalmente exportar; pero el proceso con esos venenos *“era muy complicado, porque cada 8 días había que echarle, mientras que el otro es cada 15- 20 días. Además, que por más que se hiciera con el natural, seguían quedando rezagos del veneno químico anterior, entonces todos prefirieron seguir usando el veneno al que estaban acostumbrados”*. Igualmente, no solo fueron los otros productores sino también Gerardo quienes decidieron seguir con los altos niveles de veneno porque como él me explicaba: *“Usted sabe que la gente es muy terca, ya una vez les sirve algo no lo quieren cambiar porque ese fue el que les funcionó... entonces por eso nadie cambió por el natural”*.

Lo mencionado por la profesora Socorro y Gerardo, da cuenta de la gran cantidad de veneno, como le dicen ellos, o insecticidas agrícolas que se utilizan para la producción del

---

<sup>27</sup> Una especie de cucarrón afectó en un gran porcentaje los cultivos del Chocó y de Buenaventura por ejemplo.

<sup>28</sup> Aunque en los capítulos anteriores traté el tema de la marginalidad de esto fruto, se podría decir que esta se da a nivel local porque internacionalmente el fruto tiene acogida, tanto que hasta tiene traducción al inglés: Peach Palm.

chontaduro en El Tambo. Particularmente yo pude conocer esto porque llegué hasta el lugar de producción, pero para muchas otras personas esta información se sale del espectro de su conocimiento por la distancia que hay entre productores y los consumidores (en el caso de Bogotá). Tal vez si más personas conocieran esta versión de la historia, dejarían de considerarlo tan “saludable”, no lo sé. Sin embargo, de lo que si tengo la certeza, es de que otras personas, como por ejemplo los productores, siguen considerando el fruto nutricional y saludable, así conozcan los altos índices de veneno que posee. De esta manera, entra otro factor a jugar en la definición de lo saludable y es su connotación de “natural” y cómo dependiendo de las personas, el grupo social, el lugar y de la apropiación de ciertos conocimientos, el chontaduro se puede seguir pensando saludable o no.

Teniendo en cuenta lo descrito hasta el momento, podemos ver las complejidades que se encuentran detrás catalogar al chontaduro como un alimento “saludable”. Esto no sucede, solo con este fruto sino con muchos productos alimenticios, que al igual que el chontaduro están atravesados por el discurso nutricional moderno, la exotización y por otro tipo de nociones como “el sueño de naturaleza”. La importancia de dar cuenta de las diferentes formas en que un alimento se considera saludable y de mostrar su proceso de producción, no es encontrar el punto para desmentir ni mostrar que el chontaduro, en este caso, por su gran contenido de agroquímicos no sea saludable. Por el contrario, tener en cuenta todo lo anterior, permite ver los múltiples significados que se encuentran detrás de concebir al chontaduro como saludable, cómo esa idea de gran alimento nutricional se ha venido construyendo, cómo se relaciona con encuentros entre otredades, racialización y exotización, y cómo esas nociones de “lo saludable” pueden cambiar dependiendo del conocimiento que se tenga de la biografía o la vida social del fruto (su proceso de producción).

### **3.3 Racialización de la sexualidad: El chontaduro para la potencia sexual y reproductiva.**

A pesar de que los compradores en su mayoría consideran el chontaduro “saludable”, hay varios que lo consumen o van en busca de un jugo de chontaduro por sus propiedades “afrodisiacas”. No en todas las carretas, pero si en tres de las que estuve, además de los frutos, la miel, la sal y los galones de jugo, se encontraba un frasquito blanco con una flecha roja apuntando hacia arriba llamada Mero Macho. Cuando lo vi por primera vez no tuve necesidad

de preguntar qué era eso porque el nombre prácticamente lo decía todo. Sin embargo, cuando fui escuchando las asociaciones del chontaduro con lo afrodisiaco, y ver que las personas pedían jugo de chontaduro con adición de Mero Macho, la presencia de ese potenciador sexual empezó a adquirir más sentido en toda esta investigación.

El Mero Macho es una mezcla homeopática importada de Ecuador, que contiene, según su etiqueta, extractos fluidos de: chontaduro, damiana, marupuama, catuama, borojó, maca, polen, ginseng, jalea real, tribulus terrestres y noni. Es importada porque para algunos vendedores el Mero Macho que se produce aquí en Colombia no es tan bueno y se dice que supuestamente funciona, como lo indica su flecha apuntando hacia arriba, para “eliminar la eyaculación precoz, engrosar el pene y tener una erección inmediata” (El Espectador, 2016). Sin embargo, a pesar de todas estas promesas tan deseadas por muchos hombres, la realidad es que este producto no posee un registro sanitario Invima y por lo tanto se ha exigido que se evite su comercialización (El Espectador, 2016). La cuestión es que, a pesar de este aviso, el Mero Macho sigue estando disponible en las carretas ambulantes de chontaduro para ser mezclado con el jugo y así tener un doble efecto o potencialización sexual.



Imagen 7. Botella de Mero Macho. Tomada de [www.nutricuerpo.com](http://www.nutricuerpo.com)

Recuerdo el día en que fui a la carreta ambulante de John y él estaba con dos amigos (“negros” y del Pacífico también). Ese día dos hombres se acercaron a comprar jugo de chontaduro con adición de Mero Macho. Cuando fue el primer hombre, se tomó su jugo con la adición y se fue, yo abrí la conversación con John y sus amigos sobre el tema afrodisiaco. Ellos me comentaban que consideraban que lo afrodisiaco era verdad porque muchas

personas les habían contado historias sobre sus experiencias sexuales después de tomarlo. Haber tocado ese tema con ellos abrió la puerta a que me coquetearan y a la vez me consideraran un amigo más, ya que sin importarles miraban y hablaban de manera morbosa de mujeres que pasaban por la carreta. Fueron momentos muy incómodos, pero que sirvieron para cuando llegó un segundo comprador de aproximadamente 60 años a pedir el jugo con adición de Mero Macho también. Como el señor nos vio hablando de sexo y riéndonos, nos contó entre chistes *“Para mi este jugo es buenísimo, así no hay necesidad de Viagra que no es natural”*. *“Pero ¿entonces si funciona? ¿si es afrodisiaco?”*- le pregunté con asombro- *“Claro”*- Respondió él- *“El que se coma esto, así sea mujer, lo hace por algo (mientras hacía una cara sugestiva) porque solo por el sabor ¡qué va! Si sabe a feo”*. Y luego agregó, dirigiéndose a John: *“Deme además dos paqueticos de chontaduros, porque no tengo nada para comer esta noche y así de una vez me preparo para mañana que me va a visitar una vecinita jaja”*.

Este encuentro pone de manifiesto varias cosas. Primero, la concepción del chontaduro como afrodisiaco al propiciar un efecto similar al del Viagra, es decir una erección prolongada; segundo, la visión del chontaduro como natural, ya cuestionada en el apartado anterior, con las mismas ventajas de un producto farmacológico como el Viagra; y tercero, que en este caso, no se destaca el gusto por el chontaduro (a diferencia de lo visto en el primer capítulo), sino que se considera feo y solo se consume por el efecto afrodisiaco, tal como un remedio no agradable al gusto pero que es consumido porque curará de alguna enfermedad.

Sin embargo, no solo existe esta imagen del chontaduro como potenciador sexual para darle más vigor a un pene, sino que existe otra forma muy particular en que este fruto es considerado afrodisiaco, y es por su capacidad o potencia reproductiva de hacer que un hombre pueda fecundar gemelos. Esta particularidad la vi mientras estaba en la carreta de Don Jairo y su hija Zulay, donde una tarde llegó un señor joven a tomarse no uno sino tres vasos de jugo de chontaduro y a preguntar por el costo de un galón de esa bebida. Ante la cantidad de jugo que requería le preguntamos que para qué era y él nos respondió: *“Una señora me dijo que este fruto era afrodisiaco y que por esto, tomándome diariamente de 2 a 3 vasos de jugo de chontaduro, podía dejar a mi esposa embarazada de gemelos”*. En ese

momento esta respuesta me pareció muy extraña, pues en todas las carretas no había escuchado a nadie refiriéndose a lo afrodisíaco como la posibilidad de gestar gemelos. Sin embargo, cuando estuve en El Tambo (Cauca), pregunté por el tema, y aunque muchos me dijeron que tenían noción de la idea del chontaduro como afrodisíaco, ninguno conocía ese rumor acerca de que pudiera potenciar la posibilidad de tener gemelos. Fue una señora, Carmen, y sus amigas, quienes finalmente me dijeron ... *“Eso de lo afrodisíaco quién sabe... tal vez sea cierto y por eso hay tantos gemelos y mellizos por aquí en El Tambo jajaja”*.

Ahora, así se piense lo afrodisíaco como sinónimo de potencia sexual o reproductiva (para tener gemelos), lo cierto es que estos significados están atravesados por una construcción particular de la masculinidad y por la relación heteronormativa de las relaciones sexuales. Tal como me indicaba Petro, en su carreta de las Aguas, *“Muchas personas vienen a comprarlo porque es (afrodisíaco)... así que por eso empecé a ofrecer el Mero Macho también... pero esto lo piden es los hombres y no las mujeres [...] cuando ellas toman es porque su esposo compró y les dice que beban para que ‘esta noche lo hagamos sin parar’”*. En este sentido, pareciera que el tema afrodisíaco solo le concierne a los hombres, pues estos son los únicos que van buscando esos efectos por el consumo del fruto. Del tiempo que hice trabajo de campo, ninguna mujer se acercó a comprar el chontaduro buscando mejorar su deseo sexual o para aumentar sus posibilidades de quedar embarazada de gemelos, lo cual es extraño porque en sus óvulos es donde existe la posibilidad de tener uno de estos embarazos y no en los espermatozoides de los hombres. A pesar de esto, siempre los usos afrodisíacos fueron una petición masculina, con esa preocupación heteronormativa de que la relación sexual no es exitosa sin un control masculino y sin un pene erecto de manera prolongada. Asimismo, esta idea de la buena relación sexual se refuerza con la noción de que es posible que los hombres “mejoren” sus espermatozoides porque ellos son los que “siembran” gemelos en su pareja. En este contexto, es que la visión del chontaduro como afrodisíaco se encuentra atada a una construcción particular de masculinidad y de las relaciones sexuales, propiciando que no tenga la misma importancia o no “funcione” igual para una mujer que para un hombre.

Si bien ya nombramos que el tema afrodisíaco del chontaduro es creído y utilizado en su mayoría por hombres, según Don Jairo esta es una creencia de solo ciertos hombres, no

de todos. Él me explicaba que *“los hombres rolos<sup>29</sup> son los que comen chontaduro porque disque es afrodisiaco, pero los hombres negros no comemos esos cuentos”*. Incluso, no fue solo Don Jairo sino John y sus amigos (todos “negros”), en el primer extracto de esta sección, quienes también dijeron que sabían que el chontaduro era afrodisiaco por historias de las personas, no por ellos mismos -a pesar de que también lo consuman-. En este contexto, es donde tanto vendedores “negros” como consumidores “blancos” entran dentro de lo que Viveros (2009) denomina “la racialización de la sexualidad”, donde en ambos casos existen imaginarios alrededor de la sexualidad que están atravesados de manera jerárquica por la raza. Así, sostengo que la racialización de la sexualidad opera en los vendedores “negros”, en la medida en que éstos piensan que como hombres “negros” no necesitan de las propiedades afrodisiacas del chontaduro, pero sí los rolos u otros que serían los “blancos”. En tanto a los compradores “blancos”, estos también caen en este tipo de racialización al pensar que ellos no poseen esas ventajas sexuales que sí tienen los negros y que tal vez consumiendo el chontaduro, que se piensa un alimento de negros”, pueden llegar a obtenerlas.

Para entender mejor este último argumento es importante mostrar que existe una relación muy estrecha entre el sexo, la comida, y en este caso, la raza. Primero partamos de la relación entre comida y sexo, pues no hay dos preocupaciones más humanas que estas. Según Elspeth Probyn (2000) existe una “dualidad entre comida y sexo: ambos son canales sensuales, físicos y simbólicos por medio de y dentro de los cuales los significados culturales “naturalmente” circulan; ambos son al mismo tiempo dominios de placer y de la producción y reproducción de las especies; y ambos son puntos de conexión entre lo material y lo imaginario, lo corporal y lo social, la naturaleza y la cultura” (p.74). Así, la comida y el sexo son vitales, uno para la sobrevivencia del individuo y el otro para su reproducción como especie, ambos operan con normas específicas, sirven para unir grupos de personas y se conectan en tanto que, por ejemplo, la apetencia o el gusto puede ser sexual o alimenticio.

Ahora, ¿cómo se relacionan estos dos conceptos con la raza? En Colombia y en muchos otros lugares existen imaginarios al rededor del erotismo y la sensualidad de las personas negras. Estos imaginarios se construyen a partir de estereotipos raciales y prejuicios

---

<sup>29</sup> Forma en la que se le dice a las personas nacidas en Bogotá y especialmente cuando se piensan de piel blanca.

sobre la población negra, los cuales tienen una larga historia, no solo en las Américas sino también en Europa (Viveros, 2002). Los estereotipos según Sump and Huges (citados en Viveros, 2002) son anónimos e impersonales, su principio de clasificación no es manifiesto y se transmite y se recibe a través de los medios de comunicación y el entorno social. Así, se ha construido como una generalidad cotidiana que el placer y la potencia sexual es uno de los elementos que definen el *ser* negro y que su sexualidad, según un trabajo realizado por Congolio (2008), se asocia al “desenfreno”, el “ímpetu”, la “fogosidad” y el “calor sexual”.

Esta asociación es lo que se entiende como racialización de la sexualidad y si lo pensamos en relación con la racialización del chontaduro<sup>30</sup>, podemos hilar más finamente la asociación del chontaduro con lo afrodisiaco. Según las conversaciones citadas al inicio de este apartado, los productores o quienes han estado más cercanos al fruto (por ejemplo, los vendedores) conciben el chontaduro de manera diferente a los consumidores rolos o bogotanos (que se piensan a sí mismos como “blancos”). Como vimos, estos “rolos” consideran que el chontaduro les puede brindar potencia sexual o aumentar su capacidad para tener gemelos, mientras que los productores o los vendedores no se encuentran seguros de su funcionamiento o ‘no se comen el cuento’. Este distanciamiento de concepciones se da porque que las mercancías (en este caso el chontaduro), al igual que las personas, tienen una vida social, una biografía particular que va cambiando a medida que transitan y se relacionan con diferentes personas en el circuito comercial<sup>31</sup>.

Siguiendo a Arjun Appadurai (1991) en su libro *La vida social de las cosas*, “Las mercancías representan formas sociales y distribuciones de conocimiento muy complejas y tal conocimiento puede ser de dos tipos: el conocimiento (técnico, social, estético y demás) que acompaña la producción de la mercancía, y el conocimiento que acompaña el consumo apropiado de la mercancía. [...] Por supuesto- afirma el autor- ambas atribuciones divergirán proporcionalmente entre mayor sea la distancia espacial, social y temporal entre los productores y los consumidores” (p.60). Así, en el marco del chontaduro, tenemos que existe específicamente una distancia espacial y social entre los productores y los consumidores de

---

<sup>30</sup> Concepto explicado en el primer capítulo de este trabajo, donde el chontaduro es concebido como una comida de negros.

<sup>31</sup> Entiendo el circuito comercial como la unión sistemática de los procesos de producción, distribución y consumo.

este fruto. Espacial en tanto que el chontaduro se produce lejos de Bogotá, y social en tanto que su asociación con lo negro convierte al fruto en algo distante y exótico. Dada esta lejanía es que se construyen las concepciones afrodisiacas del chontaduro en Bogotá: una menos conocida que la otra, pero ambas atravesadas por la racialización de la sexualidad y la posibilidad de obtener esa potencia sexual de “lo negro”- ya sea para tener gemelos o para un mejor desempeño en el acto amoroso- consumiendo este fruto exótico que se piensa, igualmente, de “negros”.

Ahora bien, frente a este contexto se podría afirmar que en Colombia los estereotipos raciales están latentes a tal medida que marcan incluso la alimentación, el consumo de ciertos alimentos y las propiedades que se piensan inherentes a estos. De hecho, se puede pensar que los procesos de racialización de la sexualidad han sido tan fuertes, que incluso han permeado y se han hecho realidad para las personas “negras”. Sin embargo, aunque lo anterior no está errado, la realidad es que existe una interesante estrategia de diálogo con el estereotipo racial por parte de la población “negra” trabajadora en las ciudades, donde en vez de enfrentar el estereotipo, se lo apropian y le cambian la valencia, generando un nuevo poder (Godoy (2017). Así, los vendedores recrean la exotividad y los estereotipos raciales, en este caso con relación al tema sexual, como una estrategia de venta para posicionarse dentro de un espacio laboral que les ofrece pocas oportunidades. Esto para algunos puede ser una manifestación de la agencia de la población negra o como lo indica Meza (2003) “un reflejo del talento relacional del vendedor, quien lo introduce en su imaginaria de rebusque callejero, ante la necesidad de sobrevivir” (p.90).

### **3.4 Conclusiones**

A pesar de haber llegado a hallazgos muy distintos en cada uno de los apartados de este capítulo, agrupé el tema de lo saludable y lo afrodisiaco porque ambos son significados alrededor del chontaduro que hacen referencia a cómo el consumo de esta fruta se incorpora en el cuerpo y lo afecta: ya sea para brindarle las propiedades alimenticias que necesita para un mejor funcionamiento o para dotarlo de nuevas ventajas sexuales. Asimismo, ambas propiedades, de alguna u otra manera se relacionan porque se producen a raíz de encuentros entre otredades, entre unos productores lejanos y consumidores en ciudades, así como entre vendedores “negros” y consumidores “blancos”.

En el ámbito de lo saludable, se apuntó al asunto de la definición de este concepto por parte de los actores sociales, la forma en la que se construye a través de un discurso nutricional moderno y de encuentros entre otredades, y finalmente, hasta dónde lo que se considera “natural” es también saludable. En el tema afrodisíaco se intentó hacer evidente la manera en la que de nuevo opera la racialización con relación al chontaduro en el país, en este caso en relación con la “potencia sexual” y “calentura” que se consideran inherentes a la población negra y que los blancos o bogotanos quieren obtener por medio del consumo de este fruto igualmente racializado. Asimismo, se intentó dar cuenta de la utilización que hacen los vendedores de estos estereotipos raciales para sus intercambios comerciales, para mostrar que, si bien reproducen diferentes racismos, también ellos los apropian y los utilizan a su favor.

## Reflexiones finales

Antes que un hecho puramente biológico, la alimentación está atravesada y definida por múltiples situaciones y valores sociales y culturales. Así, investigar los sistemas alimenticios resulta útil para dar cuenta de amplios procesos sociales y de la manera como el consumo o la importancia comercial responde a asuntos que no son fortuitos sino producto de complejas construcciones sociales. A lo largo de este trabajo precisamente quise mostrar cómo el consumo y venta callejera de chontaduro en Bogotá presenta una ambivalencia, pues por un lado es un producto marginal y un espacio donde se oculta y vive la constante reificación de las relaciones raciales y regionales de poder; y por el otro lado, es un alimento cargado de propiedades y poderes que son deseados por los consumidores bogotanos.

Puntualmente este trabajo tuvo tres objetivos específicos, enmarcados dentro de la pregunta sobre ¿Cómo se construye la venta y el consumo de chontaduro en Bogotá y cómo estos se vinculan con relaciones raciales e interregionales en Colombia? Así, cada capítulo de esta tesis respondía a cada uno de los objetivos. El primer capítulo tuvo como objetivo comprender y analizar los procesos de producción y distribución del chontaduro. El segundo, capítulo analizó cómo se relacionaba la trayectoria de vida de las personas con la elección de su oficio de vendedor y/o como consumidor. Y finalmente, el tercer capítulo buscó comprender la racialización del chontaduro a través de las atribuciones que las personas le dan como afrodisíaco y/o saludable. Este rastreo de la vida social de un alimento como el chontaduro, que comenzó desde el primer capítulo, permitió ver varios asuntos: Primero, que este es un fruto marginal a múltiples escalas y de diferentes maneras, debido a las particularidades de su proceso de producción, el lugar donde es distribuido en Bogotá, su venta informal y las características organolépticas que este posee. Segundo, que el chontaduro en Bogotá es considerado un alimento de identificación regional del Pacífico (Cauca, Valle del Cauca y Chocó) y como “comida de negros”. Y tercero, que las propiedades de saludable y afrodisíaco atribuidas al chontaduro son el reflejo de un discurso nutricional moderno (en relación específica a lo saludable), así como de representaciones de alteridad y de la recreación de estereotipos alrededor de lo “negro”.

En términos generales, examinar este fruto permitió visibilizar diferentes capas de significado que ilustraron sobre procesos sociales tales como la construcción de las

identidades regionales y raciales colombianas, la marginalización de los alimentos a múltiples escalas, la apropiación de los discursos nutricionales modernos y la racialización de la alimentación y la sexualidad. Así, haber investigado la biografía del chontaduro en Bogotá propició deconstruir y entender los diferentes significados que se le asignan a la alimentación dependiendo de cuestiones de identidad, género y lugar, y ver, asimismo, que la comida juega un papel muy importante en los discursos racializados.

El tema de la racialización fue transversal, pues a lo largo de este escrito traté de mostrar cómo indirectamente las jerarquías raciales que vienen desde la época colonial, siguen operando, están profundamente encarnadas y se manifiestan por medio de una fruta como el chontaduro. Como se pudo ver a lo largo del trabajo, la relación entre la raza y la comida es crucial no solo como marcador de identidad y diferencia, sino en la manera como la raza atraviesa y marca el proceso alimentario, desde la producción hasta el consumo.

Esta tesis abordó unas de las múltiples vidas que tiene el chontaduro (pues como hemos visto, eso depende de qué aspectos o en qué relaciones específicas de su biografía nos centremos) y aunque nos permitieron ver amplios procesos sociales, estas estuvieron especialmente enfocadas en Bogotá. En otros lugares del país como Cali o Popayán, donde el chontaduro es mucho más común y conocido, tal vez este tenga otras vidas y signifique asuntos parecidos, pero también diferentes. La idea de este proyecto no fue dar conclusiones generales sobre el chontaduro en el país, sino hablar de cómo se consume y significa el fruto en Bogotá, la capital del país, caracterizada por ser un gran foco de migración y donde vive una mayoría de gente que se considera asimismo “blanca”. En otras ciudades se han dado procesos diferentes, la vida social del chontaduro ha variado y valdría la pena contrastar y complementar lo analizado con respecto a este fruto en Bogotá en otros lugares del país. Si bien se hizo una visita al Tambo (Cauca) y eso fue clave para este trabajo de investigación, sería importante recurrir a otros lugares de producción como Popayán y el Llano, pues estos se insertaron hace poco en el mercado y sus cosechas se dan en momentos diferentes a los de El Tambo.

Durante este escrito, también, se nombró al chontaduro como un fruto “exótico”. Pero, aunque algunos lo consideren como tal por su extrañeza, este todavía sigue siendo marginal, pues no se consigue fácilmente, su producción es artesanal y su venta es

primordialmente callejera. Sin embargo, en Bogotá, el chontaduro está transitando de manera muy particular, ya que no solo está presente en la venta informal, sino que importantes restaurantes lo están usando para darle un toque gourmet y “autóctono” a sus platos. Por ejemplo, el restaurante Crepes and Waffles ha venido ofreciendo en su barra de ensaladas chontaduro encurtido, o el Burgués (ubicado en una de las zonas más lujosas de la ciudad) ofrece chips de chontaduro como acompañamiento para sus hamburguesas. Este tránsito hacia estas nuevas esferas y paladares le da otro tipo de significados al chontaduro que valdría la pena analizar en futuras investigaciones, pues aquí el chontaduro ahora si estaría pasando de su espacio marginal a uno “exótico”, deseable y popular.

Finalmente, a pesar del corto alcance de este trabajo y las cosas que faltaron por abordar e investigar, lo que puedo concluir de forma general es que la alimentación, y en este caso el chontaduro, tienen mucho por decirnos acerca de la realidad social o la estructura de una sociedad. Así, para entender qué nos está comunicando un alimento, debemos descifrar la gramática de la comida como si de textos se tratara (Barthes, 2008). Particularmente, la forma que yo encontré de descifrar el chontaduro, fue recurriendo a los circuitos de producción, distribución y consumo en Bogotá como una joven mujer mestiza, estudiante universitaria en proceso de trabajo de campo para la elaboración de una tesis en antropología en una universidad de la capital, lo cual (como les nombré en la introducción) hizo que las personas se acercaran a mí de una forma particular y que encontrara cosas muy puntuales que tal vez variarían dependiendo del investigador. Además, si la comida o el chontaduro son un texto, estos efectivamente se pueden leer pero están sujetos a las interpretaciones de los lectores -o investigadores en este caso-, de quiénes son, de los lentes teóricos que se ponen para abordar un asunto y su método para acercarse a un problema. Lo que está aquí escrito es eso, mi lectura, mi interpretación y mi análisis de unos pocos capítulos de la vida social del chontaduro.

## Bibliografía

- Agencia de noticias UN (19 de noviembre de 2012). Chontaduro tiene gran potencial industrial. Recuperado de: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/chontaduro-tiene-granpotencial-industrial.html>
- Agencia de noticias UN (24 agosto de 2015). Picudo arruina cultivos de chontaduro en Buenaventura. Recuperado de: <https://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/picudo-arruina-cultivos-de-chontaduro-en-buenaventura.html>
- Appadurai, Arjun (1991). “Introducción”. En Arjun Appadurai. (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectivas culturales de las mercancías*. México: Editorial Grijalbo.
- Appelbaum, Nancy; Anne S. Macpherson y Karin Alejandra Roseblatt (2003). “Introduction: Racial Nations”. En: Nancy P. Appelbaum, Anne S. Macpherson y Karin Alejandra Roseblatt (eds.) *Race and Nation in Modern Latin America*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1-31.
- Arias, Julio y Restrepo, Eduardo (2010). “Historizando raza: propuestas conceptuales y metodológicas”. *Crítica y Emancipación*, 2(3): 45-64.
- Arias, Julio (2005). *Nación y diferencia en el siglo XIX colombiano: Orden nacional, racialismo y taxonomías poblacionales*. Bogotá: Universidad de los Andes-CESO.
- AUPEC (Julio 2009). El chontaduro, una fuente alimenticia desconocida de alto valor nutricional. Recuperado de: <https://aupec.univalle.edu.co/informes/2009/julio/chontaduro.html>
- Barthes, Roland (2008). “Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption”. En *Food and Culture: A Reader*, editado por Carole Counihan y Penny Van Esterik,. New York: Routledge, 28-35.
- Bonilla-Silva, Eduardo (2006). “The Strange Enigma of Race in Contemporary America”. En: *Racism without racists*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishing, 1-24.

- Caicedo, Manuela (2014). *¿Aquí no hay racismo? Prácticas y representaciones de los racismos en la vida cotidiana de los estudiantes de la universidad tecnológica del Chocó*, Diego Luis Córdoba (Tesis de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá.
- Camacho, Juana y Restrepo, Eduardo (1999). *De ríos, montes y ciudades. Territorios e identidades de la gente negra en Colombia*. Bogotá: Fundación Natura – Ecofondo – Icanh.
- Camacho, Juana (2011). "Embodied Tastes: Food and Agrobiodiversity in the Colombian Andes". Ph.D. Thesis, University of Georgia.
- Calvo, Óscar y Saade, Marta (2002). *La ciudad en cuarentena. Chicha, patología social y profilaxis*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Chaparro, María (2011). *Obtención de aceite a partir de los residuos del chontaduro*. Tesis de pregrado. Universidad del Valle, Cali.
- Collazos, Oswaldo; Bravo, Isabel y Giraldo Efrén (2004). *Manual técnico para el manejo sostenible del cultivo de chontaduro*. Cauca: Taller editorial universidad el Cauca.
- Congolio, Mary Lilia (2008). "¿Hombres negros potentes, mujeres negras candentes? Sexualidades y Estereotipos Raciales. La experiencia de jóvenes universitarios en Cali-Colombia". En Peter Wade, Fernando Urrea Giraldo y Mara Viveros Vigoya (eds.), *Raza, etnicidad y sexualidades. Ciudadanía y multiculturalismo en América Latina*, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas. Centro de Estudios Sociales (CES), Escuela de Estudios de Género.
- DANE Departamento nacional de estadística (2003). *Evidencia reciente del comportamiento de la migración interna en Colombia a partir de la Encuesta Continua de Hogares*. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/banco\\_datos/Migracion/migracion\\_interna\\_Clbia.pdf](https://www.dane.gov.co/files/banco_datos/Migracion/migracion_interna_Clbia.pdf)
- Earle, Rebecca (2012). *The Body of the Conquistador: Food, Race and the Colonial Experience in Spanish America, 1492-1700*. Cambridge: Cambridge University Press.

- El Espectador (24 de agosto de 2012). Cuidado con la comida Callejera. El Espectador. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/cuidado-comida-callejera-articulo-369981>
- El Espectador (21 de noviembre de 2016). ¡Ojo con el potencializador sexual 'Mero Macho'!, continúa venta de este producto ilegal. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/ojo-el-potencializador-sexual-mero-macho-continua-venta-articulo-666563>
- El País (1 de septiembre de 2014). El chontaduro, fruto de esperanza en El Tambo. Recuperado de: <http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Septiembre162005/A216N1.html#>
- El Tiempo (28 de noviembre de 2013). Chontaduro: como afrodisíaco, no se sabe... pero sí prolonga la vida. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13231535>
- Escobar, Valentina, Velasquez, Diana & Gutierrez Cristian (2011). *Plan de negocio exportador Chontaduro en conserva Cachipay*. Tesis de especialización. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá.
- Finnis, Elizabeth. (2012). Introduction. En Elizabeth Finnis, (ed.) *Reimagining Marginalized Foods. Global Processes, Local Places*. Tucson: The university of Arizona press, 1-14.
- Flórez-Malagón, Alberto (2008) *El poder de la carne. Historias de ganaderías en la primera mitad del siglo XX en Colombia*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Galeano, Paula (1997). "Sabores "negros" para paladares "blancos". *Selección de ensayos sobre alimentación y cocinas de Colombia* Ramiro Delgado, Daniel Gómez y Germán Negrette-Andrade (compiladores). Ministerio de Cultura, Bogotá, 355-354.
- Gnecco, Cristóbal (2010). Discursos sobre el otro. Pasos hacia una arqueología de la alteridad étnica. *Revista CS en Ciencias Sociales*, (2),101-129.
- Godoy, Mónica (2017, 28 de abril). Género y memoria social de la guerra. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=SKxv370MqvI>
- Icontec (2016). Nuestra Historia. Recuperado el 11 de diciembre. Disponible en: <http://www.icontec.org/NC/QS/Paginas/nh.aspx>

- IGAC (2002). Mapa de las regiones naturales de Colombia. Disponible en: <http://www2.igac.gov.co/ninos/UserFiles/Image/Mapas/regiones%20naturales.pdf>
- Kopitoff, Igor (1991). "La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso". En Arjun Appadurai. (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectivas culturales de las mercancías*. México: Editorial Grijalbo.
- Larson, Brooke (2004).. *Trials of Nation Making. Liberalism, Race, and Ethnicity in the Andes, 1810-1910*. Cambridge: Cambridge University Press
- Lupton, Deborah (1996). "Food, Health and Nature". En: *Food, the Body and the Self*. London: Sage, 68-93.
- Meza, Andrés (2003). "Trayectorias de los afrodescendientes en el comercio callejero de Bogotá". *Revista Colombiana de antropología*. (39), 71-104.
- Mintz Sidney, Du Bois, Cristine (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology* 31(1), 99-119.
- Mintz, Sidney (1996). *Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna*. México DF: Siglo veintiuno editores.
- Munn, Nancy (1986). *The Fame of Gawa: a Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*. Cambridge,UK: Cambridge Univ. Press.
- Novoa González, S., & Hilarión Madariaga, J. E. (2007). Plan de negocios: Método de creación de empresa para de productores de chontaduro y palmito en el Departamento del Putumayo, dentro del programa de sustitución de cultivos. Bogotá: Uniandes, 2007.
- Patiño, Victor (1958). "El cachipay o pijibay (Guilielma gasipaes Bailey) y su papel en la cultura y en la economía de los pueblos indígenas de América Tropical". *América Indígena (México)*, 18(3), 177-204.
- Peloso, Vincent (2013). *Race and Ethnicity in Latin American History*. New York: Routledge.
- Pilcher, Jeffrey (1998). *¡Que vivan los tamales! Food and the making of mexican identity*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Pohl-Valero, Stefan (2014). "'La raza entra por la boca': Energy, Diet, and Eugenics in Colombia, 1890-1940" *Hispanic American Historical Review* 94, (3), 455-486.

- Pohl-Valero, Stefan (2016). "Food Science, Race, and the Nation in Colombia." En *Oxford Research Encyclopedia of Latin American History*, editado por William Beezley,. Oxford: Oxford University Press.
- Pratt, Mary Louise (1992). *Ojos imperiales. Literatura de viajes y transculturación*. México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2010.
- Probyn, Elspeth (2000). *Carnal Appetites: Foodsexidentities*. London: Routledge.
- Restrepo, Eduardo (1997). "Afrocolombianos, antropología y proyecto de modernidad en Colombia". En *Antropología en la modernidad*. María Victoria Uribe y Eduardo Restrepo, (eds). ICANH. Bogotá.
- Restrepo, J, Vinazco, L. H., Estupiñan, J. (2012) "Estudio comparativo del contenido de ácidos grasos en 4 variedades de chontaduro (*Bactris gasipaes*) de la región del Pacífico Colombiano" . En *Revista de Ciencias. Universidad del Valle*.
- Revista Cromos (21 de Abril de 2017). El chontaduro, un potenciador sexual natural. Recuperado de: <https://cromos.elespectador.com/estilo-de-vida/el-chontaduro-un-potenciador-sexual-natural-23142>
- Robledo, Natalia (2010). "Higiene y panela: Cambios en el discurso y las políticas del estado colombiano en el marco de las transformaciones neoliberales." *Maguaré*, (24), 197-231.
- Saldarriaga, Gregorio (2011). *Alimentación e identidades en el Nuevo Reino de Granada, siglos XVI y XVII*. Bogotá: Editorial de la Universidad del Rosario.
- Serna, Sonia. (2011). Vivir de los imaginarios del mar: restaurantes y estereotipos sobre el Pacífico en Bogotá. *Tabula Rasa*, (14), 265-294.
- Sheller, Mimi (2013). "Skinning the banana trade: Racial erotics and ethical consumption. En Rachel Slocum and Arun Saldanha (eds.) *Geographies of Race and Food. Fields, Bodies, Markets.*: Ashgate.
- Slocum, Rachel (2013). "Race in the study of food". En Rachel Slocum and Arun Saldanha (eds.) *Geographies of Race and Food. Fields, Bodies, Markets.*: Ashgate.

- Sinisterra Modesto; Ardila Ximena y Cerón Richard F (2003). *Manual para el manejo post-cosecha y comercialización del chontaduro (Bactris gassipaes H.B.K)*. Cauca: Corpotambo, Sena, Pronatta.
- Sutton, David (2001). *Remembrance of Repasts: an Anthropology of Food and Memory*. Oxford: Berg
- Taussig, Michael (2002). *Chamanismo, colonialismo y el hombre salvaje. Un estudio sobre el terror y la curación*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Viveros, Mara (2002). Dionysian Blacks: Sexuality, Body, and Racial Order in Colombia. *Latin American Perspectives*, (2), 60.
- Viveros, Mara (2009). "La sexualización de la raza y la racialización de la sexualidad en el contexto latinoamericano actual". [en línea]. Disponible en: [http://ucaldas.edu.co/docs/seminario\\_familia/Ponencia\\_MARA\\_VIVEROS.pdf](http://ucaldas.edu.co/docs/seminario_familia/Ponencia_MARA_VIVEROS.pdf)
- Wade, Peter (1997). *Gente negra nación mestiza. Dinámicas de las identidades raciales en Colombia*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Wade, Peter (2000). *Raza y etnicidad en Latinoamérica*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Weismantel, Mary (1988) *Food, Gender, and Poverty in the Ecuadorian Andes*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Wilk, Richard (2012). Loving people, hating what they eat: Marginal foods and social boundaries. En Elizabeth Finnis, (ed.) *Reimagining Marginalized Foods. Global Processes, Local Places*. Tucson: The university of Arizona press, 15- 33.
- Zuluaga, Fabio & Smith, George (1982). Análisis Químico de la Semilla de Bactris Gasipaes IHBK (Chontaduro). *Revista colombiana de química*. 11 (2), 83-87.