

Entre gustos no hay disgustos

Juan David García Yarce
Darwin Guerrero Mora

Estudiantes del Programa Ingeniería Ambiental
Universidad de Nariño

Resumen

Este artículo responde a una reflexión a partir de un ejercicio académico de bioestadística, en el cual se solicitó a un grupo de personas, de diversos rangos de edad y género, responder a tres interrogantes basados en la preferencia de tres actividades. Las actividades se relacionan a los intereses en realizarse un piercing, comer cuy (incluido su sacrificio) y utilizar la red social de Tik Tok, seleccionando la respuesta entre sí y no. Como dato importante resultó que la gran mayoría respondió con un no a las tres preguntas, de lo cual surgió la inquietud por conocer más acerca de estos intereses, más aún cuando vivimos en una región donde es evidente los grupos o subculturas urbanas con gran tendencia a la transformación corporal, donde el plato típico es el cuy y, además, está abocado al uso de redes sociales como una apuesta social, sumado a las circunstancias de confinamiento a causa del COVID-19.

Palabras clave: gastronomía; intereses; modificación corporal; redes sociales.

Introducción

La importancia de comprender de qué modo las personas son motivadas para elegir y realizar las cosas que llenan sus vidas y la forma cómo toman estas decisiones, hace que surjan cuestionamientos como ¿por qué los seres humanos generalmente son tan activos?, ¿qué explica las diferencias individuales en lo que las personas desean y eligen hacer?, ¿por qué las personas experimentan de manera diferente el hacer de una misma cosa? Por lo tanto, surge el concepto de interés, el cual se define como aquello que la persona disfruta o le satisface hacer, a partir de una experiencia de placer o satisfacción al hacer las cosas y a medida que esta experiencia se repite, se desarrolla la atracción o interés hacia acciones, ocupaciones o cosas

particulares. En consecuencia, los intereses son el reflejo de los gustos individuales que conforman un ciclo de anticipación, elección, experiencia e interpretación de las propias acciones, que clasifica según su nivel de preferencias unas de otras (Kielhofner, 2004).

Por otra parte, está la cultura, la cual, por usos y costumbres, se empieza a constituir y hace que los intereses tengan una tendencia o sean similares de acuerdo al contexto en el cual se desenvuelven los individuos. Para entender mejor, se define la identidad cultural como aquellas características relevantes y autóctonas de una región, que lo hace único, ya sea por cosas intangibles como monumentos, obras de arte, paisajes, y otros intangibles como la lengua, costumbres, folclore y gastronomía (Ortega, 2018). En el caso particular de Pasto, departamento de Nariño, como identidad cultural se tiene el consumo del cuy, un gusto culinario que se extiende por todo el departamento hasta fronteras y en la región del Ecuador.

Otro ejemplo de identidad cultural esta la modificación corporal, la cual cuenta con tatuajes, piercing, extensiones, entre otras, que para algunos grupos sociales puede ser tomado como símbolo de delincuencia y adicciones, en tanto que para otros puede ser considerado como una moda con fines decorativos o estar relacionados con la construcción de la identidad personal; en esta última, se ven influenciados por diversos factores psicosociales, los cuales hacen que el individuo, al tener baja autoestima, inseguridad, pérdidas afectivas, tomen las modificaciones con un contenido imaginativo y con una función defensiva (Romero-Urréa, Romero-Veloz y Arellano, 2020).

Por otra, sin ser un componente de la identidad cultural, pero si hace parte fundamental de los intereses o motivaciones actuales, en línea con la tecnología y la interacción social, están las redes sociales, las cuales se constituyen en un fenómeno que brinda innumerables posibilidades para comunicarse con otros, donde se pueden encontrar comunidades, sociedades o individuos con quien compartir intereses, necesidades o preocupaciones, aunque tienen un gran espectro de participación social en línea, también es una de las grandes barreras para que se dé espacios de sociabilidad y de intercambio físico (Hernández, Yanes y Carrera, 2017); sin embargo, en la actualidad, en el año 2020, dichas redes han sido un salvavidas social debido a las restricciones físicas por el confinamiento y el aislamiento social como consecuencia de la pandemia COVID-19 (Serra, 2020). En

este orden de ideas, se encuentra el Tik Tok, tal como lo expresa Quiroz (2020), que a raíz de la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19, es la aplicación que ha tenido un crecimiento importante, demostrado porque fue descargada 315 millones de veces en App Store y Google play store; esta aplicación se presenta como el principal destino de videos móviles de formato corto y se caracteriza porque puede usarse para mostrar variedad de cosas, como videos, clases para tocar instrumentos, experiencias de vida, todo de manera creativa y divertida.

De esta forma, al comprender tres situaciones que están ligadas por el interés o motivación humana, surge el ejercicio investigativo, en el cual se pretende conocer que tanto interés sobre estas actividades tienen un grupo de personas de la ciudad de Pasto.

Metodología

A partir de un estudio cuantitativo descriptivo, para la recolección de los datos objeto del análisis de este informe, se realizó un cuestionario con preguntas de respuesta múltiple, binomial o abierta, las cuales fueron categorizadas de acuerdo al tipo de dato obtenido. Las encuestas fueron enviadas a la población participante a través de WhatsApp en un cuestionario de Google Forms. Entre quienes respondieron a la encuesta se encuentran familiares, amigos cercanos y vecinos, los cuales representan una población heterogénea en términos de edad, profesión, gustos, ocupación, estatus social, entre otros, lo que permite que el espectro del estudio sea más amplio.

Resultados

Tabla 1. *Intereses por actividades*

Actividades	Si		No	
	Fr	%	Fr	%
Sacrificar y comer cuy	8	77.1	27	22.9
Modificación corporal	6	82.9	29	17.1
Usar Tik Tok	8	77.1	27	22.9

Abandonando las preguntas de datos y comenzando las elegidas aleatoriamente, se encuentra la siguiente, donde se hace el interrogante: ¿comería cuy si tuviera que matarlo y prepararlo? A lo cual la mayoría de participantes contestó que no, lo que puede indicar que no consienten el maltrato animal o se rehúsan a hacer parte, visto desde el punto de vista culinario y no deportivo.

Cuando se les preguntó a los encuestados sobre sus modificaciones corporales, se esperaba que, debido

al rango joven de edades en la que se encontraban, contestaran afirmativamente, no obstante, el 83 % de la población no tiene ninguna modificación corporal no tradicional, sea piercings, expansiones o implantes, pero se ve que hay un 17 % que tienen modificaciones corporales, las cuales se encontraron entre 1 y 3 modificaciones.

Por último, respecto al uso de la red social Tik Tok, se esperó nuevamente una respuesta afirmativa de la mayoría de los encuestados, ya que se tiende a relacionar a las generaciones recientes con el uso excesivo de las redes sociales, no obstante, la gran mayoría de las personas, con un 77 % de la población, respondió no usarla.

Discusión

El cuy es un animal criado en la mayoría de los hogares rurales de Nariño y su utilización en la cocina es significativa, manifestándose como parte cultural de los nariñenses, con costumbres como en qué ocasiones se consume, con qué frecuencia, de qué forma o presentación. Es así que, según Rivera (2009), la comida preparada con cuy es un referente de identidad, consumida desde niños y que a quienes les gusta comerlo siempre recordaran su sabor y mantiene su interés de volver a disfrutar un plato de cuy con papa cocinada, maicena o crispeta y ají de maní.

De acuerdo con Ortiz (2016), comer cuy hace parte de una gran celebración, una ocasión especial que simboliza el arraigo indígena de los Pastos, que se convierte en un ritual desde la forma como se cría, pasando por como deber ser sacrificado hasta su preparación, situación que no es reveladora en el grupo de encuestados, donde la gran mayoría no sería capaz de sacrificar a esta especie para comerlo, e incluso así no tuviera que matarlo, hay poca afinidad para su consumo en el grupo de encuestados.

De igual modo, se observa en las respuestas de modificaciones corporales, a pesar de ser muy común entre algunos grupos o subculturas, no les interesa, situación contraria a lo que se expresa en el estudio de Pabón-Chaves y Hurtado-Herrera (2016), quienes manifiestan que los jóvenes son productores culturales o agentes culturales activos que asumen las autocreación mediante prácticas de libertad, donde el cuerpo ocupa un lugar central en sus vidas, por lo cual acuden a las modificaciones corporales como parte de su expresión creativa.

Y para finalizar, está presente el uso del Tik Tok, como medio de interacción social, la cual también obtuvo muy poca aceptación, a pesar del amplio rango de edad entre los entrevistados. De tal forma que contradice el estudio realizado por Quiroz (2020), en el que expresa que ha sido una de las aplicaciones más utilizadas en tiempos de pandemia.

Conclusiones

No es cierto que a todos les interesa lo tradicional, lo cultural o lo aparentemente común. Las actividades propias o llamativas de un grupo social están determinadas por los intereses, los cuales son diferentes para algunas actividades. Por lo tanto, ¡entre gustos no hay disgustos!

Referencias

- Hernández, K., Yanez, J. y Carrera, A. (2017). Las redes sociales y adolescencias: repercusión en la actividad física. *Revista universidad y sociedad*, 9(2), 242-247. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Kielhofner, G. (2004). *Terapia Ocupacional. Modelo de Ocupación Humana Teoría y aplicación* (3.ª ed.). Buenos Aires: Medica Panamericana.
- Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, (31), 244-262.
- Ortiz, N. (2016). ¡Que alcance para todos! Comida y fuerza en los Andes (pueblo de los pastos). (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/58212/1015403931.2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pabón-Chaves, A. y Hurtado-Herrera, D. (2016). "Mi piel es un lienzo". Sentidos de la Modificación Corporal en Jóvenes de la ciudad de Cali. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(1), 477-491.
- Quiroz, N. (2020). TikTok. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, (14), e044.
- Rivera, E. (2009). *La interculturalidad como principio ético para el desarrollo de nuestros pueblos.*). Arequipa.
- Romero-Urréa, H., Romero-Veloz, L. y Arellano, J. I. (2020). Uso de los tatuajes y piercings como factores influyentes en la personalidad. *Salud Y Bienestar Colectivo*, 4(2), 53 -65. Recuperado de <https://revistasaludybienestarcolectivo.com/index.php/resbic/article/view/87>
- Serra, M. (2020). Las enfermedades crónicas no transmisibles y la pandemia por COVID-19. *Revista Finlay*, 10(2), 78-88.