

Renata E. Hryciuk
Uniwersytet Warszawski

TORTILLA TOUR. TURYSTYKA KULINARNA W ZGLOBALIZOWANEJ OAXACE, POŁUDNIOWY MEKSYK

W tekście przyglądam się specyfice turystyki kulinarnej w południowo-meksykańskim stanie Oaxaca. Rozważam ją jako przestrzeń działania pozornie przeciwstawnych procesów związanych z (re)produkowaniem lokalnej i narodowej tożsamości kulturowej oraz z intensywną globalizacją. Współzależności te badam na etnograficznym przykładzie jednego z objazdów kulinarnych, w których uczestniczyłam w 2015 roku. Stanowił on część długotrwałych, wielostanowiskowych badań terenowych w Oaxace przeprowadzonych w latach 2011–2017, uzupełnionych interpretacją źródeł zastanych. Analizuję *tortilla tour* w szerszym kontekście jedzenia-obrazów (*foodscapes*), czyli przepływu pożywienia, ludzi i wyobrażeń na temat praktyk jedzeniowych (*foodways*) w transnarodowym społeczeństwie konsumpcyjnym. Przyglądam się także strategiom wytwarzania dziedzictwa kulinarnego na potrzeby turystyki kulturowej, która w założeniu ma prowadzić do stymulowania rozwoju społecznego i ekonomicznego wzrostu regionu.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, jedzenie-obrazy (*foodscapes*), praktyki jedzeniowe (*foodways*), dziedzictwo kulturowe, Oaxaca, Meksyk

Tortilla Tour. Culinary Tourism in Globalized Oaxaca, Southern Mexico

Abstract

This article draws on the results of long-term multisited fieldwork (2011–2017) and analysis of secondary sources to examine the dynamics of culinary tourism in the southern Mexican state of Oaxaca. Through an ethnographic case study – a culinary tour – I show that culinary tourism constitutes a space where apparently contradictory processes of (re)production of local and national culture and identity as well as intensive globalization take place. I examine the Tortilla Tour as a foodscape: constant flow of food, people and symbolic representation and meanings of foodways in transnational consumer society, in the context of different strategies of food heritage-making intended to benefit the culinary tourism industry, aimed at social and economic development of the region.

Keywords: culinary tourism, foodscapes, foodways, cultural heritage, Oaxaca, Mexico

Jedną z głównych atrakcji turystycznych miasta Oaxaca jest ogród etnobotaniczny założony na terenie dawnego klasztoru Santo Domingo de Guzmán skupiający setki roślin ze wszystkich regionów i stref klimatycznych znanego z unikatowej różnorodności biologicznej, kulturowej i etnicznej stanu Oaxaca. Zaprojektowany przez miejscowych artystów i etnobiologów, tak by przestrzeń opowiadała lokalną historię, wielokrotnie nagradzany, przyciąga turystów krajowych i zagranicznych¹. Ogród można zwiedzać tylko z przewodnikiem w czasie około trzygodzinnych wycieczek prowadzonych w różnych językach (oprócz hiszpańskiego, jest to obecnie angielski, francuski i niemiecki) pomyślanych tak, by uwypuklone zostały wzajemne powiązania pomiędzy dziedzictwem materialnym i niematerialnym, kulturowym i przyrodniczym. W narracji odtwarzane są kulturowe krajobrazy Oaxaki, w których dziko rosnące, w tym endemiczne, rośliny były i często są obecnie używane jako pożywienie, do produkcji rękodzieła i w medycynie tradycyjnej.

Największą popularnością wśród turystów zagranicznych cieszy się sobotnie oprowadzanie jednego z założycieli i obecnego dyrektora ogrodu, Alejandro de Ávila. Wykształcony na amerykańskich uniwersytetach etnobiolog, charyzmatyczny intelektualista i aktywista działający na rzecz zachowania szeroko rozumianego dziedzictwa kulturowego stanu (członek fundacji Pro-Oax) szczególnie dużo uwagi poświęca pierwszej sekcji ogrodu zadedykowanej roślinom jadalnym, udomowionym i prekolumbijskiemu systemowi żywnościowemu *milpa*. Wyjaśnia jego funkcjonowanie i znaczenie dla rozwoju kultur obszaru Mezoameryki, podkreśla fundamentalną rolę, jaką *milpa* nadal pełni w podtrzymywaniu tożsamości i przetrwaniu wielu społeczności wiejskich, przypomina, że meksykańska kultura kulinarna oparta na tradycyjnym rolnictwie została uznana za niematerialne dziedzictwo ludzkości (por. Sammells 2014).

W trakcie oprowadzania omówione zostają rośliny uprawiane równocześnie w ramach *milpa*: kukurydza, fasola, dynia, papryka *chile* i warzywa liściaste (*quelites*). Szczególne miejsce w tej narracji zajmuje kukurydza, de Ávila podkreśla, że to w centralnej części stanu Oaxaca doszło do jej udomowienia, co mają potwierdzać znaleziska w grocie Guilá Naquitz niedaleko Mitli, w regionie Dolin Centralnych. Tam właśnie archeolodzy odkryli pierwsze ślady ogrodnictwa na terenie Ameryki: datowane na 4300 p.n.e. nasiona udomowionej dyni oraz kukurydzy. Natomiast na terenie obecnego miasta Oaxaca znaleziono najstarsze istniejące ceramiczne grille do pieczenia kukurydzianych tortilli (*comal*)

¹ Ogród w obecnym kształcie powstał w 2006 roku w miejscu dawnych koszar wojskowych, z inicjatywy organizacji pozarządowej Pro-Oax i lobbyngu znanego artysty Francisco Toledo. Uważany w Oaxace za przykład udanych działań społeczeństwa obywatelskiego w obronie dziedzictwa materialnego stanu, ale także za początek procesów gentryfikacji kolonialnego centrum miasta wpisanego w 1987 roku na listę UNESCO jako dziedzictwo materialne ludzkości.

(por. Winter 1989). Wywód przewodnika zbudowany jest wokół kukurydzy, jej właściwości i wszechstronności zastosowania oraz znaczenia dla dziedzictwa kulturowego Meksyku, a Oaxaca przedstawiana jest jako kolebka kultury kukurydzy, a tym samym cywilizacji mezoamerykańskiej (choć tu naukowcy nie są zgodni, por. Fitting 2011).

W istocie ogród stanowi jedną z głównych przestrzeni konstruowania dziedzictwa kulturowego stanu, a de Ávila uzbrojony w autorytet międzynarodowo uznanego specjalisty jest jednym z najważniejszych i najbardziej wpływowych interpretatorów lokalnego dziedzictwa na użytek turystyki kulturowej, w tym kulinarnej. Podkreślając, że w grocie Guilá Naquitz miała początek kultura kulinarna Meksyku, przyczynia się do stworzenia turystycznego wizerunku Oaxaki jako miejsca, gdzie zachowały się autentyczne, prekolumbijskie praktyki jedzeniowe, „Mekki” dla turystów kulturowych, *foodies* (Heldke 2003; Johnston i Baumann 2010), w tym szczególnie dla „jedzeniowych pielgrzymów” (Long 2006), oraz wszystkich tych, którzy zawodowo interesują się gastronomią. Tak zachęcani i wyedukowani na temat miejscowej spuścizny turyści – w większości pochodzący z północy kontynentu przedstawiciele klasy średniej – po wyjściu z ogrodu mają do dyspozycji nie tylko bogatą ofertę gastronomiczną: od luksusowych restauracji po jadalnię na ulicach i targach, ale też wszechobecne w przestrzeni miasta odniesienia do specjalnej roli, jaką kukurydza odgrywa w reprodukowaniu (fizycznym, symbolicznym i kulturowym) Meksykanów i meksykańskości. Mogą między innymi zwiedzić wystawy fotografii, grafiki, plakatów w miejscowych muzeach i galeriach sztuki, w anglojęzycznej księgarni nabyć zestaw sprofilowanych publikacji, szkoły gotowania oferują im kursy skoncentrowane wokół kukurydzy, a wyspecjalizowane biura turystyczne wycieczki do indiańskich wsi, gdzie nadal w sposób tradycyjny produkuje się żywność, a nawet jednodniową wyprawę do groty Guilá Naquitz.

W tym tekście przyglądam się specyfice turystyki kulinarnej w południowo-meksykańskim stanie Oaxaca. Analizuję ją jako przestrzeń działania pozornie przeciwstawnych procesów związanych z (re)produkowaniem kultury oraz tożsamości lokalnej i narodowej, a także z intensywną globalizacją. Współzależności te badam na etnograficznym przykładzie jednego z objazdów kulinarnych, w których uczestniczyłam w 2015 roku w szerszym kontekście jedzenia-obrazów (*foodscapes*, por. Ferrero 2002; Wenzer 2013) rozumianych jako przestrzenie przepływu pożywienia, ludzi i wyobrażeń na temat praktyk jedzeniowych, w transnarodowym społeczeństwie konsumpcyjnym oraz intensywnej patrymonializacji lokalnych kultur kulinarnych na potrzeby turystyki kulturowej, która w założeniu ma prowadzić do stymulowania rozwoju społecznego i ekonomicznego wzrostu w regionie.

Jedzenie i turystyka: wprowadzenie

W ostatnich dekadach gastronomia odgrywa coraz większą rolę w globalnym przemyśle turystyki kulturowej (por. Richards 2002; Long 2014; Berg i Sevón 2015). W Meksyku zainteresowanie jedzeniem i praktykami jedzeniowymi (*foodways*, Camp 2003) jako potencjalnymi produktami turystycznymi nasiliło się po 2010 roku, kiedy „tradycyjna meksykańska kuchnia” została wpisana na światową listę niematerialnego dziedzictwa UNESCO stając się tym samym wyznacznikiem prestiżu, a zarazem kolejnym, mocnym atutem na globalnym rynku turystycznym. Promowanie turystyki kulinarnej opartej na dziedzictwie kulturowym ma posłużyć również zmianie niekorzystnego wizerunku (*re-branding*) Meksyku czy poszczególnych regionów, podtrzymaniu dumy narodowej oraz przyczynić się do zrównoważonego rozwoju społecznego i wzrostu ekonomicznego lokalnych wspólnot i szerzej kraju (por. Pilcher 2004; Brandes 2006; Lisocka-Jaegermann 2011).

Jedzenie zawsze stanowiło część sektora usług turystycznych, ale zaczęto je uwzględniać w obrębie studiów nad turystyką jako turystyczną atrakcję lub cel turystyki dopiero pod koniec lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku (Richards 2002; Long 2014). Badacze turystyki reprezentujący nauki społeczne postrzegają ją jako kulturową i społeczną konstrukcję, która kształtuje i odzwierciedla wartości społeczne i tożsamość zarówno podróżujących dla przyjemności, jak i społeczności przyjmujących. W wyniku zwrotu kulturowego i ku praktyce (*practical turn*) coraz częściej również w socjologii pojawiają się analizy pożywienia i praktyk jedzeniowych powstałe w wyniku badań etnograficznych, mikrosocjologii, głębokiej interpretacji i gęstego opisu, ponieważ metody jakościowe są lepiej dostosowane do badania zmian społecznych, doświadczenia, interakcji i relacji przyczynowo skutkowych (Clark Burnett i Ray 2012).

W antropologicznych interpretacjach turystyka, w tym kulinarna, to poszukiwanie autentyczności. Turyści podróżują, by konsumować lokalne jedzenie, ponieważ dostarcza to wyjątkowego doświadczenia danego miejsca i kultury. To daje im poczucie przynależności i integralności. Stanowi też o wartości dodanej samego jedzenia – właściwe i charakterystyczne dla danego obszaru pożywienie wymaga podróży, fizycznego przemieszczenia się i dlatego jest nie-zwykłym doświadczeniem. Badaczka tej tematyki Priscilla Boniface (2003) wyróżniła następujące motywacje do turystyki kulinarnej: niepokój związany z bezpieczeństwem żywnościowym, potrzeba towarzystwa i bliskości w czasach niepewności, pragnienie zakorzenienia w czasach globalizacji, a także potrzeba poczucia komfortu i ucieczki od codzienności, chęć zademonstrowania zamożności i indywidualizmu, ciekawość i pragnienie zdobywania wiedzy, czy w końcu dążenie do osiągnięcia zmysłowej i sensorycznej przyjemności.

Szczególnie inspirujący i użyteczny dla badaczy tego zagadnienia jest teoretyczny model inspirowany koncepcją turystycznego spojrzenia Johna Urry’ego stworzony przez Lucy Long (2004). Amerykańska folklorystka podkreśla, że:

Turystyka kulinarna dotyczy jedzenia jako przedmiotu i nośnika, a także celu i środka dla turystyki. Obejmuje zarówno poszczególne osoby odkrywające nieznaną im pożywność, jak i te, które używają jedzenia jako sposobu na poznanie nowych kultur i stylów życia. Odnosi się do grup posługujących się jedzeniem by upublicznić „swoją historię” i skonstruować atrakcyjną, gotową do skomercjalizowania tożsamość, a także jednostek pragnących zaspokoić ciekawość. W końcu dotyczy ona też doświadczania jedzenia w sposób szczególny, poza tym co jest dla nas codzienne, wyjścia poza zwykłą rutynę, żeby dostrzec różnicę i potencjał jedzenia, by zaprezentować i negocjować tę różnicę” (Long 2004: 20).

Badaczka definiuje kulinarną turystykę jako „celowe, eksploracyjne uczestnictwo w praktykach jedzeniowych Innego poprzez konsumpcję, przygotowanie i prezentację danego pożywienia, systemu posiłków czy stylu jedzenia należącego do innego niż nasz systemu kulinarnego” (tamże, s. 21).

Zaprezentowana tu analiza studium przypadku turystyki kulinarnej stanowi część większego projektu – wielostanowiskowych badań etnograficznych (por. Marcus 1995) przeprowadzonych w Oaxace (głównie stolicy stanu i regionie Valles Centrales) w roku 2011 oraz w latach 2014–2017², a także wcześniejszych obserwacji poczynionych podczas regularnych pobytów wakacyjnych w okresie 1999–2009. Długotrwała obecność w terenie i obserwacja uczestnicząca oraz wywiady pogłębione (często z elementami historii życia) z różnymi aktorami społecznymi zaangażowanymi w tworzenie dziedzictwa gastronomicznego na potrzeby turystyki dostarczyły materiału do sporządzenia gęstego opisu rozwoju lokalnego przemysłu turystyki kulinarnej i procesu patrymonializacji miejscowych kultur kulinarnych³. Badanie zostało skonstruowane zgodnie z postulatami metodologicznymi antropologii feministycznej, czyli (współ)badania tych, którzy/re znajdują się na dole drabiny społecznej i klasowo-rasowej w Meksyku,

² Badania terenowe w latach 2011 oraz 2016–2017 zostały zrealizowane w ramach stypendiów rządu meksykańskiego AMEXCID *Genaro Estrada* dla specjalistów-meksykanistów, pobyty badawcze w latach 2014–2015 sfinansował grant polskiego Narodowego Centrum Nauki (DEC-2012/07/D/HS3/03814).

³ Podczas trzyletnich badań terenowych przeprowadziłam obserwację uczestniczącą w trakcie dziesiątków regionalnych festiwali kulinarnych, wzięłam udział w siedmiu wycieczkach kulinarnych i trzynastu kursach gotowania. Odwiedzałam regularnie miejskie i regionalne targi, lokalne jadalnie i restauracje, brałam udział w obchodach świąt religijnych i rodzinnych w lokalnych społecznościach. Przeprowadziłam 125 wywiadów pogłębionych z elementami historii życia z operatorami i przewodnikami turystycznymi, właścicielami/kami szkół gotowania i restauracji, indiańskimi kucharkami, urzędnikami i turystami jedzeniowymi. Badania etnograficzne zostały uzupełnione analizą książek kucharskich, opracowań etnograficznych oraz dyskursu medialnego (programów telewizyjnych, spotów reklamowych, stron internetowych, blogów itp.). Rozmowy zostały przeprowadzone po hiszpańsku i angielsku, trwały od jednej do czterech godzin, zostały nagrane i transkrybowane. Główni rozmówcy (*key informants*) udzielili mi kilku wywiadów na przestrzeni lat.

czyli podporządkowanych (*subalterns*) grup indiańskich, w tym przede wszystkim oddawanie głosu kobietom i studiowanie ich doświadczenia. Tu szczególnie przydatne okazało się włączenie elementów etnografii sensorycznej (Pink 2009) i opartej na doświadczeniu (*skill-based ethnography*, Sutton 2006), ponieważ materiał (również w postaci ucieleśnionej wiedzy zmysłowej) został zebrany podczas wspólnego przygotowywania rytualnych posiłków z okazji festi w społecznościach indiańskich, a także lekcji gotowania i objazdów kulinarnych, które wraz ze wzrostem popularności turystyki opartej na doświadczeniu (*experiential tourism* Salazar 2010) stanowią rosnący segment lokalnego rynku.

„Oaxaca to gastronomiczna Mekka”

Położony na południu kraju stan Oaxaca przedstawiany jest w kampaniach turystycznych jako jeden z ostatnich bastionów autentycznego, „głębokiego” Meksyku (*México profundo*, Bonfil Batalla 1987), najbardziej indiański, a więc tradycyjny, etnicznie zróżnicowany (8 regionów zamieszkuje 18 grup indiańskich mówiących ponad 20 językami), górzysty i przez to niedostępny, a więc kulturowo najbardziej autentyczny, z zachowaną jeszcze różnorodnością biologiczną itp. Oaxaca szczyci się bogatymi tradycjami kulinarnymi związanymi z rytualną konsumpcją podczas rozbudowanego systemu świąt, przede wszystkim w zamożnych społecznościach indiańskich centrum i południa stanu (por. Gagnier 2005; Stephen 2005)⁴, a wizerunki tych festi stanowią podstawę wyobrażeń na temat dziedzictwa kulturowego regionu i szerzej Meksyku. Wszystko to składa się na wizerunek Oaxaki jako nieco tajemniczej, zatrzymanej w czasie krainy, malowniczego rajy turystycznego dla tych bardziej „wymagających” oraz „intelektualnie i kulturowo zorientowanych” podróżników, obowiązkowy punkt programu na trasie podróży prawdziwych pasjonatów – „jedzeniowych pielgrzymów” (por. Pilcher 2004; Long 2006; Kastelein 2010).

Stan Oaxaca dysponuje obecnie najbogatszą w Meksyku ofertą turystyki kulinarnej; od luksusowych restauracji, eleganckich kawiarni i barów wyspecjalizowanych w degustacji *mezcalu*⁵, po jadłodajnie na miejskich i wiejskich targach i ulicach. Ma kilka szkół gotowania o ugruntowanej renomie, festiwale gastronomiczne, pokazy i doroczne festyny kulinarne (*ferias*) promujące dziedzictwo kulinarne miasteczek i wspólnot indiańskich. Miejscowe biura podróży

⁴ Przez rytualną konsumpcję rozumiem tu przygotowywanie i spożywanie specjalnych dań (np. *mole*) czy napojów (np. *tejate*) w ustalonej kolejności i specjalnej oprawie, odmiennych dla festi religijnych, rodzinnych czy odświętnych posiłków związanych z pełnieniem funkcji publicznych w społecznościach indiańskich.

⁵ Alkohol z agawy produkowany w Oaxace i kilku innych stanach Meksyku.

organizują wyprawy na tradycyjne targi, objazdy po wytwórniach mezcalu czy tematyczne wycieczki skonstruowane wokół jednego elementu, np. tortilli, czekolady lub dzikich grzybów. Degustacja regionalnego jedzenia jest też stałym elementem wycieczek zorganizowanych wokół rękodziela czy wypraw ekoturystycznych. Podlegającej szybkiej gentryfikacji kolonialna stolica stanu w ostatnich latach stała się jednym z centrów turystyki ślubnej. Zamożnych Meksykanów i cudzoziemców przyciągają barokowe kościoły, rozbudowana baza hotelowa i przemysł cateringowy oferujący lokalną wersję *haute cuisine*.

Promowanie Oaxaki jako miejsca o szczególnej kulturze kulinarnej ma długą tradycję, wiąże się z ugruntowaną i długotrwałą polityką rządową stymulowania rozwoju społecznego i wzrostu ekonomicznego regionu przez wspieranie wytwarzania rękodziela (*artesanía*) i wykorzystywanie tożsamości etnicznych jako strategii do promowania turystyki (por. Stephen 2005; Wood 2008; Lisocka-Jaegermann 2011). Kulturowe znaczenie jedzenia i miejscowych, etnicznych praktyk kulinarnych podkreślane jest szczególnie podczas dwóch silnie utowarowionych na potrzeby turystyki świąt: Święta Zmarłych (*El Día de los Muertos*) na początku listopada oraz folklorystycznego festiwalu Guelaguetza prezentującego różnorodność kulturową stanu (por. Lizama 2006). Dwutygodniowym obchodom w lipcu, pokrywającym się z meksykańskim okresem wakacji i stanowiącym obecnie główną atrakcję przyciągającą turystów krajowych, towarzyszy od kilku dekad festiwal kulinarny przedstawiający bogate dziedzictwo jedzeniowe stanu w zredukowanej formie: 7 typów jednego dania – sosu mole⁶. Ten marketingowy zabieg organizatora wydarzenia Narodowej Izby Restauracji (CANIRAC) okazał się na tyle skuteczny, że Oaxaca jest kojarzona przede wszystkim z tym daniem i nazywana zarówno przez turystów, ekspertów kulinarnych, ale też często samych mieszkańców Oaxaki „krajną 7 moles”.

Współczesny sukces stanu jako „gastronomicznej Mekki” należy również rozpatrywać z kontekście przekształceń transnarodowych jedzenio-obrazów; przepływów wyobrażeń na temat meksykańskiej kuchni, pożywienia oraz siły roboczej dla rolnictwa, przemysłu spożywczego i restauracyjnego w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie (por. Ferrero 2002; Grieshop 2012; Pilcher 2012), a także rozwoju wyspecjalizowanej, transnarodowej turystyki kulinarnej (Friedensolm 2001; Pilcher 2004). Szczególnie istotne było pojawienie się w latach osiemdziesiątych mody na kuchnię meksykańską w Stanach Zjednoczonych,

⁶ Nazwa *mole* pochodzi z języka náhuatl, gdzie *mulli* znaczy tyle co sos czy gotowane danie. Słowo używane obecnie do określenia nieskończonej liczby potraw na bazie gęstego sosu. Główne typy *moles* z Oaxaki to dania o rodowodzie kolonialnym łączące składniki endemiczne z tymi, które trafiły do Meksyku w wyniku tzw. kolumbijskiej wymiany (por. Muñoz Zurita 2013). Meksykańskie Ministerstwo Turystyki zaprojektowało w 2010 roku szlak „Tysiąc smaków mole” wiodący przez stany słynące ze szczególnie bogatych kolonialnych tradycji kulinarnych: Pueblę, Tlaxcalę i Oaxakę.

co wpisywało się w szerszy trend zainteresowania jedzeniem w postindustrialnych krajach Zachodu, efektem przeobrażeń społeczno-kulturowych i pojawienia się tzw. nowej klasy średniej, w której stylu życia konsumpcja, w tym jedzenie, stała się jedną z podstawowych strategii budowania tożsamości. Z drugiej strony zainteresowanie kuchnią południowego sąsiada należy wiązać z rosnącą w owym czasie migracją z pogrążonego w kryzysie Meksyku i w związku z tym powiększeniem się oferty gastronomicznej w Stanach Zjednoczonych. Sprzedaż etnicznego jedzenia jest bowiem jedną z podstawowych strategii ekonomicznych migrantów (Gabaccia 1998; Ferrero 2002; Cohen 2004; Pilcher 2012).

Zapoznanie się z bogatymi tradycjami kulinarnymi regionu stało się już od lat dziewięćdziesiątych celem wyspecjalizowanych gastronomicznych objazdów organizowanych przez północnoamerykańskie biura podróży dla *foodies*, często z udziałem znanego szefa kuchni. Oaxaca jest miejscem, do którego pielgrzymują eksperci, tu szkolą się kadry meksykańskich restauracji z całego świata, np. promotorem Oaxaki jako gastronomicznej mekki jest od lat uznany amerykański szef kuchni Rick Bayless. W ostatnich latach stan, w którym przemysł turystyczny (etniczny, kulturowy, zrównoważony itp.) jest drugim co do wielkości przekazów pieniężnych od migrantów źródłem dochodu, przeżywa prawdziwy boom: zjeżdżają tu turyści z północy kontynentu, Europy – głównie zachodniej, ale także Australii i Nowej Zelandii. Coraz częściej można też spotkać turystów krajowych szczególnie zainteresowanych gastronomią. Konsumentami lokalnej oferty kulinarnej jest też rosnąca z roku na rok grupa uprzywilejowanych okresowych migrantów z bogatej Północy (pracowników NGO-sów, antropologów, osób pracujących on-line) oraz emerytów przeprowadzających się na stałe w doliny Oaxaki (por. Pilcher 2004; Kastelein 2010; Brulotte i Starkman 2014).

Trzeba też pamiętać o szerszym kontekście społeczno-politycznym, w którym lokalna gastronomia rozkwita na użytek turystyki międzynarodowej. Oaxaca to obecnie najuboższy i jeden z najbardziej rozwarstwionych społecznie i ekonomicznie stanów Meksyku, z wieloma obszarami ekstremalnej marginalizacji społecznej⁷. Charakteryzuje się wysokimi wskaźnikami migracji, szczególnie tej związanej z upadkiem rolnictwa po przystąpieniu Meksyku w 1994 roku do Północnoamerykańskiego Układu o Wolnym Handlu (NAFTA), klęskami żywiołowymi (np. długotrwałą suszą), konfliktami o ziemię i dostęp do wody, brakiem bezpieczeństwa żywnościowego i innymi formami przemocy strukturalnej. Uważana za „serce meksykańskiej gastronomii” Oaxaca to region, gdzie transformacje społeczno-ekonomiczne ostatnich dekad poważnie zmieniły zachowania

⁷ Według meksykańskiego Narodowego Instytutu Statystyki i Geografii w 2015 roku stan Oaxaca liczył 3 967 889 mieszkańców, z czego 67% żyło w warunkach biedy, a 28% w sytuacji skrajnego ubóstwa (por. Coneval, <http://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.as>. Dostęp 15.06.2017.

konsumpcyjne i modele żywienia większości populacji. Wiele wspólnot wiejskich z braku rąk do pracy nie produkuje już swojej żywności. Kukurydziana *tortilla*, która nadal stanowi podstawę diety, często jest dostarczana do wspólnot indiańskich z pobliskich miast, powracający migranci przynoszą ze sobą znajomość innych kuchni i wzorców żywienia. Stąd w najbardziej nawet oddalonych górskich wsiach pojawiają się pizzerie, stoiska sprzedające teksańskie *burritos*⁸ podczas festi czy chińskie jadłodajnie, których klientelę stanowią byli lub wahałdłowi migranci, a także mieszkańcy stolicy stanu poszukujący nowych doznań kulinarnych, miejscowi *foodies*.

W codziennej diecie mieszkańców Oaxaki pojawiło się więcej przetworzonej żywności, co w konsekwencji doprowadziło do wysokich wskaźników niedożywienia i cukrzycy (Stephen 2007; Katz 2009; Gonzalez 2014). Stan jest obszarem działania wielu programów pomocowych mających na celu poprawienie stanu wyżywienia populacji, w tym dzieci. Poczynania te mają „ucywilizować” i zdyscyplinować zachowania żywieniowe biednych, jednak paradoksalnie dalej niekorzystnie zmieniają wzorce konsumpcji i lokalne praktyki jedzeniowe wprowadzając – poprzez sponsorowane jadłodajnie i sklepy – jeszcze więcej wysoko przetworzonych pokarmów do diety beneficjentów (Lutz 2012). Zaniechanie przez państwo kwestii związanych z bezpieczeństwem żywnościowym i stanem odżywienia populacji jest stałym punktem programów ogólnonarodowych ruchów żywnościowych czy niektórych partii politycznych, a także powodem oddolnych mobilizacji w społecznościach indiańskich. W Oaxace są one skoncentrowane głównie na obronie endemicznych (*criollo*) odmian kukurydzy postrzeganych jako podstawa przyrodniczego i kulturowego dziedzictwa regionu (Fitting 2011; González 2014).

***Tortilla tour*, czyli o doświadczeniu prawdziwego Meksyku**

Bogata oferta turystyki kulturowej i kulinarnej stwarza odwiedzającym region wyjątkową okazję do poznania miejscowych praktyk jedzeniowych, niejednokrotnie w sposób bezpośredni (*hands-on*) poprzez lekcje gotowania, wycieczki na okoliczne targi, do jadłodajni za miastem czy do pobliskich wiosek (por. Brulotte i Starkman 2014). Turyści kulinarni, szczególnie ci bardziej zdeterminowani (*food adventurers*, Heldke 2003) szukający „autentycznego” dziedzictwa jedzeniowego, dziewiczej natury, gotowi wyjść ze środowiskowej bańki turystycznych restauracji (Cohen i Avieli 2004), ci, którym zależy na większym społecznym, cielesnym i zmysłowym zanurzeniu, mogą wybrać pomiędzy turystyką

⁸ *Burrito* – danie składające się z zawiniętej pszennej tortilli zwykle faszerowanej mięsem i fasolą, charakterystyczne dla kuchni pogranicza Meksyku i Stanów Zjednoczonych (Tex-Mex).

ekologiczną (*ecoturismo*) organizowaną przez same społeczności indiańskie (w tym na przykład udział w grzybobraniu w górach)⁹, zmotywowaną etycznie, opartą na schemacie mikrokredytów dla kobiet¹⁰, czy formy bardziej tradycyjne, takie jak wycieczki objazdowe pod opieką doświadczonego, lokalnego przewodnika.

Jako etnograficzny przykład na potrzeby tej analizy wybrałam jednodniową wycieczkę kulinarną, w której uczestniczyłam w maju 2015 roku. Objazd zorganizowany był przez jedno z najlepiej ocenianych przez klientów (między innymi legitymujące się certyfikatem doskonałości Trip Advisor) miejscowych biur podróży „Tradycje Meksyku. Podróże kulturowe”, kierujących swoją ofertę do anglojęzycznych turystów zagranicznych. Założone w 1997 roku przez Erica Mindlinga amerykańskiego specjalistę w zakresie rękodzieła, fotografa i autora książek na temat garncarstwa oraz tekstyliów Oaxaki oferuje – jak czytamy na stronie internetowej – „wycieczki, których celem jest pokazanie ludziom Meksyku, o którego istnieniu nie wiedzieli: bardzo zróżnicowanego, obdarzonego starożytną mądrością [...] Doświadczenie podróży z nami da ci dostęp do czegoś, do czego byłoby trudno dotrzeć na własną rękę: wgląd i wiedzę, którą można nabyć jedynie poprzez dekady zanurzenia w kulturze, eksploracji i pasji dla regionu oraz jego mieszkańców”¹¹.

Początkowo oferta turystyczna biura była skupiona na eksplorowaniu rękodzieła i sztuki ludowej (*arte popular*) szczególnie bogatych w tej części Meksyku tradycyjnych tekstyliów, w ostatnich latach wraz ze wzrostem zainteresowania jedzeniem została poszerzona o wycieczki zaprojektowane wokół pożywienia i regionalnych praktyk jedzeniowych. Oparte na filozofii powolnego podróżowania i wielozmysłowego zanurzenia w kulturze poprzez doświadczanie, jednodniowe objazdy „poza utartymi szlakami” oferują między innymi zwiedzanie jednego z głównych w regionie tradycyjnego targu, lekcje gotowania, uczestniczenie w przygotowywaniu charakterystycznych potraw, takich jak sos mole, pitna czekolada czy ser, zwiedzanie destylarni mezcalu itp., a zatem stwarzają niepowtarzalną okazję do próbowania przysmaków autentycznej i odwiecznej (*timeless*) kuchni dolin Oaxaki.

Wycieczka „Tortilla! Food of the Soul” (Tortilla! Jedzenie z duszą), w której uczestniczyłam, została skonstruowana wokół produkcji kukurydzianej tortilli

⁹ Przykładem takich działań może być organizowany od 18 lat w regionie Sierra Norte przez lokalne społeczności zapoteckie festiwal z okazji grzybobrania (*Feria de Hongos*) – projekt turystyki zrównoważonej (*sustentable*) mającej chronić miejscową różnorodność biologiczną i dziedzictwo przyrodnicze regionu.

¹⁰ Na przykład wycieczki i dłuższe pobyty organizowane przez lokalną Fundację EnVia (www.envia.org) oferującą tzw. odpowiedzialną turystykę (mającą sponsorować mikrokredyty dla indiańskich kobiet) dla anglojęzycznych turystów zagranicznych.

¹¹ Traditions Mexico. Cultural Journeys, <http://www.traditionsmexico.com/>. Dostęp 15.06.2017.

– podstawowego, codziennego pożywienia większości Meksykanów (szczególnie w centrum i na południu kraju), związanego z kobiecą sferą reprodukcji w obszarze domu i wspólnoty, a także symbolu indiańskiej czy szerszej meksykańskiej tożsamości (por. Pilcher 1998; Counihan 2009; Morton 2014). W 2015 roku, przewidziany na kilka godzin program zawierał objazd kilku zapoteckich miejscowości w jednej z Dolin Centralnych – Dolinie Tlacoluli. W jego ramach zaplanowano zwiedzanie rodzinnego gospodarstwa rolnego produkującego kukurydzę, wizytę w młynie i warsztacie garncarskim oraz ręczne wyrobienie tortilli¹². Malowniczo położone wsie znane są z bogatych tradycji rzemieślniczych, rozbudowanego systemu świąt religijnych, ale także wyjątkowo wysokich wskaźników migracji przejawiającej się w specyficznej „kulturze migracji” organizującej życie społeczne w tym regionie (Cohen 2004). Większość miejscowości jest w dużym stopniu wyludniona i sfeminizowana (Vizcarra Bordi 2014). Brak siły roboczej i przedłużająca się susza doprowadziły do tego, że rolnictwo na własne potrzeby zachowało się w niewielkim stopniu.

Jednodniowe wycieczki organizowane przez „Tradycje Meksyku” to propozycja dla małych grup – zwykle od 3 do 5 osób. W mojej ekipie znalazły się trzy Amerykanki: nauczycielka z Kansas, *foodie* (jak sama się określiła), którą spotkałam kilka dni wcześniej na zajęciach w jednej ze szkół gotowania oraz pochodząca z Teksasu matka – wykładowczyni akademicka – z dorastającą córką. Wszystkie wybrały tę wyprawę (agencja została im polecona przez znajomych, którzy wcześniej spędzali wakacje w Oaxace) jako ciekawą, niedrogą (w ich odczuciu)¹³ i niezbyt obciążającą fizycznie możliwość spędzenia czasu poza miastem. Naszą przewodniczką i zarazem kierowcą była pochodząca ze stolicy, wykształcona w USA i Anglii Meksykanka z klasy wyższej średniej, od ponad 20 lat mieszkająca w Oaxace. Podczas trwającego około 40 minut przejazdu do pierwszej miejscowości udzieliła ogólnych informacji na temat regionu Oaxaki, który miałyśmy zwiedzać, natomiast w trakcie objazdu tłumaczyła objaśnienia przyjmujących nas osób, niewiele dodając od siebie. W przeprowadzonych nazajutrz wywiadach uczestniczki wyjazdu uznały tę ilość informacji za wystarczającą, najistotniejsze było dla nich samo doświadczenie – „poznanie życia ludzi na autentycznej oaxaqueńskiej wsi”, jak się wyraziła jedna z moich rozmówczyń.

Pobyt w pierwszej na naszej trasie społeczności San Bartolomé Quialana rozpoczęliśmy od zwiedzania typowego (do niedawna) na tych terenach, a położonego nieco na uboczu niewielkiego, samowystarczalnego gospodarstwa rolnego

¹² W 2017 roku do tego zestawu dodano zwiedzanie strefy archeologicznej Yagul, niedaleko miejsca, gdzie znajduje się grotta Guilá Naquitz, <http://traditionsmexico.com/oaxaca/day-trips-oaxaca.php>. Dostęp 15.06.2017.

¹³ W 2015 roku wycieczka kosztowała 100 USD, w sytuacji kiedy minimalne dochody miesięczne w Oaxace wynosiły około 150 USD.

(*ranchos*) i zapoznania się z funkcjonowaniem tradycyjnego systemu uprawy (*milpa*). Nie był to najlepszy moment: maj to dopiero początek pory deszczowej, na polu zastałyśmy jedynie resztki zeschniętej kukurydzy z poprzedniego zasiewu i nieco zielonych warzyw. Przyjęła nas rodzina składająca się z małżeństwa i matki pana domu. Troje dorosłych dzieci (dwóch synów i córka) przebywało wówczas nielegalnie w Los Angeles. Po krótkim objaśnieniu tego, jak funkcjonuje *milpa*, przewodniczka zaprowadziła nas do szopy, gdzie pani domu ubrana w kolorowy, charakterystyczny dla tej społeczności codzienny strój, kłęcząc przy prekolumbijskich żarnach (*metate*) mełła składniki na napój na bazie kukurydzy (*tejate*) serwowany w czasie fiest, ale również jako orzeźwiający i odżywczy południowy napój dla pracujących w polu, obecnie promowany jako kulinarne dziedzictwo regionu¹⁴. Każda z nas miała okazję zmierzyć się przez chwilę z mieleniem, a następnie ręcznym ubijaniem składników napoju, aż do uzyskania piany. Ponieważ ja to doświadczenie miałam już za sobą, po krótkiej rozmowie z gospodynią wymknęłam się na pole, gdzie jej teściowa ręcznie wyłuskiwała ziarna kukurydzy (lokalnej odmiany ciemnożółtej, gdzieś wymieszanej z niebieską), rozmawiałyśmy (z niejakim trudem, kobieta słabo mówiła po hiszpańsku) o życiu w społeczności, migracji, lokalnej polityce, a także o przygotowaniach do sierpniowego odpustu (obchodzonego również wśród migrantów w Los Angeles). Po chwili przyłączył się do nas pan domu – ubrany jak większość dorosłych mężczyzn w stylu *norteño*¹⁵, nieomylny znak, że miał za sobą doświadczenie migracji. Rozmowa – jak zwykle – zesłała na ten właśnie temat. Na początku zamieniliśmy kilka słów po angielsku, dalsza opowieść o historii rodziny toczyła się już po hiszpańsku. Kiedy moje współtowarzyszki zajmowały się łusaniem kukurydzy, ja słuchałam opowieści o doświadczeniu wielokrotnego przekraczania granicy i życiu w Kalifornii, gdzie mój rozmówca przez kilka lat pracował w libańskiej, a później tajskiej restauracji. Wspominał z nostalgią smaki, za którymi tęsknił w Oaxace, a których nie był w stanie tu odtworzyć, szczególnie zielonego tajskiego curry. Tak dobrze się nam rozmawiało, że zostałyśmy dodatkowo zaproszone do zwiedzenia obejścia; wybiegu dla zwierząt i budynków gospodarskich, w tym nowo powstającego, sfinansowanego z pieniędzy zarobionych w Stanach. Tu zastałyśmy przy pracy kilku młodych

¹⁴ *Tejate* to napój o rodowodzie prekolumbijskim na bazie kukurydzy, kakao oraz kilku innych składników, różniących się w zależności od regionu. Przygotowywany przez kobiety, szczególnie popularny w regionie Dolin Centralnych, gdzie sprzedawany jest również na tradycyjnych targach (Muñoz Zurita 2013). Uważany za dziedzictwo jedzeniowe, np. w społeczności San Andrés Huayapam, gdzie od kilkunastu lat organizowany jest specjalny festiwal, a także w społecznościach migrantów oaxaqueńskich w Kalifornii.

¹⁵ Tu styl *norteño* w odniesieniu do ubrania noszonego przez mężczyzn w obszarze przygranicznym (północne stany Meksyku)), nazywany również stylem kowbojskim (*vaquero*) składa się z charakterystycznych butów z cholewami, paska, ozdobnej koszuli i kapelusza.

mężczyzn słuchających głośno muzyki z północy Meksyku, którzy z ulgą przyjęli przyniesione przez gospodynię *tejate*, to oznaczało bowiem zwyczajową przerwę w pracy. Robotnicy pochodzili z sąsiednich wsi, wszyscy mieli już za sobą doświadczenie migracji na północ (do USA oraz do stanu Baja California), jeden z nich został nawet deportowany. Kiedy odjeżdżałyśmy, zapytałam jeszcze, czy i gdzie można coś zjeść w *pueblo*, gdybym chciała kiedyś przyjechać samodzielnie i czy ktoś sprzedaje jedzenie na ulicy lub na targu. Zamiast tego polecono mi małą pizzerię, gdzie miał znajdować się profesjonalny piec opalany drewnem, obsługiwany przez matkę jednego z okresowych migrantów, która nauczyła się robić „amerykańską pizzę”.

Następnym przystankiem było pobliskie San Sebastián Titipac – *pueblo* słynące do niedawna z wyrobu kamiennych żaren *metate*, podstawowego sprzętu gospodarstwa domowego i obowiązkowego prezentu ślubnego, a sprzedawanych na pobliskim niedzielnym targu w Tlacoluli (por. Malinowski 2004; Cook 2014; Magaña González 2016). W programie naszej wycieczki nie było jednak wizyty w warsztacie kamieniarskim, za to u kucharki słynącej z wyrobu dużych tortilli (*tlayudas*), uważanych za przysmak, wyznacznik regionalnej tożsamości i dziedzictwo kulinarne Oaxaki¹⁶. Przyjęła nas kobieta w średnim wieku, ubrana w codzienny strój przykryty charakterystycznym na regionu haftowanym maszynowo, kraciastym fartuchem, w letniej, „dymnej” kuchni usytuowanej w jednym z kątów podwórka, gdzie mieściło się tradycyjne palenisko i sprzęty potrzebne do przygotowywania rytualnych posiłków w dużych ilościach (*cocina de humo*, por. Christie 2008; Magaña González 2016). Przewodniczka pokrótce wyjaśniła proces *nixtamalización*, czyli przygotowania ziaren kukurydzy do zmielenia poprzez wielogodzinne moczenie w roztworze wapnia, który zmiękcza ziarno i wzbogaca je w niezbędne mikroelementy (por. Warman 1988; Pilcher 1998). Nasza gospodyni przygotowała tym razem niebieską odmianę kukurydzy, co wzbudziło entuzjazm amerykańskich współuczestniczek wycieczki. Niebieska tortilla – jak mi później wyjaśniły – przygotowana z kukurydzy pochodzącej tylko z małych upraw (*organic*) to w Stanach Zjednoczonych synonim kuchni meksykańskiej w najlepszym wydaniu *gourmet* (por. Pilcher 2012). Tym razem nie zmełłyśmy ziaren ręcznie na *metate*, zamiast tego poszłyśmy do miejscowego sklepu spożywczego, w którym znajdował się również niewielki młyn. Po chwili, za drobną opłatą otrzymaliśmy zmieloną masę, którą po powrocie do obejścia nasza gospodyni przemełła raz jeszcze na *metate* (dla smaku), następnie uformowała ręcznie niewielkie placki, które rozplaszczala za pomocą

¹⁶ W 2010 roku kobiety z 23 wspólnot regionu Dolin Centralnych uzyskały dla tej tortilli znak regionalnego dziedzictwa kulinarnego (*denominación de origen*) i zarejestrowały zbiorową markę „Mi Querencia”, dzięki której mogą ją legalnie eksportować do Stanów Zjednoczonych (por. Brulotte i Starkman 2014).

metalowej prasy na zgrabne okrągłe tortille. Każda z nas miała za zadanie zrobić w ten sposób kilka tortilli i jedna po drugiej umieścić je na rozgrzanym, ceramicznym grillu (*comal*), poczekać aż upieką się z jednej strony (napuchną) i umiejętnie, ręcznie przewrócić na drugą stronę. Ten bardziej już zmechanizowany sposób (młyn, prasa) przygotowywania podstawowego pożywienia pojawił się w dolinach Oaxaki dopiero w latach sześćdziesiątych–siedemdziesiątych XX wieku, wcześniej kobiety produkowały tortillę tylko ręcznie, co oznaczało codzienną wielogodzinną i żmudną pracę przy mieleniu, formowaniu i pieczeniu placków. Właściwe przygotowanie tortilli było do niedawna dla kobiet ze społeczności indiańskich przepustką do dorosłego życia, oznaczało gotowość do zamążpójścia, mogło też być wyznacznikiem osobistego prestiżu (Pilcher 1998; Christie 2008; Núñez Miranda 2011).

Pokazowa lekcja, której towarzyszyło dużo zamieszania, ponieważ niewprawione uczestniczki zajęć psuły placki i parzyły sobie place, przyciągnęła uwagę domowników. Córka naszej instruktorki przyniosła świeży ser i domowe salsy, z którymi degustowałyśmy przyrządzone tortille. Towarzyszyło jej trzech mężczyzn w średnim wieku, którzy zatrzymali się w pewnej odległości i z rozbraniem obserwowali nasze popisy kulinarne. Szybko nawiązaliśmy rozmowę. Okazało się, że byli to bracia gospodyni, którzy przyjechali z Kalifornii i Oregonu na uroczystość rodzinną i za kilka dni mieli wracać do Stanów. Na moje pytanie o to, czy zabierają ze sobą jedzenie i jakie, wymienili właśnie duże tortille (*tlayudas*), pastę do zrobienia sosu mole, czekoladę, regionalny ser (*quesillo*) i *mezcal*. Podkreślili też, że coraz łatwiej jest dotrzeć do tych produktów w meksykańskich dzielnicach północnoamerykańskich miast. W ostatnich dwóch dekadach zapotrzebowanie na regionalne jedzenie w oaxaqueńskich enklawach na północy doprowadziło bowiem do powstania wielu firm kurierskich i alternatywnych, migranckich sieci zaopatrywania w żywność, trudno jeżeli w ogóle, osiągalną dla osób spoza diaspory (por. Ferrero 2002; Grieshop 2006). Dostępność tych podstawowych produktów niweluje nieco nostalgę za domowym, regionalnym jedzeniem w warunkach coraz bardziej utrudnionej mobilności transgranicznej, a także wzmacnia poczucie przynależności i tożsamości etnicznej (por. Abbots 2016). Również nasza gospodyni produkująca *tlayudas* na sprzedaż w mieście Oaxaca, a także na potrzeby lokalnych festiwalów rozważała podjęcie współpracy z jedną z firm zaopatrujących takie sieci dystrybucyjne w Los Angeles.

W kolejnej miejscowości San Juan Guelavía czekał na nas obiad u rodziny miejscowych rzemieślników. Zasiadłyśmy przy prostym, ustawionym na podwórku stole, gospodyni poczęstowała nas typowym na tych terenach napojem z mąki ryżowej i owoców (*horchata de arroz*), po chwili podała *higaditos* – gęstą zupę z kawałkami kurczaka i ubitymi jajkami, do tego świeżo przygotowaną tortillę, którą inna kobieta z rodziny przygotowała na naszych oczach w pobliskiej

letniej kuchni. W społecznościach indiańskich ciepła tortilla z grilla (*bajadita de comal*) to warunek konieczny właściwie skomponowanego i podanego posiłku (*proper meal*, Douglas 1972). Natomiast zupa, którą nam zaserwowano, to danie wypełnione symboliką związaną z płodnością, zarezerwowane w zapoteckich społecznościach Oaxaki na uroczystości takie jak wesele czy najważniejsze fiesty religijne (Gagnier 2005; Núñez Miranda 2011). Przewodniczka nie objaśniła jednak składowych posiłku i ich znaczenia, obejrzałyśmy natomiast album ze zdjęciami wyrobów rękodzielniczych rodziny i wysłuchałyśmy opowieści o jej międzynarodowych sukcesach. Społeczność Guelavía słynęła kiedyś z koszy do przechowywania żywności, wyplatanych z miejscowej odmiany trzciny (*carrizo*) porastającej okoliczne, podmokłe tereny, sprzedawanych na targach w całym regionie (por. Malinowski 2004; Cook 2014), zbiorów soli oraz rekordowej produkcji rolnej, w tym głównie kukurydzy¹⁷. Obecnie z powodu suszy oraz zmian technologicznych plecionkarstwo zamarło, zajmuje się nim zaledwie kilka rodzin, nasiliła się za to wymuszona mobilność – społeczność od lat ma jeden z najwyższych w regionie wskaźników migracji do Stanów Zjednoczonych (por. Cohen 2004)¹⁸. Nasi gospodarze należeli do rzemieślniczej elity społeczności, współpracowali z uznanymi projektantami wnętrz i artystami prezentującymi swoje prace na wystawach krajowych i zagranicznych. Goszcząca nas kobieta kilka lat wcześniej odbyła podróż do Nowego Jorku na zaproszenie jednego z muzeów. Rodzina produkuje też przedmioty użytkowe czy dekoracyjne (np. lampy) dla luksusowych hoteli i restauracji w całym Meksyku.

Ostatnim przystankiem na naszej trasie było San Marcos Tlapazola, miejscowość słynąca z wyrobów garncarskich z czerwonej gliny, zachowanego tu jeszcze tradycyjnego, kobiecego rzemiosła. Odwiedziłyśmy kooperatywę *Mujeres de Barro Rojo* mieszczącą się na sporej posesji; wokół obszernego patio zorganizowano warsztaty, sklep i specjalne miejsce do wykonywania pokazów garncarskich dla turystów. Oprowadzała nas liderka grupy, ubrana w codzienny, charakterystyczny dla społeczności strój, mówiła o historii kooperatywy, prezentowała surowce i objaśniała proces technologiczny. W trakcie prezentacji swoich umiejętności wykonała niezbędny do właściwego przygotowania tortilli talerz-grill (*comal*) – wieś słynie do tej pory z ich produkcji – oraz nowoczesną w formie salaterkę „na owoce”, jak ją opisała sama garncarka. Grupa kobiet

¹⁷ Informuje o tym wystawa w miejscowym Muzeum Wspólnotowym (*museo comunitario*), gdzie eksponowane są nagrody za rekordowe zbiory kukurydzy, które społeczność otrzymała w latach czterdziestych XX wieku od prezydenta kraju.

¹⁸ Od kilku lat lokalne władze przy wsparciu Fundacji Harp Helú organizują w społeczności festiwal folklorystyczny (*feria*) mający promować lokalne wyroby plecionkarskie i w konsekwencji doprowadzić do zrewitalizowania tego rzemiosła. Nieodzownymi elementami *feria* jest zawsze prezentacją miejscowego dziedzictwa kulinarnego oraz pokazy regionalnych tańców (np. *Danza de la Pluma*).

od lat współpracuje bowiem z projektantami fundacji *Innovando la Tradición* (Unowocześniając Tradycję), co skutkuje nowymi wzorami ceramiki *notabene* nagradzanymi w międzynarodowych konkursach. Podczas pokazu kobieta opowiadała między innymi o przygotowaniach do udziału w nadchodzących Międzynarodowych Targach Rękodzieła w Santa Fe w Nowym Meksyku. Pod koniec wizyty zrobiliśmy jeszcze zakupy w sklepie – moje współtowarzyszki wybrały kilka naczyń o nowoczesnych formach, które widziały wcześniej w wystroju restauracji w mieście Oaxaca. Wyjeżdżając ze wsi, przy sklepie spożywczym dostrzegłam jeszcze duże ogłoszenie firmy kurierskiej wysyłającej rękodzieło i jedzenie do Stanów Zjednoczonych – Tlapazola to bowiem kolejna tak charakterystyczna dla Oaxaki społeczność transgraniczna (*transborder*, Stephen 2007).

W drodze powrotnej – jak zwykle po każdym z objazdów kulinarnych, w których biorę udział – padają pytania o rekomendacje restauracji, odpowiedniej na lekką kolację, z dużym wyborem mezcalu i najlepiej z tarasem widokowym. Kobiety co prawda mają listę swoich typów sporządzoną na podstawie recenzji w amerykańskiej prasie oraz rankingów internetowych, ale zdanie zamieszkałej antropolożki badającej w dodatku turystykę kulinarną może tu być rozstrzygające. Czas na powrót do swojskiej przestrzeni restauracji, gdzie etnicznie obce, rytualne i egzotyczne jedzenie zostaje ponownie oswojone, podane w znany i akceptowany sposób, staje się kulturowo bezpieczne (Long 2004; Friedensolm 2001).

„Oaxaca pachnie tortillą”: (trans)narodowa turystyka kulinarna

Latem 2002 roku fundacja Pro-Oax zorganizowała protest przeciwko zamiarowi otworzenia w historycznym centrum miasta Oaxaca – wpisanym na listę światowego dziedzictwa UNESCO – restauracji McDonalds. Odbył się happening pod przewodnictwem lidera organizacji, znanego malarza Francisco Toledo, który na głównym placu miasta rozdawał ciepłe *tamales* (pierzochki z ciasta kukurydzianego) – jedno z charakterystycznych meksykańskich dań zarówno odświętnych, jak i jedzonych codziennie (w domach, na ulicach i targach). Podczas publicznej uczty złożonej z *tamales* (*tamaliza*) zestawiano regionalne, „prawdziwe jedzenie” o znaczeniu symbolicznym i prekolumbijskim rodowodzie serwowane podczas festi, będące nośnikiem lokalnej i narodowej tożsamości, oznaczające współzycie społeczne i właściwe odżywianie z wysoko przetworzonym, produkowanym przez transnarodową korporację „jedzeniem znikąd” (Fitting 2011; Pilcher 2012). Udana mobilizacja w obronie dziedzictwa kulturowego odbiła się szerokim echem w mediach, zbiegła się bowiem dodatkowo z apogeum walki o przestrzeganie zakazu wwozu do Meksyku kukurydzy modyfikowanej genetycznie, z masowymi wystąpieniami w całym kraju

w obronie różnorodności biologicznej, dziedzictwa przyrodniczego i żywnościowego, a co za tym idzie – przetrwania lokalnych wspólnot. Najbardziej aktywne były indiańskie społeczności w jednym z regionów Oaxaki, gdzie rok wcześniej odkryto zanieczyszczone GMO ziarna lokalnej odmiany (Fitting 2011; Gonzalez 2014). Mobilizacje wokół kukurydzy wpisały się w transnarodowe, alterglobalistyczne ruchy żywieniowe. Symbolicznym przywódcą ruchu został uznawany w Oaxace za głównego obrońcę dziedzictwa Toledo, który od tego czasu występuje przeciwko zagrożeniu, jakie niesie za sobą kukurydza GMO. Regularnie organizuje akcje artystyczne, konkursy (np. coroczne wystawy plakatu poświęcone tej tematyce) i happeningi w przestrzeni publicznej. Kukurydza stała się zrewitalizowanym symbolem lokalnej i narodowej tożsamości – jej konsumpcja zaś aktem patriotycznym niezależnie od usytuowania klasowego i etnicznego (Fitting 2011; Pilcher 2012). Te artystyczne w wyrazie, odpolitycznione formy protestu w istocie utrwalają wizerunek Oaxaki jako ostatniego bastionu indiańskiego, „głębokiego Meksyku” (Bonfil Batalla 1987) wpisując się zarazem w logikę turystyki „lokalnego kolorytu” (Kastelein 2010) opartej na konsumpcji wielobarwnych wizerunków, oryginalnych form, muzyki, sztuki i kultury kulinarnej w zrewitalizowanej formie gastronomii.

W 2005 roku wyspecjalizowane magazyny turystyczne przedstawiały Oaxakę jako jeden z najbardziej pożądaných kierunków wakacyjnych na świecie. Boom turystyczny odbywał się jednak w warunkach narastającego konfliktu społecznego, który w 2006 roku doprowadził do powstania ludowego i trwającego kilka miesięcy poważnego kryzysu polityczno-humanitarnego. Jednym z negatywnych skutków konfliktu było załamanie przemysłu turystycznego w centralnej Oaxace i dalsze zaostrzenie animozji społecznych w silnie rozwarstwionym klasowo i rasowo postkolonialnym społeczeństwie stanu (Goertzen 2010), kryzys finansowy w USA w 2008 roku, a następnie panika wywołana świńską grypą w roku 2009, a także wizerunkowe skutki prowadzonej od 2006 roku wojny rządu z *narcotráfico* dalej pogorszyły notowania stanu jako turystycznej destynacji. Środkiem na wyjście z impasu i zmianę wizerunku (*re-branding*) Oaxaki jako miejsca bezpiecznego okazało się strategiczne użycie dziedzictwa kulturowego, w tym lokalnych kultur kulinarnych jako głównej atrakcji stanu i klucza do jego ekonomicznego rozwoju. W ostatnich latach agendy turystyczne stosują strategie marketingowe oparte na odwołaniach do wrażeń zmysłowych (*sense-scapes*, Berg i Sevón 2015), podkreślają specyficzny „smak miejsca”, wyjątkowość środowiska naturalnego i artystyczną atmosferę. Oaxaca ma dostarczać niezwykłych wrażeń i dawać zagranicznym turystom, ale także meksykańskiej, miejskiej klasie średniej wytchnienie w czasach niepewności.

„Oaxaca tak pięknie pachnie – prawdziwą tortillą!” – powtarzała podczas naszych spotkań jedna z moich rozmówczyń, amerykańska emerytka i zdeklarowana *foodie*, spędzająca od kilku lat zimę w stolicy stanu. Wcześniej często

jeździła na wakacje do meksykańskich kurortów, ale dopiero przyjazdy do Oaxaki dały jej możliwość smakowania prostego, zdrowego i wyprodukowanego lokalnie jedzenia w przyjemnym, nieskomplikowanym i bezpiecznym otoczeniu na targach, w jadłodajniach i regionalnych restauracjach (por. Abbots 2013), a tym samym skonfrontowania wcześniejszych wyobrażeń na temat meksykańskiej kuchni, jej autentyczności, wartości zdrowotnych itp. (por. Gabbaia 1998; Ferrero 2002; Pilcher 2004). Współcześnie kreowany turystyczny wizerunek (*tourist imaginary*, Salazar 2012) Oaxaki współgra z oczekiwaniami turystów kulinarnych i uprzywilejowanych migrantów (*snow birds*, expatów), z którymi rozmawiałam na przestrzeni lat. W większości pochodzą oni z zamożnej północy (USA, Kanady), czyli społeczeństw charakteryzujących się znaczną mobilnością, zamożnych, indywidualistycznych, konsumpcyjnych, przy tym dzięki rozwiniętemu rynkowi kuchni etnicznych otwartych na nowe smaki. Być może dlatego, że jak podkreśla Barbara Kirshenblatt-Gimblett: „Zdolność jedzenia do zatrzymania czasu, miejsca i pamięci jest doceniane tym bardziej w erze hipermobilności, kiedy wydaje się, że wszystko jest dostępne wszędzie i o każdej porze” (2004, s. xiii).

Z drugiej strony, świadome uprawianie turystyki kulinarnej pozwala skonfrontować wyobrażenia kreowane przez media i przemysł turystyczny z osobistym doświadczeniem i rozumieniem otaczającego świata (Salazar 2012). Wizerunek Oaxaki jako gastronomicznego raju jest wypadkową tego, jak postrzegają ją mieszkańcy, urzędnicy reprezentujący sektor turystyczny, pośrednicy (np. przewodnicy, organizacje pozarządowe zajmujące się ochroną dziedzictwa jedzeniowego) i turyści. Ujawnia napięcia pomiędzy kulturowo zakorzenionymi wizerunkami lokalności i prekolumbijskich praktyk jedzeniowych a rzeczywistością społeczną transgranicznych wspólnot (Cohen 2004; Stephen 2007). Społeczności wyobrażane jako tradycyjnie stacjonarne, „zamrożone w czasie” są w różnorodny sposób mobilne. Wgląd w dynamikę kulinarnego objazdu pozwala zrekonstruować i zakwestionować często jeszcze braną za pewnik statyczną relację między ludźmi, przestrzenią i kulturą (Gupta i Ferguson 2004).

Północnoamerykańscy turyści przyjeżdżający do Oaxaki są zwykle dobrze już obeznani z kuchnią meksykańską – jest ona bowiem obecnie najpopularniejszą obok włoskiej i chińskiej kuchnią etniczną w Stanach, razem zajmują 70% rynku etnicznych restauracji (Pilcher 2012). Wraz z nasilającą się modą na „nową meksykańską gastronomię”, czyli autorskie wydanie meksykańskich tradycji kulinarnych, świeża tortilla oraz dania na podstawie egzotycznych, regionalnych składników pojawiają się w menu wielu luksusowych lokali prowadzonych przez meksykańskich, jak i amerykańskich szefów kuchni w północnoamerykańskich miastach. Smakosze mają okazję spróbować autentycznych czy zrekonstruowanych w ramach kuchni *fusion* potraw przygotowanych z ekologicznie czystych, autentycznych, bo sprowadzonych z Meksyku lub jeżeli to

możliwe wyhodowanych lokalnie składników. Nacisk na prezentację dania, jego składniki i smak przesłania kontekst kulturowo-społeczny, z którego wywodzi się jedzenie, co więcej – pochodzący zwykle z klasy średniej i średniej wyższej konsumenci tak zgentryfikowanej meksykańskiej kuchni doskonalą się w rozpoznawaniu „autentyczności” serwowanych potraw ucząc się o ich składnikach; kukurydzy, papryce *chile*, czekoladzie czy mezcalu.

Udział w kulinarnym objeździe, takim jak „Tortilla tour”, czyli celowe, intensywne i wielozmysłowe zanurzenie się w praktykach jedzeniowych społeczności, z których pochodzi pożywienie, ma na celu przełamanie charakterystycznego dla późnonowoczesnych społeczeństw konsumpcyjnych podwójnego fetyszyzmu towarowego (Cook i Crang 1996). Trzeba jednak pamiętać, że zapotrzebowanie na turystykę opartą na doświadczeniu prowadzi do rekonstruowania odmienności (*othering*), stąd społeczności wiejskie nie są prezentowane w sposób, który pokazuje ich codzienność. Turystom oferuje się (i tego też sami oczekują) przednowoczesną i nostalgiczną wersję danej kultury (Salazar 2012; Pilcher 2012). Odmienność zawarta w egzotycznym jedzeniu jest (re)konstruowana w dyskursie turystycznym za pomocą oddalenia w czasie i przestrzeni, podkreślania specyfiki kulturowej, języka, wymiaru płciowego czy pokoleniowego produkcji i konsumpcji żywności, czy w końcu klasy społecznej (Long 2004). W Meksyku poszukiwanie kulturowej, w tym też kulinarnej autentyczności na potrzeby turystyki prowadzi do powielania „chłopskiego esencjalizmu” (Kearney 1996), czyli zestawu stereotypów, które redukują mieszkańców wsi do niezmiennych relikwów starożytnej przeszłości. Szczególnie indiańskie kobiety postrzegane są jako bardziej tradycyjne, podtrzymujące życie społeczne wspólnoty poprzez udział w fiestach, zachowujące język i typowy dla danej grupy strój. W reklamach turystyki kulinarnej są to również starsze kobiety, doświadczone kucharki przedstawiane przy przyrządzaniu tradycyjnych potraw z kukurydzy (przy mieleniu na metate, robieniu tortilli czy tamales) w rustykalnych, letnich kuchniach. W domyśle biedne, niewykształcone i słabo mówiące po hiszpańsku – ich marginalna pozycja przekształcona zostaje w egzotykę i autentyczność/tradycję (Stephen 2005; Pilcher 2012).

Turystyka kulinarna to poznanie odmienności, nowych kultur i sposobów bycia poprzez odkrywanie nieznanego, egzotycznego pożywienia. Przejście od tego co jadalne, ale egzotyczne, do oswojonego i smacznego odbywa się stopniowo, i jest zwykle negocjowane w ramach kilku strategii. Przede wszystkim jadalne, ale egzotyczne jedzenie powinno być zaprezentowane w odpowiednim kontekście, np. w ramach dyskursu dziedzictwa kulturowego (por. Sammells 2014; Brulotte i Starkmann 2014), nazwane i zidentyfikowane, powinny zostać wymienione składniki, objaśnione sposoby przygotowania oraz opisany kontekst społeczny i kulturowy konsumpcji pożywienia, następną strategią jest wybór menu oraz ewentualnie zaadaptowanie przepisu do warunków domowych

(Long 2004). „Tortilla tour” został skonstruowany wokół produkcji pożywienia, stanowiącego do dnia dzisiejszego podstawę diety w społecznościach indiańskich, a zarazem dziedzictwa kulturowego regionu, kraju i ludzkości (Sammells 2014; Morton 2014). Opis wycieczki zamieszczony na stronie biura zapowiadał wizytę w tradycyjnych społecznościach wiejskich zamieszkałych przez rolników i rzemieślników, zapoznanie się z „odwieczną” kuchnią Oaxaki. Podano skrótowny plan objazdu, w trakcie którego przewodniczka udzielała minimum niezbędnych informacji. Doświadczenie pobytu w zapoteckich wspólnotach w Dolinie Tlacoluli skomplikowało jednak ten turystyczny wizerunek; oaxaqueńska wieś, egzemplifikacja indiańskiego „głębokiego Meksyku” (Bonfil Batalla 1987) jest bowiem przestrzenią działania różnego rodzaju mobilności; migracji zarobkowych do innych części kraju i za granicę, miejscem działania firm wysyłających regionalne jedzenie do diaspory w Stanach Zjednoczonych. Z drugiej strony ten najbiedniejszy stan kraju jest spenetrowany przez różnorodne działania rozwojowo-pomocowe skierowane głównie do kobiet, prowadzone przez agendy rządowe i organizacje międzynarodowe (por. Hryciuk 2017). Poza tym, rodziny należące do rzemieślniczych elit biorą udział w prestiżowych konkursach i w związku z tym swobodnie przemieszczają się za granicę; dokonują też awansu społecznego wynikającego z uzyskanych poza *pueblo* kontaktów, zwiększonego kapitału społecznego i w konsekwencji poprawy pozycji ekonomicznej (por. Wood 2008; Chibnik 2003; Stephen 2005). W transgranicznych społecznościach Oaxaki pojawiają się też od kilkunastu lat zachodnie style konsumpcji i nowe formy turystyki kulinarnej; powracający migranci lub ich rodziny otwierają burgerownie, pizzerie czy chińskie restauracje – kolejne elementy lokalnej „kultury migracji” (Cohen 2004). W wiejskich społecznościach Oaxaki różnice pomiędzy mobilnym turystą a niemobilnym „innym” sukcesywnie się zmniejszają.

W myśl strategii rozwoju lokalnego rządu meksykańskiego, a także agend międzynarodowych, takich jak UNESCO czy Bank Światowy, promowanie turystyki kulturowej opartej na dziedzictwie (*heritage tourism*) w tym turystyki kulinarnej miałyby przynosić pozytywne efekty: nowe miejsca pracy, zredukowanie ubóstwa i wyhamowanie migracji z terenów wiejskich, a także podtrzymanie lokalnej tożsamości kulturowej. W społecznościach wiejskich Oaxaki, co pokazały moje badania, a w tym tekście ilustruje analiza „Tortilla tour”, wpływ turystyki kulinarnej na zrównoważony rozwój lokalny jest znikomy. Wymierne korzyści odnoszą poszczególne osoby i rodziny mające dostęp do rynku turystyki kulturowej, np. współpracujące z biurami podróży, szczególnie te, które łączą pokazy kulinarne z produkcją i komercjalizacją rękodzieła. Prowadzi to do powstania nowych elit kulinarnych i dalszego rozwarstwienia społecznego i ekonomicznego w obrębie społeczności lokalnych (Hryciuk, w druku). Wspólnoty indiańskie Dolin Centralnych dostarczają szybko rozwijającemu się przemysłowi restauracyjnemu stolicy stanu głównie świeżych produktów – składników

wysokiej jakości, są także rezerwuarem taniej i wykwalifikowanej siły roboczej, doświadczone kucharki *mayoras* robią tortillę i tamales nawet w najbardziej luksusowych restauracjach.

Wbrew oczekiwaniom i prognozom rozwój turystyki kulinarnej w Oaxace, czy szerzej w Meksyku, a także rosnąca popularność kuchni meksykańskiej na północy kontynentu nie wpływa znacząco na poprawę międzynarodowych relacji społeczno-ekonomicznych i politycznych między obydwojma brzegami Rio Grande i szerzej w ramach układu NAFTA. Turyści kulinarni wybierający wycieczkę do indiańskiej społeczności – swoistą pielgrzymkę jedzeniową (Long 2006) chcą w pełni doświadczyć meksykańskiej kuchni w jej „autentycznym” i pierwotnym kontekście. Skosztować „prawdziwego jedzenia”, poznać technologię wyrobu tortilli i lepiej zrozumieć kulturę kulinarną opartą na kukurydzy. Turyści ci stanowią jednak niewielką liczebnie grupę i w większości należą do liberalnie nastawionej, wykształconej i etycznie konsumującej północnoamerykańskiej klasy średniej. Do tej kategorii należały też współuczestniczki Tortilla Tour. Jednakże akceptacja kuchni etnicznych czy nawet wyprawa za granicę, by poznać autentyczne praktyki jedzeniowe nie zmienia faktu, że w Stanach Zjednoczonych migranci są nadal traktowani jako obywatele drugiej kategorii (również w przemyśle gastronomicznym), pozbawieni równego dostępu do wszystkich obszarów życia społecznego, ekonomicznego i politycznego, a kraj stracił suwerenność żywnościową w wyniku neoliberalnej globalizacji handlu w ramach układu NAFTA (por. Wilk 2012; Pilcher 2012; Long 2014).

* * *

W ostatnich latach poszczególne gminy w stanie Oaxaca dostrzegając w promowaniu turystyki kulinarnej szansę na wzmocnienie lokalnej tożsamości i poprawę sytuacji ekonomicznej wspólnot, rozpoczęły (z różnym skutkiem) promocję miejscowego dziedzictwa jedzeniowego poprzez organizowanie festiwali gastronomicznych. Moje badania pokazują jednak, że to nie tyle odgórnie stosowane strategie rozwojowe czy prywatne inicjatywy kulinarne, ile zmiany zachodzące w społecznościach na skutek zwiększonej wymuszonej mobilności prowadzą do zachowania, propagowania i ekonomicznego wykorzystania lokalnych kultur kulinarnych. Jest to przede wszystkim zachowanie rozbudowanego systemu sponsorowanych (w dużej mierze z przekazów pieniężnych od migrantów) świąt religijnych, w trakcie których przygotowuje się wielodaniowe rytualne posiłki, oraz zapotrzebowanie na regionalne specjały ze strony dynamicznie rozwijających się sieci dystrybucji jedzenia w społecznościach migrantów w Stanach Zjednoczonych. W ten sposób zwiększająca się mobilność jedzenia, stylów konsumpcji i ludzi komplikuje prostą relację między poszczególnymi daniami, sposobami produkcji i lokalnymi kulturami kulinarnymi a konkretnym

regionem czy wspólnotą i w konsekwencji prowadzi do dynamicznych (re)konstrukcji dziedzictwa jedzeniowego w ramach transnarodowego społeczeństwa konsumpcyjnego (por. Richards 2002).

Bibliografia

- Abbots, Emma-Jayne. 2016. *Approaches to Food and Migration: Rootedness, Being and Belonging*. W: J. Klein i J. Watson (red.). *The Handbook of Food and Anthropology*. London: Bloomsbury, s. 115–132.
- Abbots, Emma-Jayne. 2013. *Negotiating Foreign Bodies: Migration, Trust and the Risky Business of Eating in Highland Ecuador*. W: E-J. Abbotts i A. Lavis (red.). *Why We Eat, How We Eat: Contemporary Encounters Between Foods and Bodies*. Aldershot: Ashgate, s. 119–138.
- Akhil, Gupta i James Ferguson. 2004. *Poza „kulturę”: przestrzeń, tożsamość i polityka różnicy*. Tłum. J. Giebułtowski. W: M. Kempny i E. Nowicka (red.). *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 267–283.
- Berg, Per Olof i Sevón Guje. 2015. *Food-branding places – a sensory perspective*. „Branding and Public Diplomacy” 10(4): 1–16.
- Bonfil Batalla, Guillermo. 1987. *México Profundo: una civilización negada*. México: Grijalbo.
- Boniface, Proscilla. 2003. *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*. Aldershot: Ashgate.
- Brandes, Stanley. 2006. *Skulls to the Living, Bread to the Dead. The Day of the Dead in Mexico and Beyond*. Blackwell Publishing.
- Brulotte, Ronda L. i Alvin Starkman. 2014. *Caldo de Piedra and Claiming Pre-Hispanic Cuisine as Cultural Heritage*. W: R. L. Brulotte i M. A. di Giovinne (red.). *Edible Identities: Food as Cultural Heritage*. Surrey: Ashgate, s. 109–124.
- Camp, Charles. 2003. *Foodways*. W: S. H. Katz (red.) *Encyclopedia of Food and Culture*, t. 2: *Food Production to Nuts*. New York: Thomson and Gale, s. 29–31.
- Chibnik, Michael. 2003. *Crafting Tradition: The Making and Marketing of Oaxacan Wood Carvings*. Austin: University of Texas Press.
- Christie, Maria Elisa. 2008. *Kitchenspace. Women, Fiestas and Everyday Life in Central Mexico*. Austin: Texas University Press.
- Clark Burnett, Sierra i Krishnendu Ray. 2012. *Sociology of food*. W: J.M. Pilcher (red.). *The Oxford Handbook of Food History*. Oxford University Press.
- Cohen, Jeffrey H. 2004. *The Culture of Migration in Southern Mexico*. Austin: Texas University Press.
- Cohen, Erik i Nir Avieli. 2004. *Food in tourism: Attraction and impediment*. „Annals of Tourism Research” 31(4): 755–778.
- Cook, Scott. 2014. *Land, Livelihood, and Civility in Southern Mexico: Oaxaca Valley Communities in History*. Austin: University of Texas Press.

- Cook, Ian i Philip Crang. 1996. *The World On a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledges*. „Journal of Material Culture” 1-2: 131–153.
- Counihan, Carole M. 2009. *A Tortilla is Like Life. Food and Culture in the San Luis Valley of Colorado*. Austin: University of Texas Press.
- Douglas, Mary. 1972. *Deciphering a Meal*. „Daedalus” 101(1): 61–81.
- Ferrero, Sylvia. 2002. *Comida sin parar. Consumption of Mexican Food in Los Angeles: „Foodscapes” in a Transnational Consumer Society*. W: W. Belasco i P. Scranton (red.). *Food Nations: Selling Taste in Consumer Society*. New York, London: Routledge; s. 194–219.
- Fitting, Elizabeth. 2011. *The Struggle for Maiz. Campesinos, Workers, and Transgenic Corn in the Mexican Countryside*. Durham and London: Duke University Press.
- Friedensolm, Doris. 2001. *Chapulines, Mole and Pozole. Mexican Cuisine and the Gringa Imagination*. W: S. A. Inness (red.). *Pilaf, Pozole, and Pad Thai: American Women and Ethnic Food*. Amherst: University of Massachusetts Press, s. 165–173.
- Gabbacia, Donna. 1998. *We Are What We Eat. Ethnic Food and the Making of Americas*. Harvard University Press.
- Gagnier, de Mendoza i Mary Jane. 2005. *Oaxaca Celebration. Family, Food, and Fiestas in Teotitlan*. Santa Fe: Museum of New Mexico Press.
- Goertzen, Chris. 2010. *Tradition, Tourism and Political Ferment in Oaxaca*. University Press of Mississippi.
- González, Roberto J. 2014. *Manufacturing Food Insecurity in Oaxaca, Mexico*. W: R. Stryker i R. J. González (red.). *Up, Down and Sideways: Anthropologists Trace the Pathways of Power*. New York, London: Berghahn Books, s. 107–126.
- Grieshop, James I. 2006. *The Envios of San Juan Huixtepec, Oaxaca: Food, Home, and Transnationalism*. „Human Organization” 65-4: 400–406.
- Gupta, Akhil i James Ferguson. 2004. *Poza „kulturę”: przestrzeń, tożsamość i polityka różnicy*. Tłum. J. Giebułtowski. W: M. Kempny i E. Nowicka (red.). *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 267–283.
- Heldke, Lisa. 2003. *Exotic Appetites: Ruminations of Food Adventurers*. London, New York: Routledge.
- Hryciuk, Renata E. 2017. *Mothering for neoliberal times. Mazahua women, poverty and the cultural politics of development in Central Mexico*. „Polish Sociological Review” 4-200: 523–543.
- Hryciuk, Renata E. [w druku]. *La Alquimista de los Sabores. Gastronomic heritage, gender and tourist imaginary in Mexico*. „Food & Foodways”.
- Johnston, José i Shyon Baumann. 2010. *Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. London, New York: Routledge.
- Katz, Esther. 2009. *Emigración, transformaciones sociales y cambios culinarios en la Mixteca Alta (Oaxaca, Mexico)*. „Anthropology of Food” S6: <http://aof.revues.org/6431> (dostęp 08.09.2016).
- Kastelein, Barbara. 2010. *The Beach and Beyond*. W: D. Berger i A. Grant Wood (red.). *Holidays in Mexico. Critical Reflections on Tourism and Tourist Encounters*. Durham: Duke University Press, s. 320–370.

- Kearney, Michael. 1996. *Reconceptualizing the Peasantry. Anthropology in Global Perspective*. Westview Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 2004. *Forword*. W: L.M. Long (red.). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky, s. xi–xiv.
- Lisocka-Jaegermann, Bogumiła. 2011. *Kultura w rozwoju lokalnym. Dziedzictwo kulturowe w strategiach społeczno-gospodarczych latynoamerykańskich społeczności wiejskich*. Warszawa: WGiSR UW.
- Lizama Quijano, Jesús. 2006. *La Guelaguetza en Oaxaca. Fiesta, relaciones interétnicas y procesos de construcción simbólica en el contexto urbano*. México: CIESAS.
- Long, Lucy M. 2004. *Culinary Tourism: A Folkloric Perspective on Eating and Otherness*. W: L.M. Long (red.). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky, s. 20–52.
- Long, Lucy M. 2006. *Food pilgrimages: seeking the sacred and the authentic in food*. „Appetite” 47-3: 393.
- Long, Lucy M. 2014. *Food in Tourism Studies*. W: K. Albala (red.). *Routledge International Handbook of Food Studies*. London, New York: Routledge, s. 342–351.
- Lutz, Bruno. 2012. *Civilizar al campesino pobre. Biopolíticas alimentarias en México*. „Ruris”, 6(2): 91–112.
- Magaña, González i Claudia Rocío. 2016. *Technologies and techniques in rural Oaxaca’ Zapotec kitchens*. W: S. I. Ayora-Díaz (red.). *Cooking Technology. Transformations in Culinary Practice in Mexico and Latin America*. London, New York: Bloomsbury, s. 55–68.
- Malinowski, Bronisław i Julio de la Fuente. 2004. *Ekonomia meksykańskiego systemu targowego i inne prace*. Tłum. J. Barański, B. Hlebowicz. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Marcus, George E. 1995. *Ethnography In/Of the World System: The Emergence of Multisited Ethnography*. „Annual Review of Anthropology” 24: 95–117.
- Morton, Paula E. 2014. *Tortillas. A Cultural History*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Muñoz Zurita, Ricardo. 2013. *El Pequeño LAROUSSE de la Gastronomía Mexicana*. México: Ediciones Larousse.
- Núñez, Miranda i Sylvia Concepción. 2011. *DISHDAA’W. La palabra se entreteje en la comida infinita. La Vida de Abigail Mendoza*. Oaxaca: Fundación Alfredo Harp Helú/Provedora Escolar.
- Pilcher, Jeffrey M. 2012. *Planet Taco. A Global History of Mexican Food*. New York: Oxford University Press.
- Pilcher, Jeffrey M. 2004. *From „Montezuma’s Revenge” to „Mexican Truffle”: Culinary Tourism across the Rio Grande*. W: L.M. Long (red.). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky, s. 76–96.
- Pilcher, Jeffrey M. 1998. *Quo vivan los tamales! Food and the Making of Mexican Identity*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Pink, Sarah. 2009. *Doing Sensory Ethnography*. London: Sage.

- Richards, Greg. 2002. *Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?* W: A-M Hjalager i G. Richards (red.). *Tourism and Gastronomy*. London, New York: Routledge, s. 3–20.
- Richards, Greg. 2002. *Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?* W: A-M Hjalager i G. Richards (red.). *Tourism and Gastronomy*. London, New York: Routledge.
- Salazar, Noel B. 2012. *Tourism imaginaries: a conceptual approach*. „Annals of Tourism Research” 39,2: 863–882.
- Salazar, Noel B. 2010. *Towards anthropology of cultural mobilities*. „Crossings: Journal of Migration and Culture” 1: 53–68.
- Sammells, Clare A. 2014. *Haute Traditional Cuisines: How UNESCO’s List of Intangible Heritage Links the Cosmopolitan to the Local*. W: R. L. Brulotte i M. DiGiovine (red.). *Edible Identities: Food as Cultural Heritage*. Farnham: Ashgate, s. 141–157.
- Stephen, Lynn. 2005. *Zapotec Women: Gender, Class, and Ethnicity in Globalized Oaxaca*. Durham, London: Duke University Press.
- Stephen, Lynn. 2007. *Transborder Lives. Indigenous Oaxacans in Mexico, California, and Oregon*. Durham, London: Duke University Press.
- Sutton, David. 2006. *Cooking Skill, the Senses, and Memory: the Fate of Practical Knowledge*. W: E. Edwards, C. Gosden i R. Phillis (red.). *Sensible Objects: Colonialism, Museums and Material Culture*. Oxford, New York: Berg, s. 87–120.
- Vizcarra Bordi, Ivonne (red.) 2014. *La feminización del campo mexicano en el siglo XXI. Localismos, transnacionalismos y protagonismos*. México: Plaza y Valdéz/UAEM.
- Warman, Arturo. 1988. *La historia de un bastardo: maíz y capitalismo*. México: UNAM/CFE.
- Wenzer, Jakob. 2013. *Foodscapes*. W: P. Jackson (red.). *Food Words. Essays in Culinary Culture*. Bloomsbury, s. 83–85.
- Wilk, Richard. 2012. *Loving People, Hating What They Eat. Marginal Foods and Social Boundaries*. W: E. Finns (red.). *Reimagining Marginalized Foods. Global Processes, Local Places*. Tuscon: The University of Arizona Press, s. 15–33.
- Winter, Marcus. 1989. *Oaxaca: The Archaeological Record*. Minutiae Mexicana, Mexico City.
- Wood, Warner W. 2008. *Made in Mexico: Zapotec Weavers and the Global Ethnic Art Market*. Bloomington: Indiana University Press.