

¿Por qué la industria de la comida rápida se volvió una parte fundamental de la sociedad estadounidense?



ANGELICA SARABIA OROZCO CARLA  
ALEJANDRA PATRICIA RUIZ SOSA  
CUAUHTZIN DANIEL MORALES BETANZOS  
JAVIER RIVERA RIVERA

# BLOCH

<https://revistabloch.uanl.mx>

## ¿POR QUÉ LA INDUSTRIA DE LA COMIDA RÁPIDA SE VOLVIÓ UNA PARTE FUNDAMENTAL DE LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE?: EL CASO DE MCDONALD'S EN LOS AÑOS 50-80

*Carla Angelica Sarabia Orozco, Javier Rivera Rivera, Alejandra Patricia Ruiz Sosa & Cuauhtzin Daniel Morales Betanzos*

[orcid.org/0000-0001-5541-361X](https://orcid.org/0000-0001-5541-361X), [orcid.org/0000-0002-7979-2105](https://orcid.org/0000-0002-7979-2105) [orcid.org/0000-0001-9409-0622](https://orcid.org/0000-0001-9409-0622) & [orcid.org/0000-0003-0818-4732](https://orcid.org/0000-0003-0818-4732)

Universidad Autónoma Metropolitana    División de Ciencias Sociales y Humanidades

### Edición y corrección de estilo:

Andrés Rodríguez López

### Maquetador:

Alfonso André Quintero Gómez

### Copyright:



© 2022, Sarabia Orozco Carla Angelica, Rivera Rivera Javier, Ruiz Sosa Alejandra Patricia, Morales Betanzos Cuauhtzin Daniel. This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License [CC BY 4.0], which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

**Recepción:** 05 de julio de 2022

**Aceptación:** 20 de julio de 2022

### Email:

[d8malek@gmail.com](mailto:d8malek@gmail.com), [kappertonhatt@gmail.com](mailto:kappertonhatt@gmail.com), [alejandrasosaks@gmail.com](mailto:alejandrasosaks@gmail.com) & [cuauhtzin.i@gmail.com](mailto:cuauhtzin.i@gmail.com)

# ¿POR QUÉ LA INDUSTRIA DE LA COMIDA RÁPIDA SE VOLVIÓ UNA PARTE FUNDAMENTAL DE LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE?: EL CASO DE MCDONALD'S EN LOS AÑOS 50-80

## WHY DID THE FAST FOOD INDUSTRY BECOME A FUNDAMENTAL PART OF AMERICAN SOCIETY?: THE CASE OF MCDONALD'S IN THE 50S-80S

*Carla Angelica Sarabia Orozco, Javier Rivera Rivera, Alejandra Patricia Ruiz Sosa  
& Cuauhtzin Daniel Morales Betanzos*

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

### RESUMEN:

La sociedad moderna estadounidense ha tenido como una de tantas características particulares la comida rápida como parte de su cultura, claro está que esto conllevó un proceso sociocultural e histórico. Mediante esta perspectiva estudiamos el caso de la compañía de McDonald's y cómo la misma contribuyó a que se desarrollara la característica cultural de la comida rápida en el colectivo estadounidense mediante un tipo de platillo poco conocido en aquel entonces, pero gracias a su versatilidad y sabor se ganó los corazones de millones de estadounidenses: la hamburguesa. Para dicho análisis, utilizamos tanto fuentes primarias como secundarias, las últimas predominan a lo largo del trabajo. Por último, consideramos que un aporte de nuestra investigación es dar luz a este tipo de temas que pocas veces se tratan desde una perspectiva de un proceso histórico, ya que por lo general la perspectiva predominante es desde el ámbito de la salud u empresarial.

### PALABRAS CLAVE:

Hamburguesa; cultura; religión; afroamericanos; consumo.

### ABSTRACT:

Modern American society has fast food as one of many particular characteristics as part of its culture, of course this led to a sociocultural and historical process. Through this perspective we study the case of the McDonald's company and how it contributed to the cultural characteristic of fast food, and how it will be develop in the American community, through a type of dish that was little known at the time, but thanks to its versatility and flavor it would win the hearts of millions of Americans: the hamburger. For this analysis we use both primary and secondary sources, the latter predominate throughout our work. Finally, we consider that a contribution of our research is to shed light on this type of issues that are rarely treated from the perspective of a historical process, since in general the predominant perspective is from the field of health or structure business.

### KEYWORDS:

Burger; culture; religion; African Americans; consumption

# ¿POR QUÉ LA INDUSTRIA DE LA COMIDA RÁPIDA SE VOLVIÓ UNA PARTE FUNDAMENTAL DE LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE?: EL CASO DE MCDONALD'S EN LOS AÑOS 50-80

La industria de la comida rápida nació a mediados de los 50 del siglo pasado en los Estados Unidos. Con el paso de los años, surgieron varias empresas que se especializaron en diferentes variedades de comida, principalmente en las hamburguesas, dicha industria se ha vuelto una de las más rentables y de gran crecimiento, tanto en Estados Unidos como a nivel global. La empresa de comida rápida, McDonald's, es actualmente la empresa líder y le da empleo a cientos de miles de estadounidenses, así como otras empresas del mismo rubro.

McDonald's se ganó el prestigio que tiene, gracias a su icónica "Big Mac" o su "Happy Meal", entre otras cosas del menú que se ofrece en sus restaurantes. Con los años, esta empresa se ha ganado el corazón de millones de estadounidenses, llegando incluso a crear nuevos hábitos dentro de las ciudades norteamericanas. Estos hábitos cambiaron radicalmente la vida de millones de norteamericanos, ya que la comida rápida simplificó el proceso de ir a un restaurante,

pedir una hamburguesa, recibirla casi al instante y comerla ya sea en el establecimiento o para llevar, ahorrando así gran cantidad de tiempo a los clientes, a diferencia de haberla cocinado en casa. Uno puede ir a cualquier ciudad de Estados Unidos y con casi total certeza que uno pudiera tener, habrá un McDonald's cerca al igual que una iglesia o el Ayuntamiento ondeando la bandera de la nación, pero ¿cómo llegamos a este punto y por qué la comida rápida se volvió una parte fundamental de la sociedad estadounidense?

La industria de la comida rápida se ha estudiado mediante varios ángulos, cómo el de Eric Sholsser, donde él le da el enfoque dentro del campo médico, es decir, cómo la comida rápida cambió repentinamente y afectó para mal la salud de millones de estadounidenses, producto del alto contenido en grasas y azúcares presente en los alimentos "fast food" esto por el cambio tan repentino de los hábitos alimenticios.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Eric Sholsser , "Speedee Service" en *Fast Food Nation: The dark side of the All- American Meal*, (Nueva York: Houghton Mifflin Company, 2001), 24-39.

Por otro lado, Juliana Huergo más que enfocarse en los términos médicos, enfoca su análisis en cómo McDonald's promovió en la mente de millones de estadounidenses mediante campañas publicitarias lo cómodo que era ir a comer a uno de sus establecimientos, menospreciando la comida hecha en casa y sobre todo, cómo las campañas publicitarias dirigidas a los más pequeños marcó a varias generaciones y cómo esto con el tiempo incrementó las ganancias en la industria de la comida rápida.<sup>2</sup>

Por su parte, Daniel Gross ha estudiado a los famosos "arcos dorados" de McDonald's mediante la historia económica y empresarial, dando una explicación sobre cómo esta empresa pasó de ser un simple restaurante californiano para transformarse en una de las más grandes multinacionales del país norteamericano.<sup>3</sup> Desde otro ángulo, es importante destacar el trabajo de Sophie Roberts, ya que nos explica cómo era la dinámica de los restaurantes norteamericanos antes del auge de la industria de la comida rápida.<sup>4</sup>

Cómo ya hemos observado, hay muchos enfoques que estudian a la comida rápida y el caso de McDonald's, pero como tal, no se centran en el surgimiento de la industria de la comida rápida, transformando a la sociedad estadounidense existente; por lo que consideramos pertinente encontrar el por qué acerca de cómo se llegó a consolidar la industria de la comida rápida y cómo con el tiempo esto se llegó a convertir en uno de los principales pilares de la sociedad estadounidense que conocemos hoy en día, teniendo claro inicio de cambio a partir de los 50s. Teniendo en mente que esto es un proceso sociocultural e histórico de larga duración.

Para explicar el fenómeno de la comida rápida y McDonald's, como un producto directo de dicha industria y sobre cómo las mismas se volvieron una parte fundamental de la sociedad estadounidense. Proponemos que mediante un estudio histórico, la sociedad estadounidense - el modo de vida preexistente y sus costumbres- y las necesidades sociales que una nación en creciente desarrollo industrial, producto de la posguerra (1950-60), la nación necesitaba; comida rápida y al instante para millones de bocas hambrientas y faltas de tiempo por sus trabajos, los grandes visionarios que vieron estas necesidades, transformaron un estilo de vida ya existente, mediante nuevos hábitos alimenticios impuestos, pero esto no fue solo una casualidad, ya que esto funcionó al alinearse a los intereses, gustos e inclinaciones ya existentes de las masas "hambrientas" de la sociedad estadounidense y por ende, con el tiempo, esta industria se transformó en un pilar dentro de la sociedad estadounidense, donde

<sup>2</sup> Juliana Huergo. "¿Me encanta? Crítica ideológica al sistema alimentario McDonald's". *Fundamentos en Humanidades* XV, no. 29 (2014): 45- 72, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18447748003>.

<sup>3</sup> Daniel Gross, "Ray Kroc, McDonald's, and the Fast-Food Industry.", en *Great test Business Stories of all time*, (Nueva York: John Wiley & Sons, 1996), 176-194.

<sup>4</sup> Sophie Roberts. "McDonald's opened its first restaurant on this day in 1940, here is the original menu", News, 16 de mayo de 2017, <https://www.news.com.au/finance/business/retail/mcdonalds-opened-its-first-restaurant-on-this-day-in-1940-here-is-the-original-menu/news-story/6faeefa5989d40d5a6304cacf43269b5>

McDonald's es el mejor ejemplo de esta gran transformación, por lo que se podrá explicar cómo el estadounidense pasó del plato de sus hogares a consumir en los grandes establecimientos de los "arcos dorados".

### **UNA VISIÓN PANORÁMICA DE LOS ESTADOS UNIDOS, 1950-1969: UNA NACIÓN EN LA POSTGUERRA Y LA CONEXIÓN CON LA INDUSTRIA ALIMENTARIA**

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos experimentó un auge económico como resultado de su victoria contra los Estados del Eje en Europa, ya que, mientras la guerra en el viejo continente fueron arrasadas ciudades completas por los bombardeos, en Estados Unidos la infraestructura nacional resultó bien librada (excepto Pear Harbor) de las afectaciones y ataques de la guerra, permitiendo que al finalizar la contienda Estados Unidos fuera la potencia industrializada más importante del mundo. Esta posición privilegiada elevó el ánimo y la confianza de los americanos, quienes habían entrado a la guerra como defensores de los valores democráticos de occidente frente a las dictaduras fascistas, posición que mantendrían después contra los países comunistas durante la guerra fría; este ánimo americano de bonanza y victoria sería sintetizado en una frase del editor de la afamada revista Time, Henry Luce, quien acuñó el término de "El siglo de América".<sup>5</sup>

Durante la década de los 50s, Estados Unidos experimentó un crecimiento económico

inmenso gracias a la industrialización y a los tratados económicos con Europa, en donde extendieron créditos para ayudar a su reconstrucción, con lo que el Estado americano logró distribuir mejor la riqueza y crear un estado de bienestar, que mejoró el poder adquisitivo de los ciudadanos, con lo que se consolidó una la clase media capaz de consumir multitud de bienes y servicios, como: casas, automóviles, electrodomésticos, alimentos, etc. Esta bonanza en los salarios y el consecuente consumo de productos incentivaron la actividad económica interna de los Estados Unidos y permitieron el surgimiento de nuevas empresas proveedoras de estos bienes y servicios. A la par de esta bonanza económica, la gran cantidad de excombatientes que regresaron a sus hogares con la intención de formar familias, fomentaron el aumento en la tasa de natalidad, convirtiéndose en un fenómeno conocido como el "Baby boom", que llenó la nación americana de familias jóvenes, con un gran poder adquisitivo y deseos de consumir y adquirir todos los servicios que su nación les podía ofrecer.<sup>6</sup>

Es precisamente en esta década de prosperidad en Estados Unidos que surge, en 1953, en el estado de California, McDonald's como lo conocemos hoy en día; inspirado en el sistema de producción en serie industrial que mantuvo la producción armamentista americana, fabricando un flujo constante de miles de máquinas y suministros de guerra.

<sup>5</sup> Depto. de estado de EE.UU., "Capítulo 12: Estados Unidos en la posguerra", en *Reseña de la historia de los Estados Unidos*, (Oficina de Programas de Información Internacional), 2.

<sup>6</sup> Juana María Saucedo Soto, "Baby Boomers Una Generación Puente, Baby Boomers: A Bridge Generation", *Revista Internacional Administración & Finanzas* v. 11, no. 3 (2018): 47-56.

Para la década de los 60, E.U.A. experimentó una serie de transformaciones sociales muy importantes; en el panorama externo geopolítico, la guerra fría con la Unión Soviética, se presionaba la carrera armamentista, tecnológica y propagandística, en defensa del modelo capitalista del gobierno americano, mientras que en lo interno, el bienestar económico y el boom demográfico de la década anterior, habían permitido a las nuevas generaciones lograr acceder a servicios educativos, que sus padres no habían obtenido, influyendo esto notablemente en que los grupos sociales subordinados e invisibilizados, comenzaran a exigir y luchar públicamente por sus derechos civiles; así la comunidad afroamericana iniciara la lucha pública contra la segregación racial, por su parte, el movimiento feminista buscó la igualdad entre los sexos y el derecho libre a la reproducción. Los estudiantes se movilizaron para exigir cambios sociales y la contracultura juvenil vino a poner en cuestionamiento el status quo de la sociedad americana.<sup>7</sup> Junto con esta efervescencia social, en la década de los 60s la televisión, se convirtió en el mejor difusor de ideas que tenían acceso a la mayor parte de las familias americanas, ya que en ella recibían las noticias más relevantes sobre la situación del país, el entretenimiento más novedoso y también los comerciales de las empresas más importantes, como McDonald's<sup>8</sup>, que impactaron profundamente

en la cultura y a los hábitos de consumo de los ciudadanos. Ya con una década de existencia de McDonald's, la sociedad estadounidense se había transformado en una sociedad de consumo en plena regla. En este contexto de cambios sociales junto con el impacto de las nuevas tecnologías, se propició por primera vez el surgimiento de grandes empresas de la comida rápida, dedicadas únicamente a los servicios de comida con un menú uniforme, por lo que está constante, uniformidad en los servicios ofrecidos y la rapidez del modelo de la comida rápida, ocasionó en la sociedad estadounidense que abrazara a estas empresas para que formaran parte de sus vidas y su cultura.

### **MCDONALD'S: LA RESPUESTA A ALGUNAS NECESIDADES SOCIALES**

McDonald's tuvo tanto éxito en la sociedad estadounidense, ya que dio la solución a algunas necesidades sociales. Primero, en California, el 15 de mayo de 1940 este restaurante fue creado por los hermanos Maurice y Richard McDonald's, los cuales iniciaron una revolución en la industria alimenticia años después. Los restaurantes no habían cambiado sus modos de operar después de la gran depresión, donde la gente se dedicó a vender comida variada en restaurantes familiares para mantenerse a flote económicamente, pero con la creación de un restaurante como McDonald's constituido como empresa, fue un cambio importante. Posteriormente, McDonald's en 1953, inicialmente tenía 27 variedades en el menú, pero se decidió enfocarse en las hamburguesas para agilizar el proceso de creación de las mismas, y con esto trajo múltiples beneficios a dar solución a algunas

<sup>7</sup> Patricia De los Ríos, "Los movimientos sociales de los años sesenta en Estados Unidos: un legado contradictorio" *Sociológica*, vol. 13, núm. 38 (1998): 13-30, <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026670002.pdf>

<sup>8</sup> Patricia De los Ríos, *Los movimientos sociales de los años sesenta en Estados Unidos: un legado contradictorio*, 7.

necesidades sociales; la gente quería comida rápida, sabrosa y barata, por lo que al agilizar y refinar los procesos, McDonald's podía ofrecer una hamburguesa barata, accesible a todo público y rápida. Era creada en un aproximado de 30 segundos en un proceso por etapas. La primera etapa era la parrilla, donde 2 cocineros preparaban la carne para posteriormente freírla, el segundo proceso era el preparado, donde otras 2 personas debían de poner al pan de la hamburguesa 2 pepinillos, cebolla, ketchup y mostaza en una cantidad exacta ayudados con algunos dispensadores de condimentos que inventó la misma empresa. El último paso era el armado, donde 3 personas "armaban" la hamburguesa para entregarla al mostrador donde se pidió la orden, todo lo anteriormente mencionado, se realizaba en un lapso de 30 segundos por hamburguesa, como se dijo al inicio. Además, esto creaba una uniformidad en el proceso, y en consecuencia, todas las hamburguesas tuvieron el mismo sabor y tamaño; esto para que los clientes tuvieran la misma experiencia de comer una hamburguesa en McDonald's a diferencia en otros restaurantes donde el sabor y tamaño podía ser variable. Ante esto, la concurrencia habitual a los arcos dorados, crearon hábitos nunca antes vistos en la sociedad estadounidense.

Cómo ya vimos, McDonald's implementó a sus restaurantes un modelo de producción de masas, aparte, con antelación. Los hermanos McDonald's diseñaron a la medida sus restaurantes, dicha organización constó en dividir eficientemente las partes de la cocina y los espacios del restaurante, para así lograr la mayor rapidez posible, cómo quitar el servicio a los autos con meseras en

patines -costumbre de los restaurantes de la época-, para así poder pagarle al menor número de personas, aparte de que era de muy mal gusto ver cómo algunas las toqueteaban y las personas que miraban esto, y no preferían pasar a dicho restaurante. Además, se quitaron las rocolas y los expendedores de cigarros para así poder alejar al mayor número de "gente no deseada y sabandijas", esto para poder crear un ambiente familiar, acogedor y agradable en los establecimientos McDonald's.

Los hermanos McDonald's tomaron un modelo preexistente del restaurante típico de los 40 -con raíces de los restaurantes de la gran depresión- en los Estados Unidos, para transformarlo totalmente, y en especial, años después bajo el mando de Krock, él tuvo la perspicacia de notar que en cada pueblo, comunidad y ciudad estadounidense, había iglesias, ayuntamientos y banderas de la nación como común denominador, pero él quería ir más allá, implementando a la sociedad su McDonald's como parte de la misma, todo apoyado con el sistema de franquicias. Con dicho sistema de McDonald's, la gente vio totalmente algo novedoso en él a comparación de otros restaurantes contemporáneos. Ahora, los clientes tenían que pedir su comida directamente en el mostrador -a falta de meseras-, comer una hamburguesa en un papel, sin cubiertos ni platos y mejor aún, poderlas llevar a cualquier parte donde se apeteciera comer, si no apetecía comer al interior del establecimiento -más fácil no podría ser comer una apetitosa hamburguesa-, en este sentido, McDonald's, aparte de dar solución a algunas necesidades sociales cómo comida rápida, rica y barata,

paralelamente, crearon nuevas costumbres en los estadounidenses -cabe decir que también, dicho éxito fue gracias a la familiaridad de los ingredientes empleados en las hamburguesas, muy comunes en las cocinas americanas como la mostaza, la carne de res o la ketchup-, por lo que con estas estrategias de McDonald's, la empresa se creó un lugar entre los corazones de millones de estadounidenses.<sup>9</sup>

### **LOS MENÚS “ADAPTATIVOS” PARA UNA SOCIEDAD CON DIFERENTES COSTUMBRES**

Sabemos que McDonald's actualmente forma parte del oligopolio de la industria de comida rápida, ya se ha mencionado su historia, pero su éxito empresarial se debe a muchos aspectos, aparte de los ya mencionados, tanto estrategias comerciales como culturales; las empresas para poder crecer, tienen que realizar diferentes análisis, para ver si es conveniente un cambio o alguna innovación, hacer un análisis de mercado, cultural, social, etc; todo lo que les permita mantener la estabilidad, posicionamiento y el crecimiento futuro de la empresa, permitiendo permanecer en el mercado. McDonald's no es la excepción en esto, sus menús han tenido varios cambios, implementaciones a través de las décadas, haciendo análisis de mercado en zonas geográficas específicas, ajustándose a la cultura de muchas personas; pero no solo lo han visto en la parte alimenticia, sino también en la parte económica, tratando de mantener precios accesibles para los diferentes integrantes de la sociedad estadounidense, pero, ¿cuáles son los cambios que ha tenido el

menú de McDonald 's para adaptarse a la sociedad estadounidense?<sup>10</sup>

Ya se mencionó anteriormente que el primer McDonald's se abrió en California, el 15 de mayo de 1940 por los hermanos Maurice y Richard McDonald, pero su idea principal no estaba por completo en las hamburguesas, aunque sí estaban en el menú principal. La idea principal era la barbacoa; los hermanos cocinaban la carne a fuego lento durante horas en una parrilla llenas de chips de nogal americano que importaban desde Arkansas. Aún con los ingresos que se estaba teniendo con la venta de barbacoa, se dieron cuenta de que las hamburguesas representaban el 80% de ventas, por lo que para 1948 se realizó el primer cambio en el menú, reduciendo el menú a solo hamburguesas a 15 centavos, refrescos, malteadas o café con papas fritas o una rebanada de pastel. A partir de ese momento, se empezaron a aplicar diferentes cambios, como en el periodo de 1949 a 1961, con la implementación de papas fritas estandarizadas con tiempo de cocción a 475 grados Celsius por 2:30 minutos en promedio. Otro cambio interesante en el menú de McDonald's fue entre 1962 y 1966, en el área de Cincinnati, específicamente en Monfort Heights, en donde un 87% de la población era católica, por lo que en viernes los adultos debían abstenerse de comer carne de res. En ese entonces, Lou Groen, encargado de abrir el McDonald's en esta área, se encargó de buscar una solución a este problema, poniendo en el menú dos sándwiches-hamburguesas con una base de

<sup>9</sup> *El fundador*, dirigida por John Lee Hancock, 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=gKdSGHggEgk>, consultado el 1 de octubre de 2021.

<sup>10</sup> "Our History", Corporate McDonalds, Consultado el 27 de agosto de 2021, <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-company/who-we-are/our-history.html>.

pescado con el nombre "Filet-O-Fish" y otra opción de sándwiches-hamburguesas era con una base de pescado junto con una rodaja de piña reemplazando a la carne de res, con el nombre "Hula Burger", pero el "Filet-O-Fish" obtuvo el mayor número de ventas, volviéndose parte del menú principal del establecimiento local, con el paso de los meses McDonald's lo implementó a nivel nacional.<sup>11</sup>

Posteriormente, se empezó a estudiar que las hamburguesas debían ir cambiando para llegar a más personas y sus culturas, por lo que se empezaron a implementar nuevas hamburguesas, con diferente carne, o más grandes, como la famosa "Big Mac" creada por Jim Delligatti, el cual abrió su primer restaurante McDonald's en Pittsburgh en 1957. La razón de creación de la "Big Mac" se debió por la alta venta que tenían los sándwiches de 2 pisos en los Estados Unidos, por lo que Delligatti decidió agregar a la hamburguesa tradicional dos rodajas de carne, lechuga, queso, encurtidos y cebolla en un panecillo. Esta combinación produjo un éxito continuo, por lo que finalmente se le dio distribución a nivel nacional.

Otra innovación que se tuvo fue a partir del desayuno, ya que Herb Peterson, propietario de un McDonald's en Santa Bárbara, California, consideró que la cadena de comida rápida podría tener un éxito mayor si se implementan los desayunos, por lo que surgió en 1970 el desayuno "Egg McMuffin", el

cual consistía en mantequilla y queso encima de un huevo, junto con tocino canadiense, todo entre un muffin inglés; y para 1981, el desayuno "Egg McMuffin" representaba casi el 20% de las ventas del McDonald's.

En 1979, McDonald's decidió empezar a atraer a un público más joven, volviéndose una cadena de comida rápida, que muchos tendríamos en los recuerdos de la infancia, con su famoso menú para niños, denominada como "The Happy Meal" o "la Cajita feliz". Todo los niños esperaban encontrar un juguete dentro de la caja, esto, obviamente alegraba un poco más el día. Para 1983, se agregaron los "Chicken McNuggets", aunque el propósito de agregar los McNuggets se debió principalmente a la cantidad de carne de pollo que se consumía en la sociedad estadounidense fue aumentando.

Pareciera que todo había sido perfecto hasta este punto, pero McDonald 's también llegó a tener problemas con algunos menús que sacaban, producto del cambio de perspectivas que se empezaba a tener en torno a la salud y su relación con la comida. Por lo que, en 1986 se empezó a agregar ensaladas a los menús; de igual forma, se trató de agregar otro tipo de comida rápida, como la pizza, la cual estaba teniendo una gran popularidad, y aunque trataron de agregarla a sus menús, la gente ya tenía un concepto preestablecido de la esencia de McDonald's como el restaurante de hamburguesas, no de pizzas, por tal motivo la empresa decidió quitarlas de su menú para nunca volver.

A pesar de estas, y aún más problemáticas presentadas, McDonald's siguió buscando formas de mejorar su menú para

<sup>11</sup> Andrew Sheldon, "What McDonald's Menu Looked Like The Year You Were Born", Mashed, 1 de diciembre de 2020, <https://www.mashed.com/290813/what-mcdonalds-menu-looked-like-the-year-you-were-born/>.

atraer más clientes, y lograr abrir más franquicias en Estados Unidos, logrando ser una de las cadenas rápidas más reconocidas en la sociedad estadounidense y con el paso de los años, la empresa dio un gran salto al consolidarse en una multinacional y lograr posicionarse en 119 países con más de 34.000 restaurantes.

### **MCDONALD'S Y LOS AFROAMERICANOS: RESOLVIENDO ALGUNOS INTERESES SOCIALES.**

McDonald's tiene una compleja historia atada a las comunidades afroamericanas, que se remonta a la era de la luchas por los derechos civiles, por un lado se estaba probando un modelo empresarial nunca aplicado a la industria de la comida rápida; las franquicias, y por el otro lado, se cuestionaba la equidad e igualdad en el sector empresarial, sin embargo, en la historia de las comunidades afroamericanas y su relación con los arcos dorados no se caracterizó por la disparidad, sino más bien, estos establecimientos representaron una oportunidad económica y política (en cuestión de poder) para los ciudadanos afroamericanos.

Después del asesinato de Martin Luther King Jr. en 1968, el activismo tomó un rumbo diferente en donde el emprendimiento empresarial afroamericano era visto como el camino a la igualdad<sup>12</sup>. Posteriormente, tanto los activistas por los derechos civiles, McDonald's, empresarios afroamericanos, celebridades y burócratas formaron una alianza poco común en la sociedad

<sup>12</sup> Patricia De los Ríos, *Los movimientos sociales de los años sesenta en Estados Unidos: un legado contradictorio*, 3.

estadounidense, en aquel entonces, se tenía la creencia compartida que a través del establecimiento de franquicias de McDonald's, bajo la propiedad de afroamericanos, en sus comunidades, se podría mejorar la calidad de vida y, por ende, volviéndose parte de su estilo de vida. Además, de que un establecimiento de McDonald's atrajera a su vez otros negocios e inversiones a La comunidad

La decisión de McDonald's, de incluir al negocio a los afroamericanos, fue producto de una gran influencia por parte de personas importantes de la comunidad afroamericana, que conscientes de la tensión social producto del asesinato de Martín Luther King, apostaron por resolver de forma incisiva los problemas sociales y económicos que perjudicaban a la comunidad afroamericana por medio de los negocios; en el ámbito económico, este periodo también coincidió con la realización de estudios que realizaron otras compañías al incursionar al internamiento de los consumidores afroamericanos, pues se trataba de un mercado creciente que podría generar muy buenas ganancias.

Los afroamericanos, con ayuda de créditos federales dirigidos absolutamente a los centros urbanos, los empresarios afroamericano abrieron los primeros McDonald's con las esperanzas puestas en esta idea de alcanzar la igualdad por medio del trabajo. Los pioneros de las franquicias afroamericanas tuvieron un éxito singular que quedó hasta el nuevo milenio, pues para el año 2000, en los restaurantes McDonald's manejados por afroamericanos reportaban números muy positivos en sus ventas y para los mismos afroamericanos, la comida rápida fue una oportunidad para los emprendedores

de la comunidad a quienes se les habían cerrado las puertas a otros campos de la industria alimentaria, solo por el color de su piel<sup>13</sup>.

La inclusión que iniciaron los arcos dorados a finales de los 60, a su vez creó un esquema publicitario enfocado principalmente hacia la comunidad afroamericana, esto por el interés cómo una población de consumidores que debía ser atendida y para esto, manejaron el concepto de una versión más inclusiva de la historia estadounidense, con el lema "Soul of a nation", para que esté justamente coincidiendo con el establecimiento del "black history month" que recientemente se había reconocido por la casa blanca, la cual buscaba reivindicar la cultura afroamericana y con ella su historia, por lo que McDonald's, a través de imágenes publicitarias construyeron una nueva narrativa histórica que sería importante para la perpetuidad de su negocio en las comunidades afroamericanas y por ende, en la sociedad estadounidense.

## CONCLUSIONES

Los grandes visionarios que vieron las necesidades sociales de su tiempo, cómo los hermanos McDonald, transformaron un modelo restaurantero ya existente, un estilo de vida y crearon nuevos hábitos, pero esto no fue solo una casualidad, ya que esto funcionó al alinearse a los intereses, gustos e inclinaciones ya existentes de las masas "hambrientas" de la sociedad estadounidense y por ende, con el tiempo, esta industria se

transformó en un pilar fundamental dentro de la sociedad, donde McDonald's es el mejor ejemplo de esta gran transformación, por lo que el estadounidense pasó de comer del plato de sus hogares a consumir en los grandes establecimientos de los "arcos dorados", del cual, su éxito fue multifactorial y el resultado del mismo lo podemos ver hoy en día.

## REFERENCIAS:

Chatelain, Marcia. *Franchise: The Golden Arches in Black America*. Nueva York: liveright publishing corporation, 2020.

Depto. de estado de EE. UU., "Capítulo 12: Estado Unido en la posguerra". En *Reseña de la historia de los Estados Unidos*, 2. Oficina de Programas de Información Internacional.

De los ríos, Patricia, Los movimientos sociales de los años sesenta en Estados Unidos: un legado contradictorio. *Sociológica*, vol. 13, núm. 38, (1998): 3-30. <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026670002.pdf>.

Gross, Daniel, "Ray Kroc, McDonald's, and the Fast-Food Industry". En *Great test Business Stories of all time.*, 176-195. Nueva York: John Wiley & Sons, 1996.

Hancock, John Lee, dir. *El fundador*, agosto 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=gKdSGHqgEgk>

Huergo, Juliana, "¿Me encanta? Crítica ideológica al sistema alimentario McDonald's." *Fundamentos en Humanidades XV*, no. 29 (2014): 45-72. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18447748003>.

<sup>13</sup>Patricia De los Ríos, *Los movimientos sociales de los años sesenta en Estados Unidos: un legado contradictorio*, 11.

"Our History". Corporate McDonald's. Consultado el 27 de agosto de 2021: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-company/who-we-are/our-history.html>.

Roberts, Sophie. "McDonald's opened its first restaurant on this day in 1940, here is the original menu". News, 16 de mayo de 2017. <https://www.news.com.au/finance/business/retail/mcdonalds-opened-its-first-restaurant-on-this-day-in-1940-here-is-the-original-menu/news-story/6faeefa5989d40d5a6304cacf43269b5> .

Saucedo Soto, Juana María. "Baby Boomers Una Generación Puente, Baby Boomers: A Bridge Generation". *Revista Internacional Administración & Finanzas* v. 11, no. 3 (2018): 47-56.

Sheldon, Andrew. "What McDonald's Menu Looked Like The Year You Were Born". Mashed. 1 de diciembre de 2020. <https://www.mashed.com/290813/what-mcdonalds-menu-looked-like-the-year-you-were-born/>.

Sholsser. Eric, "Speedee Service". En *Fast Food Nation: The dark side of the All-American Meal*, 24-39. Nueva York: Houghton Mifflin Company, 2001.



## **Carla Angelica Sarabia Orozco**

ORCID: 0000-0001-5541-361X

d8malek@gmail.com

Estudiante de la licenciatura de Historia de la división de Ciencias Sociales y Humanidades en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Actualmente en el 9no trimestre. Con un curso realizado en cursera sobre el Valle de los Reyes. Y siendo de principal interés la representación de la historia a través del sexto y séptimo arte, así como la representación a través del manga. Así como también de la historia japonesa teniendo un enfoque en la relación bilateral con México y el imperio del Japón.



## **Javier Rivera Rivera**

ORCID: 0000-0002-7979-2105

kappertonhatt@gmail.com

Javier Rivera Rivera de 20 años es estudiante de la licenciatura de historia en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) de la unidad Iztapalapa (Ciudad de México). Tiene un nivel de inglés B1+, francés A2 y portugués A1. Ha completado 9 cursos de diferentes universidades internacionales en modalidad virtual en la plataforma Coursera y 1 en modalidad virtual por El Colegio Mexiquense. Ha participado en una ponencia sobre historiografía mexicana del siglo XXI en modalidad virtual en la UAM.



## **Alejandra Patricia Ruiz Sosa**

ORCID: 0000-0001-9409-0622

alejandrasosaks@gmail.com

Soy estudiante de noveno trimestre dentro de la licenciatura en Historia, división de Ciencias Sociales y Humanidades, en la Universidad Autónoma Metropolitana, mis preocupaciones fundamentales giran en torno a la historia social con un énfasis particular en la historia cultural y la historia de la moda. Mis trabajos favoritos se han enfocado en la historia de la moda de la contracultura punk en Inglaterra y la importancia del matrimonio para la sociedad durante el Antiguo Régimen.



## **Cuauhtzin Daniel Morales Betanzos**

ORCID: 0000-0003-0818-4732

cuauhtzin.i@gmail.com

Cuauhtzin Daniel Morales Betanzos, nació en la ciudad de México el 25 de octubre de 1994. Es estudiante de la licenciatura de Historia en la Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa, en donde se concentra en temas de investigación a nivel licenciatura de historia mesoamericana y colonia Novohispana.