

Alimentación y cultura: reflexiones desde la Antropología

Jesús Contreras

ALIMENTACIÓN Y CULTURA

Durante los últimos años, en España, estamos asistiendo al desarrollo de un interés cada vez mayor por los temas relativos a la nutrición, nutrición y salud, y a la alimentación en general. Este interés aparece, sobre todo, en dos campos considerablemente diferenciados: los de la nutrición y dietética por un lado, y el de la tecnología de la producción de alimentos por otro. Estos dos campos, a su vez, refieren a dos preocupaciones esenciales para cualquier país; la de la salud y la de la economía. En este sentido, podría afirmarse, como ha hecho Fischler (1979, pp. 207-208), que el Estado, por una parte, y la Ciencia (representada en este caso por la medicina, la agronomía, la biología y, también, la economía), por otra, tienden cada vez más a afirmar su competencia y su influencia sobre las conductas alimentarias. Es cierto, sin embargo, que las prescripciones médicas no constituyen una novedad: el "régimen", precisamente, constituye una terapéutica fundamental y, desde tiempos muy antiguos se han mantenido relaciones muy estrechas entre estética culinaria y dietética y entre alimento y medicamento. Téngase presente, por ejemplo, que la palabra "receta" se utiliza indistintamente para un preparado farmacológico y para un preparado culinario. Sin embargo, las prescripciones alimentarias de la medicina moderna son de orden profiláctico y no sólo terapéutico. Se trata, además, de prescripciones de uso colectivo y no ya sólo individual: y se transmiten a través de los medios de comunicación de masas y ya no sólo a través de la consulta particular; y por las políticas estatales de prevención y no solamente por las clínicas. En efecto, cada vez más, el Estado tiende, o al menos lo pretende, imponer la aplicación de reglas alimentarias ordenadas por los médicos, y por los economistas, inaugurando, así, la era de la prescripción alimentaria de masas mediante recetas médico-ministeriales.

En nuestra opinión, un interés por la nutrición y por la alimentación orientado exclusivamente por la preocupación dietética y por la economicista puede ignorar muchas de las concomitancias que tiene un fenómeno tan complejo como el de las pautas alimentarias de una sociedad (interesa no sólo lo que se come, sino, también, por qué se come lo que se come, y cómo, y cuándo, y dónde y con quién y, otra vez, el por qué de todo ello. E interesa, también, lo que no se come y por qué no se come lo que no se come siendo comestible). Ignorar esas concomitancias puede provocar la incompreensión de determinadas conductas alimentarias y, consecuentemente, calificarlas de irracionales, dietética y/o económicamente, por el sólo hecho de no haber sabido percibir su razón de ser. Pero, además, esa ignorancia puede provocar el fracaso de determinadas actuaciones, sea en el campo de la salud pública o en el de la planificación económica. Asimismo, esa ignorancia puede llevar a la inhibición de los organismos públicos en relación con los contenidos de la publicidad (directa o indirecta) de algunos alimentos en particular o con las prescripciones masivas de determinados tipos de régimen, sobre todo de los adelgazantes, hasta el punto de hacer inútil una política de prevención sanitaria, cuyos objetivos, por ejemplo, estén en contradicción (algo perfectamente plausible) con determinados mensajes publicitarios.

Algunas consideraciones y ejemplos, referidos, indistintamente, a la nutrición y a la economía, pueden ayudar a justificar las afirmaciones anteriores. Es muy probable, como señalara Barthes, p. 981, que las unidades que son socialmente significativas en relación a la alimentación coincidan sólo muy raramente con los productos alimenticios que la economía y la dietética tienen por costumbre manejar. En nuestra sociedad, el pan por sí solo, por ejemplo, hoy en día, sobre todo cuando empiezan a proliferar las llamadas "boutiques del pan", no constituyen una unidad significativa en absoluto. Resulta muy poco indicativo, por ejemplo, afirmar que los españoles consumen 167 gramos de pan por habitante¹ y día ó 60,7 kilogramos por habitante y año (53 kg en las áreas metropolitanas². Es necesario descender hasta algunas de sus variedades ("pan blanco", "pan normal", "pan de molde" ("inglés"), "pan integral", "pan de barra", "bollo", "pan de payés", "pan sin colesterol", etc.), para saber qué es exactamente

¹ Conviene recordar aquí lo que señalara Trémolières (1975, 138-142) en relación a las encuestas sobre el consumo alimentario. Decía Trémolières que estas encuestas son caras e inútiles porque se parte de una hipótesis generalmente falsa en la medida en que pretenden expresar el consumo, representativamente, en valores estadísticos, los cuales sólo serían utilizables por los economistas. En la mayoría de los países, el hombre come en familia, y la mayoría de las encuestas sobre alimentación se realizan sobre una persona por familia, independientemente del sexo, de la edad, del trabajo que realiza, etc.

² Datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España relativos a los años de 1986-1987 (Cf.: Dirección General de Política Alimentaria, 1988).

lo que se consume. Desde un punto de vista económico, cada una de estas variedades puede tener un precio muy diferente; mientras que, desde el punto de vista del valor nutritivo, la composición de cada una de estas variedades puede ser poco o muy diferente.

Otro ejemplo (extraído de Farb y Armelagos, 1985), y en un sentido distinto: imaginemos que un restaurante expresara su menú familiar del día, para cuatro personas, en los siguientes términos:

838.4	gramos de agua
97.0	gramos de proteínas
165.9	gramos de hidratos de carbono
96.6	gramos de grasas
2.6	gramos de sodio
2.6	gramos de potasio
2.5	gramos de fibras brutas
307.8	miligramos de calcio
998.0	miligramos de fósforo
15.0	miligramos de hierro
0.8	miligramos de tiamina
1.1	miligramos de riboflavina
22.7	miligramos de niacina
53.5	miligramos de vitamina C
4.042,0	unidades internacionales de vitamina A

Y, además, vitamina B6 y B12, ácido fólico, vitaminas D y E, magnesio, zinc y otros minerales...; en total, por otra parte, algo menos de 8.000 calorías a repartir entre cuatro personas. Todo ello al módico precio de unas doce mil pesetas, servicio incluido. No creemos que dicho restaurante, anunciando su menú en esta forma tuviera mucha clientela y no porque los clientes no hubieran de conocer el "valor" nutritivo de los nutrientes citados. En realidad, lo que acabamos de expresar es la descomposición que el aparato digestivo realizaría de una cena que, para muchos norteamericanos, constituye una "delicia gastronómica": un coctel de gambas, seguido de un entrecot guarnecido con patatas hervidas a la crema amarga, todo ello acompañado con panecillos calientes y mantequilla, y luego seguido de una ensalada condimentada con una vinagreta a la francesa y terminado con una tarta de manzana, sin olvidar el vino y, al final, el café. Los mismos alimentos nutritivos de esta cena, según la descomposición que hemos recogido, podrían obtenerse, también, de una serie de productos sencillos, no cocinados, adquiribles en el supermercado y en la farmacia: 182 gramos de proteínas líquidas, 28 gramos de sal, alrededor de 160 gramos de azúcar, algo menos de 80 gramos de grasa, 1 litro de agua mineral y un corto, etc. El costo total de todos estos elementos apenas alcanzaría las 400 pesetas. Pero, por otro lado, tampoco creemos que, a

pesar de la escasa suma por la que se podría “nutrir” a cuatro personas, a nadie se le ocurriera agasajar con una cena así a sus invitados y ni siquiera a sus familiares más próximos en la cotidianidad más íntima.

En otras palabras, como señalan Farb y Armelagos, p. 28, “el apetito cultural que manifestamos por una cena sabrosa y variada, preparada de un modo refinado, no tiene estrictamente nada que ver con los procesos digestivos —en la medida en que nuestros alimentos favoritos continúen procurándonos las calorías y los elementos nutritivos esenciales para nuestra subsistencia—”. En efecto, la alimentación no es, y nunca lo ha sido, una mera actividad biológica. La comida es algo más que una mera colección de nutrientes elegidos de acuerdo a una racionalidad estrictamente dietética o biológica. Tampoco sus razones o sus implicaciones son meramente económicas. “Comer” es un fenómeno social, mientras que la nutrición es un fenómeno de la salud. Si bien, en ocasiones presentan asociaciones importantes, en otras muchas se trata de fenómenos completamente disociados, incluso antagónicos. Algunas observaciones resultan significativas al respecto. Los niños y jóvenes de las escuelas norteamericanas saben exactamente qué responder cuando se les pregunta acerca de los componentes nutritivos de una determinada dieta. Pueden recitar, por ejemplo, una lista de alimentos ricos en vitaminas y minerales. Sin embargo, este conocimiento “intelectual” no se refleja en su propio comportamiento alimentario. Y la situación entre los jóvenes de la “High School” no es muy diferente (Fieldhouse). En efecto (Schuchat), la *junk-food* es un tipo de comida característica de los adolescentes norteamericanos. La *junk-food* debe ser considerada dentro del contexto de una experiencia social que incluye música, ruido y compañía. En la medida en que, en las comidas estructuradas o regulares, estos elementos están ausentes, los “teenagers” encuentran que la “experiencia social” está negada. Las pautas alimentarias seguidas por estos jóvenes, en Norteamérica (basadas en el consumo de hamburguesas, pizzas, patatas fritas y bebidas edulcoradas) ha llegado a alarmar a los nutricionistas. Sólo, dice Schuchat, cuando los “bares de ensaladas” lleguen a ser lugares “de moda” para reunirse, cabrá esperar cambios más o menos drásticos en los hábitos alimentarios de los adolescentes.

En definitiva, las “unidades alimentarias” que resultan significativas desde un punto de vista sociocultural, y que son las que normalmente orientan el comportamiento y las decisiones de los consumidores, son mucho más sutiles que las unidades manejadas habitualmente por los nutricionistas, por los economistas y por los planificadores en general. Y, sobre todo, dependen de “recortes” que la producción ignora: el *significado* puede dividir un producto que parece “único”, como hemos visto en el caso del “pan”. Y es que el *significado* de los alimentos no se elabora tanto en el nivel de su producción como en el de su transformación y consumo.

A excepción de algunos pocos productos de lujo, de los que importa más su precio que el aspecto (caviar, trufas, etc.), no hay ningún alimento que tenga un significado derivado exclusivamente de las características intrínsecas sino que dicho significado depende de las asociaciones culturales que la sociedad le atribuye. Consecuentemente, ignorar estas concomitancias culturales puede provocar el fracaso de los proyectos o intentos de intervenir sobre las pautas alimentarias de una determinada sociedad o grupo de población. El consumo del café, en nuestro país, y en otros muchos, constituye un ejemplo parcial, pero adecuado, de lo que queremos expresar. El café ya no es consumido tanto como un “estimulante” (Michelet responsabilizaba al café de la “Revolución francesa”), independientemente de que también sea consumido por esa razón, sino, paradójicamente, como un “relajante” que acompaña o está presente o sirve de pretexto para los momentos de mayor sociabilidad: las pausas en el trabajo, la recepción de las visitas, etc. Hasta tal punto es así, que la palabra *café*³ se ha convertido, en ciertos contextos, en sinónimo de “descanso” o de “pausa” (la “hora” del café, el “break”, etc.). Así parece atestiguarlo, por otra parte, la publicidad más reciente de diferentes marcas de café. Todo ello expresa, como señala Barthes, p. 986, que el café es sentido más como una “circunstancia” que como una “substancia”: constituye una ocasión reconocida para suspender el trabajo⁴, al mismo tiempo que dicha suspensión es referida a un protocolo preciso de restauración. Podría decirse que lo que restaura es, al mismo tiempo, y sin poder separar una cosa de la otra, el café y la pausa, como si se tratara de una “restauración” fisiológica y psíquica de modo simultáneo e indisoluble.

Las consideraciones anteriores pueden ayudarnos a tomar conciencia de la extrema complejidad del hecho alimentario. Y esta complejidad obliga a tomar en cuenta cuestiones muy diversas, de carácter biológico, ecológico, tecnológico, económico, social, político, ideológico.

En primer lugar: el ser humano es un ser *omnívoro* (Fischler, 1979 y 1990). Ello significa que tiene la libertad de la elección, pero, también, el condicionamiento de la variedad. Al ser así, interesa preguntarse: esta elección ¿cómo se ejerce? y este condicionamiento ¿cómo se sufre?, ¿por qué comemos lo que comemos y no otra cosa?, ¿por dónde pasa la línea divisoria entre lo comestible y lo no comestible?, ¿o entre lo “apetitoso”

³Lo mismo podría decirse de otras palabras como, por ejemplo, “bocadillo”. La “hora del bocadillo” (o habría que decir, para ser más exactos, la “media hora del bocadillo”), puede ser objeto de duras negociaciones en los convenios de fábrica o de empresa. Ello pone de manifiesto que el “contexto” el “ambiente” o las circunstancias para “ingerir” el bocadillo son tanto o más importantes como el bocadillo mismo.

⁴La duración de las pausas en el trabajo, la “hora del bocadillo” o del “tea-break” pueden ser objeto de duras negociaciones entre empleadores y trabajadores e, incluso, de importantes huelgas según ha documentado Batstone para Inglaterra (1983, 46).

y lo “vomitivo”? En efecto, como señala Barrau, p. 329, todo lo que es “consumible” por los seres humanos no es consumido necesariamente. En ocasiones, la selección de alimentos que una determinada sociedad realiza en un momento dado entre los diferentes recursos a los que tiene acceso y “comestible” puede explicarse por razones tecnológicas y económicas; también puede ser cuestión de “gusto”; pero, a menudo, es una simple cuestión de “creencias” relativas a la bondad o maldad atribuidas a tal o cual alimento; o puede referir al “estatus” de los alimentos en el seno de los sistemas de organización y de funcionamiento de la naturaleza que las sociedades humanas han elaborado a lo largo de su historia. Y, en este punto, muchos de los pasos seguidos por una sociedad o cultura no siempre han estado guiados por la ciencia o por la razón. En este sentido, no puede dejar de llamar la atención la irracionalidad, al menos aparente, del hecho de que personas puedan haber muerto de hambre antes que haber comido alimentos no familiares o desconocidos para ellas, aunque sí considerados como comestibles por otras culturas ¿cuántos de nosotros, por ejemplo, aún completamente hambrientos, aceptaríamos lo que para los tuareg constituye el manjar más exquisito: los ojos del cordero? Esta circunstancia, en cualquier caso, parece ser una característica profundamente humana y nos remite a la necesidad de subrayar, cuando nos interesamos por comprender globalmente el fenómeno de la alimentación, la función que ésta juega en la identidad individual y grupal; en ocasiones mucho más importante, incluso, que la función de sobrevivencia. Como señala Back (1977, 31-33), incluso, en nuestra sociedad moderna y “racional”, en la que supuestamente sólo se reconoce una evaluación bioquímica de la nutrición, la comida proporciona importantes aspectos de *identidad sociocultural*. En la mayoría de las sociedades, comer es esencialmente una actividad social. Los modos cómo son preparados y servidos los alimentos, los alimentos concebidos especialmente para ser compartidos con otras personas, las maneras cómo nunca serían utilizados... todo ello expresa los modos mediante los cuales los individuos de cada sociedad o grupo particular proyectan sus identidades. “Dime qué comes y te diré quién eres”, afirmaba Brillat-Savarin, y después de él otros muchos. Diferentes preferencias en las formas de preparación de las comidas, así como diferentes preferencias y aversiones sobre determinados alimentos proporcionan una identidad, no sólo en el sentido de expresar la pertenencia a un determinado grupo, sino también, en el de pedir atención en variadas circunstancias sociales, pues la “demarcación de uno mismo se establece más rápidamente y mejor mediante la expresión o exhibición de determinados contrastes entre uno mismo y los demás.

En el acto de la alimentación, el hombre biológico y el hombre social o cultural están estrechamente ligados y recíprocamente implicados. En efecto, en este acto pesa un conjunto de condicionamientos múltiples y ligados por complejas interacciones: condicionamientos y regulaciones de

carácter bioquímico, termodinámico, metabólico, psicológico; presiones de carácter ecológico; pero, también, pautas socioculturales, preferencias y aversiones individuales o colectivas, sistemas de representaciones, sistemas de normas, códigos (prescripciones y prohibiciones, asociaciones y exclusiones), "gramáticas culinarias", etc. Todo ello influye en la elección, la preparación y el consumo de alimentos (Fischler, 1979: 1).

El hecho de comer, como han señalado, entre otros, Farb y Armelagos, p. 10, está indisolublemente ligado tanto a la biología de la especie humana como a los procesos adaptativos empleados por los humanos en función de sus particulares condiciones de existencia, variables, por otra parte, en el espacio y en el tiempo. Conocer los modos de obtención de los alimentos y quién y cómo los prepara aporta una masa considerable de informaciones sobre el funcionamiento de una sociedad. Asimismo, cuando descubrimos dónde, cuándo y con quién los alimentos son consumidos, estamos en condiciones de deducir, al menos parcialmente, el conjunto de las relaciones sociales que prevalecen dentro de esa sociedad; porque, en definitiva, los hábitos alimentarios son una parte integrada de la totalidad cultural. Por esa misma razón, su estudio nos introduce en la investigación de la cultura en su sentido más amplio. Y ese estudio exige, a su vez, tener en cuenta el conjunto de los sistemas culturales, compuestos por tres sectores interrelacionados: 1) el sector técnico-económico-ambiental, que refiere al modo según el cual el sistema cultural se adapta a su hábitat y extrae, transforma, distribuye y consume el alimento y las demás formas de energía; 2) la estructura social, que permite describir cómo se mantienen relaciones armoniosas entre los individuos pertenecientes al grupo del cual obtienen su energía y que, asimismo, engendran la generación siguiente, y 3) la ideología, que nos proporciona el modo mediante el cual los miembros del grupo social considerado perciben el mundo, su adaptación técnico-ambiental y su estructura social.

Si esto ha de ser así es porque, en lo esencial, la evolución del comportamiento humano se ha realizado mediante interacciones entre los comportamientos alimentarios y las instituciones culturales y porque, en reciprocidad, dicho comportamiento influye en la anatomía, la fisiología e, incluso, en la evolución del organismo humano. Así pues, las historias nacionales y las actitudes individuales relativas a la alimentación no pueden ser comprendidas completamente si no se relacionan con las diferentes costumbres alimentarias y con las particularidades que les son propias.

Los condicionamientos socioculturales son poderosos y complejos: las gramáticas culinarias, las categorizaciones de los diferentes alimentos, los principios de asociación y de exclusión entre tal y cual alimento, las prescripciones y las prohibiciones tradicionales y/o religiosas, los ritos de la mesa y de la cocina, etc., todo ello estructura la alimentación cotidiana, ordinaria y extraordinaria (aunque no la excepcional, en casos de catástrofes

o de emergencias). Los diferentes usos de los alimentos, el orden, la composición, las horas y el número de las comidas diarias, etc..., todo ello está codificado de un modo preciso. Un cierto número de indicadores gustativos afirman una identidad alimentaria, delimitan muy vigorosamente la pertenencia culinaria a un territorio determinado, como es el caso, por ejemplo, del uso exclusivo de una grasa determinada para cocinar: el aceite de oliva en el mediodía mediterráneo y la manteca de cerdo o la mantequilla en el oeste delimitan una auténtica “frontera gastronómica” y, en esa misma medida, cultural.

Por otra parte, el acto de alimentarse, trátase de la comida o de la bebida, trasciende la pura necesidad de alimentarse, de nutrirse, pues está tan cargado de significados y de emociones que se encuentra ligado a circunstancias y acontecimientos que nada tienen que ver con la estricta necesidad de alimentarse⁵. En definitiva, alimentarse es una conducta que se desarrolla más allá de su propio fin, que sustituye, resume o señala otras conductas; y, en esa misma medida, la alimentación constituye un *signo*; un signo de la actividad, del trabajo, del deporte, del esfuerzo, del ocio, de la fiesta, de la sociabilidad, de la hospitalidad, de las emociones, de los sentimientos y de los conflictos, y de cada circunstancia social, en definitiva. Cada situación tiene su propia expresión alimentaria (Barthes, p. 985): “trabajo”, “descanso”, “marcha”, “recepción”, “calendario festivo”, etc.

La importancia concedida a todo lo relativo a la alimentación es tal que no sorprende, en absoluto, que el alimento sea uno de los elementos

⁵ Por ejemplo, en un estudio relativamente reciente (Baas, Wakefield y Kolasa, 1979), sus autores consideraban la siguiente lista relativa a los diversos usos de los alimentos en la sociedad:

1. Satisfacer el hambre y nutrir el cuerpo.
2. Iniciar y mantener relaciones personales y negocios.
3. Demostrar la naturaleza y extensión de las relaciones sociales.
4. Proporcionar un foco para las actividades comunitarias.
5. Expresar amor y cariño.
6. Proclamar la distintividad de un grupo.
7. Demostrar la pertenencia a un grupo.
8. Hacer frente a stress psicológicos o emocionales.
9. Expresar individualidad.
10. Significar estatus social.
11. Recompensas o castigos.
12. Reforzar el autoestima y ganar el reconocimiento.
13. Ejercer poder político y económico.
14. Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades físicas.
15. Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades mentales.
16. Simbolizar experiencias emocionales.
17. Manifestar piedad o devoción.
18. Representar seguridad.
19. Expresar sentimientos morales.
20. Significar riqueza.

Como puede observarse en esta lista, de los veinte usos considerados, todos menos uno dejan de ser estrictamente nutricionales y refieren, más bien, a condicionamientos socioculturales.

preponderantes de cohesión dentro de una sociedad. En definitiva, si comemos no lo hacemos sólo para alimentarnos, sino, también, y en una muy buena medida, por razones ceremoniales y sociales. Piénsese en determinados ciclos festivos ya sean relativos al calendario anual, la Navidad, por ejemplo, o al ciclo de vida de los individuos o de las familias o, incluso, de las instituciones, y en las particularidades gastronómicas que las acompañan o, incluso, que las identifican.

Ello es posible, entre otras razones, porque, la especie humana, a diferencia de otras especies animales, carece de señales físicas precisas que muestren el estado de saciedad (Douglass). En efecto, esas señales físicas que indican que “ya es suficiente”, “no puedo más”, son relativamente débiles y fácilmente sumergibles por las presiones culturales (“¿un poquito más?... ¿qué no está bueno?”; “Tómate otra copa... ¿no me la vas a despreciar?”), o, incluso, por el afán de conseguir un “récord”. Es la cultura, no la fisiología, la que crea, entre los seres humanos, el sistema de comunicación que dictamina entre los comestibles, lo tóxico y la saciedad. Cada sociedad dispone de unas reglas, generalmente no escritas, al respecto, y de acuerdo con criterios varios: nutricionales, culturales o, simplemente, emocionales. Y, así, por ejemplo, para comprender un tabú alimentario determinado (la carne de cerdo entre los musulmanes o entre los hebreos, o la carne de caballo o la de perro entre los norteamericanos, por ejemplo), es necesario situarlo en el contexto global de la sociedad que aplica dicha prohibición. En ocasiones, los criterios sobre la conveniencia o inconveniencia de determinados alimentos responde a bases racionales obvias; en otras, la racionalidad puede ser menos aparente o más indirecta (Harris, 1986) y estar relacionada con un sistema coherente de creencias médicas populares. Asimismo, también, puede ser el resultado de un capricho histórico. Muchos de esos criterios reflejan necesidades racionales, pero, también, puntos de vista etnocéntricos de los clasificadores cuya existencia puede resultar muy difícil de justificar en realidad.

En buena medida, si comemos, y si comemos lo que comemos en cantidad y en tipo de alimentos, lo es por razones ceremoniales y sociales y una conclusión que se deriva de estas consideraciones es que un aumento de los ingresos reales ha ido acompañado de una mayor ostentación festiva y hospitalaria y, consecuentemente, de una incitación a consumir más y, a la vez una demanda creciente de grasas, por ejemplo, en la medida en que los alimentos grasos, en nuestra sociedad, y en otras muchas, han estado más valorados socialmente; aunque es cierto que esta valoración de los alimentos grasos esta disminuyendo en nuestra sociedad en los últimos años. Así pues, podemos constatar que las presiones culturales, en lugar de dar la señal de “parar”, más bien pueden dar la señal inversa. Ello nos obliga a preguntarnos que, si bien existen mecanismos en el hombre para la regulación de la alimentación, una especie de “sabiduría del cuerpo”

como dice Fischler (1979), ¿cómo es posible, entonces, que, cada vez más, el hombre coma más de lo necesario y, además, más de lo que exigiría su salud? La explicación que surge espontáneamente (Fischler, 1979, pp. 190-191), es que las pautas culturales “han sumergido” la capacidad que tenía el hombre para equilibrar su alimentación del modo más beneficioso para su salud y su longevidad. En otras palabras, la “sabiduría del cuerpo” parece engañada por la “locura de la cultura”. Ahora bien, lo que el análisis parece indicar es que no es la evolución cultural en sí la que contribuye a perturbar los mecanismos reguladores, sino, más bien, la *crisis* de la cultura que atraviesan los países desarrollados, fundamentalmente, la desestructuración de los sistemas normativos y de los controles sociales que regían, tradicionalmente, las prácticas y las representaciones alimentarias.

Por el camino de estas últimas consideraciones podría llegar a hablarse de una crisis multidimensional del sistema alimentario, expresada en sus aspectos biológicos, ecológicos, psicológicos, sociológicos, ideológicos...; crisis que, a su vez, se inscribiría en una determinada “crisis de civilización”. Es cierto, también, sin embargo, que en los últimos años han proliferado, en relación con diversos tipos de percepciones o imágenes —“estéticas”, “éticas” y “médicas”—, numerosas corrientes dietéticas y una multiplicidad de regímenes adelgazantes que suponen la expresión de una nueva “conciencia alimentaria”, pero sin que su aparición implique la desaparición de la anterior. A este respecto, la publicidad nos ofrece pistas muy significativas. Por una parte, los mensajes contenidos en las presentaciones de los numerosos productos “light” y, por otra, los de los “empresarios” del azúcar cuando nos indican que, “por una vez”, lo que gusta (lo dulce) y lo que conviene (energía fácilmente asimilable) coinciden en un mismo producto: el azúcar⁶. En cualquier caso, parecería como si, en la actualidad, entre la tecnología y la publicidad hubieran trastocado o destruido las referencias culturales de los alimentos. Ya nada parece ser lo que era (Fischler, 1979). Así parece ser. Pero ¿es así, realmente?, ¿cuáles son las características y los condicionamientos de nuestra alimentación contemporánea?, ¿hasta qué punto nuestras pautas actuales son totalmente nuevas, son las mismas que antaño o una mezcla compleja y todavía confusa de nuestros hábitos del pasado y de los constreñimientos y de las posibilidades del presente?

⁶En Francia, también, los fabricantes de mantequilla han emprendido una campaña “institucional” a favor de su consumo. Contando con que la mantequilla constituye uno de los productos “tradicionales” del desayuno y apreciado por los consumidores pero del que parecen abstenerse más por razones “ascéticas” que gastronómicas han acuñado el siguiente slogan: “¿Por qué *castigarse* ya desde la mañana?, dando por supuesto que prescindir de la mantequilla en el desayuno constituye un auto-castigo.

NUESTRA ALIMENTACIÓN CONTEMPORÁNEA ¿DIALÉCTICA ENTRE TENDENCIAS CONTRADICTORIAS?

Veamos hasta qué punto, los alimentos que hoy consumimos y las pautas generales de consumo dentro de las cuales se integran constituyen un ejemplo de esa mezcla a la que acabamos de aludir. Puede afirmarse que, hoy, la tecnología alimentaria permite producir alimentos completamente sintéticos (Gruhier). Así, por ejemplo, puede obtenerse “pasta pura de proteínas”, blanca y sin sabor, a partir de plantas como la lucerna o la soja; carne, a partir de despojos y vísceras: entrecots de lucerna, garantizados sin colesterol, colas de langosta, sintéticas, etc. De hecho, alguno de estos productos ha alcanzado un colosal éxito comercial. Tal es el caso del “surimi”. Puede decirse que, en una primera fase, la tecnología alimentaria se esforzó en producir lo idéntico a nuestros alimentos familiares, para luego, una vez desconectados del verdadero producto, evolucionar a su aire. ¿Hasta qué punto el surimi anuncia nuestros alimentos de mañana? Es posible, al menos en cierta medida y en ciertos casos y ocasiones. Ahora bien, mientras que los “alimentos” que consumimos hoy son muy diferentes de los que se consumían hace treinta años (podría decirse, por ejemplo, que los animales y vegetales de los cuales hoy nos abastecemos son auténticos mutantes: el pollo, el pavo, la ternera, la zanahoria, la manzana, etc., poco tienen que ver con sus “antepasados” de hace treinta o cuarenta años). La agricultura y la ganadería se alejan cada vez más de la “naturaleza”. El presidente del salón ferial de la Tecnoalimentaria, declaraba en la inauguración del III Congreso Mundial de Tecnología de los Alimentos que “cada día, la alimentación está más lejos de las materias primas y más cerca de la industria”⁷. Ahora bien, como señalan Maho y Pynson, p. 202, mientras que los alimentos han cambiado muchísimo en los últimos treinta años, su simbología, en cambio, se caracteriza por una mucho mayor duración, una evolución muchísimo más lenta:

“l'aliment de luxe, la solemnité du repas de fête, le gateau qu'on partage, la boisson affective ou conviviale (champagne, café, etc.). Plus profondément on peut s'interroger sur le devenir des classifications substantiales qu'effectue le mangeur, l'assimilation d'un être extérieur à son être propre: le sentiment de répletio, ses bornes, la permanence ou la resurgence (sous l'aspect de vocabulaire de la diététique vulgarisée), des anciennes perceptions de l'áliment comme échauffant, émollient, lénitif ou refraîchissant. Et, ausi, à cette implicite catégorisation qui préside aun tabous alimentaires, au pur et à l'impur, aux mélanges autorisés et infêmes, qui n'ont pas

⁷ Celebrado en Barcelona en febrero de 1991.

changé dans l'inconscient collectif —partant qui conditionnent nos goûts et nos répulsions, donc, également, les clivages sociaux qui séparent les peuples à partir de leurs valeurs”.

Esta evolución más lenta de la cultura alimentaria que de la tecnología supone un estreñimiento para las posibilidades de esta última. A diferencia de sus colegas de la industria cosmética, los químicos de la industria alimentaria están condicionados en su imaginación tecnológica a producir platos que parezcan salidos de la cocina de “nuestras abuelas” (“cocinados como en casa”, “como a ti te gustan”, con el “sabor, textura y las cualidades nutritivas de la mejor cocina casera”⁸, bajo riesgo, en caso contrario, de fracaso comercial (Gruhier, p. 120). La noción misma de “industria alimentaria” (Atkinson, pp. 10-16; Fischler, 1979, p. 201) resulta repugnante a mucha gente. En buena medida, ello deriva de varios tipos de repulsión relativas a las manipulaciones “inhumanas” o “no naturales” sobre los animales y las plantas. A la obsesión por la higiene de los alimentos siguió una preocupación por su pureza química, amenazada por el uso de aditivos, pesticidas, hormonas, etc. Podría decirse que la tecnología alimentaria manipula todos los caracteres sobre los que se basaba el reconocimiento de los alimentos: forma y apariencia, textura, color, olor, gusto, etc. Y, así, el rechazo, al menos aparente, de la “industria alimentaria” cabe situarlo en un nivel simbólico: la noción de “aditivos artificiales”, por ejemplo, implica connotaciones culturales relativas a concepciones sobre lo “natural”, lo “conveniente”, lo “impuro” y lo “virtuoso”. Curiosamente, tanto el marketing de los modernos “health foods” como el de los alimentos procesados “ortodoxos” comparten el mismo stock de creencias y mitos, relativos a la “virtud”, a la “moralidad” y a la “superioridad” de lo “natural” en términos nutritivos y de salud. En efecto, para Atkinson, pp. 15-16), las categorías positivas de “naturaleza” y de “pureza” refieren a la imagen contrastada de lo rural —el orden— y de lo urbano —el caos—; y la fortaleza de esta mitología se demuestra porque es utilizada tanto por la publicidad de los productos “health foods” como por la de los alimentos procesados. La imagería de los “health foods”, por ejemplo, identifica la categoría de “natural” con la de “pureza” y con la de alimento “completo” y la de alimento procesado con la de “adulteración” y pérdida de nutrientes naturales. Los “health foods” se apoyan en el contraste entre “natural y saludable” por una parte y “no natural y no saludable” por otra. Este último par sería el que caracterizaría la vida y la alimentación modernas. La

⁸ Frases extraídas de la publicidad de la marca de platos cocinados “Guisos de España” y que ofrece los siguientes “platos”: “Pollo con setas”, “pudding de kabratxo”, “chipirones en su tinta”, “potaje de vigilia”, “pato al oporto”, “bacalao a la vizcaína”, “pisto manchego”, “ternera a la jardinera”, “pimientos rellenos de carne”, “pimientos rellenos de bacalao”, “bonito a la riojana”, “rabo del buey al jerez”, “albóndigas a la casera”, “manzana con salsa de frambuesa” y “peras al vino”.

imagería de los “health foods” refleja, en definitiva, tres temas fundamentales: lo *natural*, lo *exótico* y lo *tradicional*. Estas tres categorías proporcionan la justificación para una “superioridad” de algunas categorías de alimentos y de sus especiales virtudes:

“Let me summarise briefly and exemplify what this imagery consists of. The ‘traditional’ and ‘exotic’ frames of reference are familiar enough and they reappear consistently in other ‘alternative’, ‘counterculture’ and ‘cultic’ contexts such as those associated with ‘hidden wisdom’ and the occult. Thus they can make appeal to ‘the wisdom of the ancients’, or of the East, to ‘ancient’ and ‘traditional’ remedies and to the presumed qualities of ‘primitive’ and ‘traditional’ simplicity. Herbs are, of course, one class of substances whose therapeutic value is repeatedly warranted by appeals to their ‘traditional’ use. As one promotional leaflet from Health and Heather puts it ‘They’ve all been tried and tested for hundreds of years’. Ginseng is one substance whose value is often couched in such terms. It has, apparently, the twin blessings of an ‘exotic’ provenance and a ‘traditional’ pedigree” (Atkinson, p. 12).

Y, sin embargo, el consumo de alimentos procesados ha aumentado considerablemente en los últimos treinta años y sigue haciéndolo a pesar de sus detractores morales, gastronómicos y económicos. Habrá que buscar las razones, una vez más, en las relaciones que la alimentación mantiene con la cultura y con la sociedad, y con su dinámica. Vamos a recoger algunas:

1) La incorporación de la mujer al trabajo asalariado y fuera del propio hogar no ha ido acompañada de una mayor participación de los hombres en las tareas domésticas. Consecuentemente, las mujeres buscan aquellos alimentos que exigen menor tiempo de preparación y de limpieza. Al lograr esta limpieza, siempre valorada muy positivamente⁹ contribuye, también, la nueva tecnología doméstica: el refrigerador, el congelador y el microondas simbolizan la limpieza permanente. Las mujeres buscan, en definitiva, productos que ahorren tiempo en la preparación de los platos y en la limpieza de la cocina. Y éstas son, precisamente, las grandes ventajas de los alimentos procesados (“Guisos de España te lo pone fácil. Calienta al baño-maría o al horno microondas, y... a servir y degustar”). Las tareas de “limpiar”, “pelar”, “trocear”, “hervir” y otras muchas han sido desplazadas de la cocina a la fábrica. Las comidas “listas para servir” no sólo ahorran tiempo en preparación; evitan, también, los aspectos “sucios” del tratamiento de

⁹La palabra limpieza tiene diferentes significados y que refieren tanto a la higiene como a la moral.

las materias primas. La mujer que, por ejemplo, compra “ensaladilla rusa” congelada no sólo está comprando unos alimentos preparados, está comprando, también, el tiempo que necesita para dedicarlo a otras tareas. El uso creciente de alimentos congelados y precocinados es una de las características de la llamada “nueva ama de casa”¹⁰. En Inglaterra, las empresas alimentarias han encargado numerosos estudios sobre las actitudes de las mujeres británicas hacia el trabajo doméstico, el empleo, la vida familiar, las valoraciones sobre los diversos tipos de alimentación, etc. Se trata de elaborar el “perfil de la mujer del mañana”. Y esa “mujer del mañana” se caracteriza por comprar más alimentos y platos preparados en vistas a disminuir el tiempo dedicado a la cocina y a poder comprar menos a menudo (Fischler, 1979; Harrison, Köch, Lewis, Wardle).

2) Los productos congelados y precocinados en general representan ventajas (no necesitan trastos ni alborotos ni preparación; se presentan en porciones individuales...) para, además, de que para las mujeres que trabajan, para todas aquellas personas que viven solas. A este respecto, hay que señalar que en el Estado Español, entre 1971 y 1981, el número de hogares unipersonales pasó de un 7% a un 10%.

3) La tecnología alimentaria influye considerablemente en la satisfacción de las preferencias y de las necesidades individuales: el microondas, por ejemplo, y los alimentos preparados, permiten la posibilidad de que cada miembro del grupo familiar elija y se prepare su propio menú y a la hora que le conviene, no necesariamente coincidente con otros miembros del grupo familiar. La alimentación familiar ha sufrido las consecuencias de la creciente subordinación de la alimentación a los horarios laborales. La alimentación se ha individualizado. Ha disminuido el grado de comensalidad familiar y, simultáneamente, se valora positivamente la informalidad y el individualismo en la vida cotidiana: rechazo del ritual, de la autoridad, etc. (Harrison, p. 41; King, pp. 58-62; Nelson, p. 201).

Ahora bien, las interacciones, los feed-backs entre alimentación y cultura, siguen. Los alimentos preparados son, como acabamos de ver, un importante recurso para la mujer, pero provocan en ella una profunda ambivalencia (Dare, p. 152). Las mujeres expresan una cierta preocupación, incluso, desconfianza, en relación a los alimentos procesados y, particularmente, en relación a los aditivos. Algunas mujeres, según Atkinson, no sólo pueden experimentar desconfianza hacia los alimentos preparados sino, incluso, sentimientos de “culpa” por utilizarlos en la preparación de las

¹⁰ A pesar de sus ventajas aparentes y mejor precio, la demanda de productos preparados no necesariamente se debe a su mejor precio. Según Wardle, p. 18, en la Inglaterra de 1973, los productos congelados eran más caros que los frescos y, por tanto, su compra habría que atribuirlo al hecho de que con ellos se ahorra trabajo y se evitan tareas consideradas como desagradables o, cuanto menos, no agradables.

comidas para su esposo e hijos. Este hecho vuelve a ponernos de manifiesto cómo la preparación y consumo de alimentos refleja actitudes y valores sociales.

“The presumed ‘guilt’ of the housewife suggests that there are strong cultural assumptions about the proper character of food and its production. It also suggests that such values may depend on the extent to which food has been ‘processed’ or ‘tempered with’ in ways which are disapproved or viewed with suspicion. Finally, the implied objection (a los aditivos) reinforce these concerns. It would appear that the anomaly here (if one is perceived) is the addition of a ‘chemical’ to foods-tuffts, the common terminology or ‘artificial additives’ seems to reflect this and the connotations of that phrase certainly do...” (Atkinson, p. 9).

Quizá por esta razón, de acuerdo con los estudios de marketing, una de las áreas potenciales para el desarrollo de nuevos productos por parte de la industria alimentaria sea, precisamente, la de aquellos consumos que conllevan implicaciones emocionales por parte del ama de casa, explotando el conflicto existente entre el rol de asalariada y el de ama de casa, es decir, de esposa y madre, sobre todo, esto último. Y así, un área específica en la que parecen existir oportunidades para nuevos productos parece ser la hora de la *merienda de la tarde*, en la que el ama de casa se sentiría compensada por la ausencia de los niños en la comida del mediodía o intentaría compensar su propia ausencia debido al trabajo (Wardle, p. 20).

Las relaciones entre nuestra alimentación y nuestra cultura contemporáneas no acaban aquí y podemos observar algunas paradojas que resultan significativas al respecto. Por ejemplo:

—Estamos asistiendo a un aumento de la separación entre una oferta alimentaria guiada por una lógica economicista e higienista (un ejemplo de ello vendrá representado por la publicación *Dieta y salud* y otras por el estilo) y una demanda conservadora e identitaria (representada, en este caso, por la publicación *Comer y beber* y otras por el estilo).

—Asistimos, también, al desarrollo paralelo de, por una parte, una tendencia progresiva a la homogeneización alimentaria (fast-food, supermercados, comedores colectivos, etc.) y, por otra, a la proliferación de una literatura culinaria y de establecimientos de restauración en los que se prima el sabor y la particularidad.

—Curiosamente, uno de los desafíos más importantes que, en estos momentos tienen planteados los tecnólogos de los alimentos es, precisamente, el de solucionar los “problemas” derivados del desarrollo anterior de su propia tecnología. Más concretamente: dar respuesta a las “barreras” (las nociones, actitudes y valores) de los consumidores y conseguir pro-

ductos que, además de “baratos” y producibles en masa, resulten “frescos”, “sabrosos” y “saludables”.

Analizando las contradicciones, posiblemente solo aparentes, de estas tendencias que nos limitamos a citar podríamos continuar considerando la complejidad de las relaciones entre alimentación y cultura y la necesidad de tener presente la importancia de los condicionamientos culturales si se quieren comprender nuestras pautas alimentarias contemporáneas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atkinson, Paul. “Eating virtue”, en Murcott, A., 1983, pp. 9-17.
- Baas, M.A., L.M. Wakefield y K.M. Kolassa. *Community nutrition and individual food behavior*. Minn. Burgess Publish, 1979.
- Back, Kurt W. “Food, sex and theory”, en Fitzgerald, T.K. (ed.), 1977, pp. 24-34.
- Barrau, Jacques. *Les hommes et leurs aliments. Esquisse d'une histoire écologique et ethnologique de l'alimentation humaine*. Paris, Temps Actuels, 1983.
- Barthes, Roland. “Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine”, *Annales*, 16, 1961, pp. 977-986.
- Batstone, Eric. “The hierarchy of maintenance and the maintenance of hierarchy: notes on food and industry”, en Murcott, A., 1983, pp. 45-53.
- Dare, Salle E. “Too many cooks? Food acceptability and women's work in the informal economy”, en Thompson, D.M.H. (ed.), 1988, pp. 143-152.
- Dirección General de Política Alimentaria. *Consumo alimentario en España*. Madrid, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1988.
- Douglass, Mary. “Les structures du culinaire”, *Communications*, 31, 1979, pp. 145-170.
- Farb, P. y Armelagos, G. *Anthropologie des coutumes alimentaires*. Paris, Denoël, 1985.
- Fieldhouse, Paul. *Food, nutrition, customs and culture*. Londres, Croom Helm, 1986.
- Fischler, Claude. “Gastro-nomie et gastro-anomie: sagesse du corps et crise bioculturelle de l'alimentation moderne”, *Communications*, 31, 1979, pp. 189-210.
- Fischler, Claude. *L'Homnivore. Le goût, la cuisine et le corps*. Paris, Editions Odile Jacob, 1990.
- Fitzgerald, T.K. (ed). *Nutrition and anthropology action*. Amsterdam, Van Gorcum, 1977.
- Gruhier, Fabien. “Quand les ingénieurs font la cuisine”, *Autrement*, 108, 1980, pp. 120-124.
- Harris, Marvin. *Good to eat. Riddles of food and culture*. Londres, Allen and Unwin, 1986.
- Harrison, Alan F. *Are we really what we eat? The thinkers book of food.*. Canterbury, Weavers Press Publ., 1986.
- King, Stephen. “Trends in meal planning and eating habits”, en Turner, M.R. (ed.), 1983, pp. 43-65.
- Köck, Christoph. “Preserving food at home or buying it to hoard? The organization of stockpiling as a means of cultural expression”, en Riddervold, A. y Ropeid, A. (eds.), 1988, pp. 128-137.
- Lewis, Christine. *The food choice jungle*. Londres, Faber and Faber, 1979.
- Maho, J. y Pinson, P. “Cantines, comment s'en débarrasser?”, *Autrement*, 108, 1989, pp. 200-204.
- Murcott, Anne. *The sociology of food and eating. Essays on the sociological significance of food*. Hants, Gower Publishing, 1983.

- Nelson, Elisabeth.** "New product development: the rol of social change analysis", en Ritson, Gofton y Mackenzie (eds.), 1986. pp. 197-207.
- Riddervold, A. y Ropeid, A.** (eds.). *Food conservation*. Londres, Prospect Books, 1988.
- Ritson, Gofton y Mackenzie** (eds.). *The food consumer*. New York, John Wiley and Sons, 1986.
- Schuchat, M.G.** "The school lunch and its cultural environment", *Journal of Nutrition*, 5, 1973, pp. 116-118.
- Thomson, David M.H.** (ed.). *Food acceptability*. Londres, Elsevier Applied Science, 1988.
- Trémolieres, Jean.** *Partager le pain*. Paris, Robert Lafont, 1975.
- Turner, M.R.** *Food and People*. Londres, John Libbey, 1983.
- Wardle, Chris.** *Changing food habits in the United Kingdom*. Londres, Earth Resources Research Ltd., 1977.