

Reflexiones sobre el presente alimentario: maneras de ser, maneras de comer

Valores y actitudes hacia la comida

(Reflections on food present: ways of being, ways of eating. Values and attitudes towards food)

Cantarero Abad, Luis

Univ. de Zaragoza. Fac. de CC. Sociales y del Trabajo.

Violante de Hungría, 23. 50009 Zaragoza

lucan@unizar.es

Recep.: 12.04.2010

Acep.: 16.05.2011

BIBLID [1137-439X (2011), 34; 109-125]

Este artículo es el resultado de una reflexión sobre los valores y actitudes que los seres humanos expresan en sus preferencias alimentarias en nuestro contexto cultural: identidad, mestizaje, placer, prisa, salud, seguridad, estética, avaricia, ostentación. Cuando elegimos qué comer se ponen en funcionamiento estas motivaciones pudiendo afirmar que la manera de comer expresa la personalidad y la concepción del mundo.

Palabras Clave: Alimentación. Valores. Actitudes. Maneras de comer. Forma de ser.

Gure kultura testuinguruan gizakiek beren janari lehentasunetan adierazten duten balio eta jarrerai buruzko hausnarketa baten ondorioa dugu artikulu hau: identitatea, mestizajea, plazerra, presa, osasuna, segurtasuna, estetika, zekenkeria, arrandia. Zer jan aukeratzeko dugunean motibazio horiek abian jartzen dira, eta esan daiteke jateko moldeak norberaren nortasuna eta munduaren ikuskera azaltzen dituela.

Giltza-Hitzak: Elikatzea. Balioak. Jarrerak. Jateko moldeak. Izaera.

Cet article est le résultat d'une réflexion sur les valeurs et les attitudes que les êtres humains expriment dans leurs préférences alimentaires dans notre contexte culturel: identité, métissage, plaisir, hâte, santé, sécurité, esthétique, avarice, ostentation. Lorsque nous choisissons ce que nous allons manger, ces motivations se mettent en marche et nous pouvons affirmer que la manière de manger exprime la personnalité et la conception du monde.

Mots-Clés : Alimentation. Valeurs. Attitudes. Manière de manger. Façon d'être.

INTRODUCCIÓN

El pensador y político Gramsci señala que la afirmación del filósofo alemán L. Feuerbach de que “el hombre es lo que come” puede entenderse de varias maneras. Por un lado, como “interpretación burda y estúpida: el hombre es en cada momento lo que materialmente come, o sea, los alimentos tienen una inmediata influencia determinante en su modo de pensar (...)”. Si esta afirmación fuese verdadera, *“la historia tendría su matriz determinante en la cocina y las revoluciones coincidirían con los cambios radicales de la alimentación de las masas. La verdad histórica es al revés: que las revoluciones y el complejo desarrollo histórico modifican la alimentación y crean los sucesivos ‘gustos’ en la elección de los alimentos”*. Por otro lado, “también es verdad que el hombre es lo que come, en cuanto la alimentación es una de las expresiones de las relaciones sociales en su conjunto, y toda agrupación social tiene una alimentación fundamental”¹ (Gramsci, 1974: 278, 279).

Este ensayo es el resultado de mis reflexiones sobre el presente alimentario en la sociedad y la cultura contemporánea occidental. Para abordar este trabajo he tenido que delimitar mi objeto de estudio porque cualquiera se puede dar cuenta de que estudiar la alimentación de una manera amplia es una tarea ingente que necesitaría de una investigación minuciosa, en términos de dedicación y de análisis profundo, que excede mis propósitos. Por ello, he dejado de lado el examen de los factores sociales que hoy en día condicionan las prácticas y las representaciones sobre el comer. Tampoco he indagado acerca de los cambios sociales que han conformado el panorama actual. Creo sinceramente que no ocurre nada, ya que otros científicos sociales han realizado estos estudios y sus trabajos se pueden consultar para comprender el porqué y el cómo se han configurado los hábitos alimentarios actuales².

1. La cursiva es mía. He señalado estas frases porque plantean una hipótesis sobre el sentido de la historia. Ciertos acontecimientos han modificado desde luego los hábitos alimentarios. No hay nada más que pensar en la conquista de América y sus repercusiones en Europa. Hoy en día, la historia de la alimentación es una disciplina que se está consolidando rápidamente. Sobre todo en el contexto europeo –franceses, italianos y españoles– están trabajando en la búsqueda de los orígenes de nuestra alimentación. Semejante interés es fruto, en parte, del contexto social actual. Los alimentos “tradicionales” tienen un buen mercado de tal manera que incluso al alimento más novedoso se le da un origen remoto. Los vinos son un ejemplo. Algunas Denominaciones de Origen ofrecen premios a los historiadores que ofrezcan datos que permitan justificar su glorioso pasado. En definitiva, la historia de la alimentación está de moda, máxime cuando la industria alimentaria y los poderes públicos la necesitan para satisfacer sus diversos intereses.

2. La investigación sobre cultura alimentaria tiene ya casi un siglo de historia. En el ámbito nacional la preocupación por la alimentación humana desde una perspectiva sociocultural es mucho más reciente. Este no es el momento de realizar una recapitulación de lo ya realizado. Sin embargo, cito algunos libros del año 2005, dentro de nuestro contexto nacional, que ejemplifican la copiosa producción científica que se realiza en este terreno y que pueden ser consultados para profundizar en las cuestiones mencionadas. Su lectura dará una idea de qué factores sociales están condicionando el presente alimentario. Así pues, véase J. Contreras y Mabel Gracia Arnaiz, 2005; E. Espeitx, nov. 2005; Contreras, J., Antoni Riera y F. Xavier Medina (dir.), 2005; Díaz Méndez, C. y C. Gómez Benito (coords.), 2005; Díaz Méndez, C. (coord.), 2005; Gracia, M. y A. Millán (coords.), julio 2005.

Lo que sí que me ha interesado es analizar los valores socioculturales y las actitudes que caracterizan el presente alimentario. Esta tarea no está exenta de problemas y a buen seguro que el resultado final sugiere severas críticas. Me anticipo a alguna de ellas reconociendo que es muy difícil recoger todos los valores y actitudes que motivan las preferencias alimentarias por lo que necesariamente este ensayo es tan solo un reflejo de parte de ellas. Las expongo sin ningún criterio racional en cuanto a su ordenamiento; aparecen unas detrás de otras porque el texto así me lo ha pedido. Quiero advertir que se trata de establecer tendencias generales y no de entrar en particularidades. Acabo de nombrar que me centraré en las preferencias porque a diferencia de las prácticas, donde intervienen factores que pueden obligar a comer aquello de lo que se dispone en un momento dado, las preferencias introducen la posibilidad de elección y, por lo tanto, es en este terreno donde el sujeto expresa con mayor claridad su forma de ser y su concepción del mundo.

1. LA IDENTIDAD CULTURAL

[...] cuidado con identificar una comida abundante, grasienta, ruidosa y gritona con una comida aragonesa. Es una tontería que puede producir la muerte como un veneno letal. Tanto más grave cuando gusta ser utilizado en demasiadas ocasiones como rasgo de nuestro modo de ser (Izuzquiza, 2003b: 195-196).

Entendemos la identidad cultural, *grosso modo*, como un sentimiento de pertenencia a un grupo humano. Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que este sentimiento es universal. Sea donde sea, los sujetos necesitan percibir afinidades con sus semejantes. La alimentación permite recrear la idea de colectividad. Las distintas poblaciones tienen sus cocinas y alimentos *proprios* contruidos como tales a través del tiempo; unas veces gracias a un pasado lejano; otras a una invención más reciente. En cualquier caso, determinados alimentos significan pertenencia cultural, intersubjetividad, y remiten a un *nosotros*.

Cuando existe la posibilidad de elegir no es de extrañar que este deseo se exprese, ya que es una necesidad social vital el sentirse partícipe de un agrupamiento humano. Tal es así que, de hecho, la identidad es el motor fundamental de las preferencias alimentarias por encima de otros criterios materiales (como el precio).

Multitud de creencias se constituyen en convenciones “naturales”, incontestables, sobre los alimentos que nos identifican como aragoneses (en nuestro caso): la borraja, el temasco, el jamón serrano, etc. A todos ellos se les atribuyen virtudes positivas, ya que menospreciarlos sería como autodifamarnos lo cual, obviamente, no es conveniente. Ni qué decir tiene que la elección de estos productos tiene su función cultural –mantener el patrimonio–, social –favorecer la economía de los productores locales–, y psicológica –desarrollar una subjetividad sana–.

Ahora bien, cuando la apología que acompaña a los productos identitarios es extrema supone algunos riesgos porque convierte la elección en expresión del chovinismo, del provincialismo y de la xenofobia alimentaria. La ideología política incrementa el radicalismo hacia los productos del Otro. Numerosos son los ejemplos; uno de ellos: la campaña mediática orquestada por el PP para la creación de una opinión pública desfavorable contra los alimentos catalanes en el contexto del debate sobre su estatuto en la política nacional española.

Fruto del empuje que tiene la identidad cultural en las elecciones alimentarias y también como consecuencia del proceso de globalización económica y social, que comenzó a comienzos de la década de los noventa del siglo pasado, ha surgido el fenómeno de la patrimonialización.

Patrimonializar [...] quiere decir 'convertir' en patrimonio, 'construir' patrimonio, a partir de determinados elementos preexistentes, seleccionados entre otros que no se incluyen en este proceso. [...] Los objetos patrimoniales permiten interpretar la tradición, construir una cierta relación con la historia y con el territorio, con el tiempo y con el espacio. Esta relación da sentido a la vida colectiva, al alimentar el sentimiento de pertenencia a un grupo con identidad propia. 'Patrimonializar', convertir lo propio en patrimonio, quiere decir perpetuar la transmisión de una particularidad, de un especificidad que se considera propia e identificadota. Es decir, permite que un colectivo determinado pueda seguir viéndose por un lado idéntico a sí mismo y, por otro, distinto de los demás (Jesús Contreras, Antoni Riera y F. Xavier Medina, 2005: 262).

Lo global y lo local se complementan. Ambos forman parte del mismo proceso oximorónico (cf. Mafessoli, 2004). Para este sociólogo francés, el oximoron, la conjunción de contrarios y la unidad que subyace tras ellos, es una de las características de las sociedades contemporáneas:

[...] la vida sexual, las diversas representaciones, o incluso más simplemente, las modas indumentarias, culinarias o lingüísticas [...] son esencialmente oximorónicas: en un mismo momento algo y su contrario son vividos, pensados, amados, sin que esto se haga de manera esquizofrénica (Maffesoli, 2004: 200).

La globalización ha favorecido la difusión planetaria de los representantes alimentarios de los gobernantes del planeta: los Estados Unidos. Tras la caída de la Unión Soviética y del muro de Berlín la ideología neoliberal y el capitalismo se expande alcanzando todos los rincones del mundo. La alimentación se americaniza. El *fast food*, que no solo es una comida, sino también un modo de vida, se convierte en hegemónico provocando una uniformización universal de comidas y mentalidades contra la cual se oponen numerosos agentes sociales (de entre ellos, el campesino José Bové es un iniciador).

Contra la macdonalización de la alimentación, contra la comida rápida, nace la lenta. El movimiento *Slow Food*, originario de Italia, representa este último ideal. Paradójicamente el número de socios que tiene se ha incrementado *rápidamente* a pesar de que es un movimiento que tiene entre sus propósitos reivindicar la lentitud. En pocos años ha logrado formar una red *mundial* de asociados que veremos si se queda en una moda, en un pufo, en un

escaparate para sibaritas, o realmente supone algo serio en cuanto a potenciar, apoyar y defender a los productores locales pequeños, la biodiversidad y el patrimonio alimentario mundial.

El énfasis en el patrimonio cultural presenta pues algunos riesgos, ya que puede convertirse en excluyente. Tal encumbramiento satisface distintos intereses: los hay que lo defienden porque creen en la preservación del patrimonio alimentario propio y los que ven en su defensa un medio de legitimar sus intereses políticos o económicos. Según parece, los primeros representan motivaciones más gratuitas (en el buen sentido) pero corremos el riesgo de recrearnos en un “nacionalismo” exagerado y en una cerrazón sin límites que no sea capaz de reconocer que hay más jamones además del exquisito turlense.

Los segundos intereses se presentan como más egoístas. Este egoísmo encierra rasgos positivos y negativos. Entre los primeros, que preservan y recuperan algunos alimentos, platos y cocina propia rescatándola de la desaparición y del olvido. Entre los segundos, que su interés desaparecerá cuando no provoque réditos económicos o políticos abandonando de un plumazo su interés por la cocina local.

2. EL MESTIZAJE

La paradoja del omnívoro (C. Fischler, 1992) indica que la alimentación del ser humano se sitúa entre la neofobia –prudencia, miedo a lo desconocido, resistencia a la innovación– y la neofilia –tendencia a la exploración, necesidad de cambio, de novedad y de variedad–. Estas dos actitudes explican ciertas preferencias alimentarias contemporáneas.

En principio parecería normal que los más cercanos al polo de la neofobia buscaran alimentos familiares, conocidos, de siempre. Serían productos culturalmente apropiados cuyos significados y sabores son habituales. Actitud que puede ser entendida en términos de pasividad y de aceptación incondicional de un modo de vida o, por el contrario, de rechazo de las innovaciones vacías representadas por multitud de productos que apenas duran en el mercado. También en este terreno de la neofobia es donde se expresa la xenofobia alimentaria comentada con anterioridad. El odio del Otro se proyecta sobre el alimento que lo define. Por ejemplo, es curioso ver cómo comen los turistas modernos en los países “exóticos” que visitan. En las cenas que preparan para sus amigos muestran el video de los numerosos lugares recónditos donde han pasado su ocio zampano una hamburguesa en Macdonald’s o un filete a la plancha con patatas fritas en un estupendo restaurante del sur de Túnez.

Como ya vimos antes, puesto que los alimentos son símbolos de identidad despreciarlos es una de las ofensas más graves que se pueden cometer contra los pueblos. Todo esto ocurre fundamentalmente en las relaciones de poder. Quien lo ostenta no duda en menospreciar el alimento del vasallo. ¿Cómo ha de entenderse que un invitado acompañe con una coca-cola *light*

el ternasco de Aragón con patatas a lo pobre ofrecido como señal de hospitalidad, deseando agradar y orgullosos de nuestra pertenencia cultural?³ Pues como un gran desprecio, sin duda, al patrimonio cultural aragonés y como un acto de soberbia (también se podrían hacer otras consideraciones sobre esta combinación de alimentos pero lo dejo para el lector).

En el lado de la neofilia se situarían los comensales más innovadores: optan por productos nuevos, por ser de reciente creación industrial o debido a que son desconocidos. De entre los primeros, es habitual encontrar en las alacenas de estos comensales las últimas novedades tecnológicas comestibles (primicias empresariales) y no comestibles (aparatos que favorecen la preparación de la comida). Así ponen de manifiesto su modernidad.

De entre los segundos, destacarían los alimentos del Otro-extranjero. Comprándolos y consumiéndolos se patentiza un deseo de interacción cultural. Esta actitud puede llevarse a cabo de una manera gratuita, sin esperar nada a cambio, salvo el deseo sincero de conocer al otro. Otras veces, puede expresar una interculturalidad vacía cuyo mestizaje se presenta bajo la forma de solidaridad pero que no es sino una muestra de mala conciencia. Algunos productos de los que se llaman de “comercio justo” forman parte de las despensas de las cocinas de los *chalets* adosados más modernos. Semejante actitud ante la vida, se explica de una manera muy acertada en Izuzquiza (2003a)⁴. Para este autor, quien sostiene tal modo de estar en el mundo expresa la moralina y la hipocresía de un comportamiento falsamente solidario a través del cual calma la angustia que le produce la necesidad que siente de mantener los problemas para poder sentirse mal.

Comparten la preferencia por los alimentos del Otro un pelotón de *snoobs* que para poner de manifiesto su curiosidad intelectual y su capital cultural (en términos de Bourdieu) escogen productos lejanos a su cultura alimentaria. Esta imagen de exotismo es apropiada en el ámbito de lo público, ya que en privado carece de interés pues no hay quien la juzgue.

3. PLACER, HEDONISMO

En la España agrícola al comienzo de la recolección, sea de mosto, de aceite, de trigo o de cualquier otro producto, solía “ser festivo” y daba pretexto para una comida ritual o “comilona” en la que se consumían los “productos de la tierra” y otros manjares realizados para la ocasión, un pretexto para “convivencia, la comensalidad y la redistribución”. Hoy, perdidas las raíces de muchas de estas fiestas, “se recuperan”, o directamente “se inventan”, a fin de dar contenido folclórico a pueblos y lugares de “interés turístico” (*El País*, 2006: 141).

3. Este invitado es José María Aznar y el escenario es el de una visita que realizó a Teruel.

4. Algunas de las actitudes alimentarias que presento en este ensayo coinciden *grosso modo* con las actitudes humanas del presente tan bien descritas por Izuzquiza (2003).

La cita anterior expresa de una manera acertada que las comidas placenteras son básicamente las que se producen en ocasiones festivas. En ellas hay un jolgorio general que se proyecta en la mesa; mejor dicho la mesa hace que el jolgorio sea general. Son las comidas donde platos y comensales juegan su papel. Vale la pena detenerse un poco en estos dos elementos que hacen que el encuentro sea agradable.

La consideración de un menú como placentero está sujeta a variaciones temporales y espaciales. En términos generales, en el pasado, como se dice en la cita anterior, la comida de fiesta era una “comilona” con abundancia de “productos de la tierra” (término moderno aplicado a la comida local). Así pues, dos características proporcionaban la felicidad: que los manjares fueran copiosos y familiares. La primera de estas características hoy en día es innecesaria y además está penada. Por un lado, en tiempos de abundancia como el nuestro (donde comer mucho es considerado vulgar), las comilonas han perdido su función en cuanto al alejamiento momentáneo de la frugalidad diaria que se vivía en aquellos tiempos (por lo menos en la España anterior a la década de los setenta). Por otro, la medicalización “obsesiva” de la sociedad ha demonizado las comidas y las bebidas en abundancia. Tal vez protejan de la salud física individual pero el daño que hacen en el fortalecimiento de las relaciones sociales, solucionando conflictos y evitando enfrentamientos, es grave. Y aquí vamos al segundo de los elementos que hacen que las comidas grupales sean agradables: “la convivencia, la comensalidad y la redistribución”. Estas comidas favorecían la cohesión de los “aldeanos” que compartiendo comida y bebida incrementaban su amistad. (Creo que esto ha desaparecido actualmente y en los picoteos contemporáneos grupales hay más de hipocresía que de generosa relación sincera, luego volveremos sobre este asunto). Además, la reciprocidad que se generaba permitía mantener los lazos sociales imprescindibles en aquellas sociedades del intercambio.

La cita anterior apunta una cuestión que es interesante. Fruto como dijimos del proceso de globalización hay una recuperación de estas “comilonas” (hay otros factores que también las han hecho renacer como el hastío contemporáneo y la necesidad de someterlo, el deseo de liberar tensiones diarias, etc.). Por ejemplo, en Fuentes de Jiloca, bonito pueblo zaragozano de la ribera del río homónimo, durante sus fiestas patronales preparan varias de estas comidas grupales: un día, sardinada a la brasa; otro, judías blancas; y otro chorizada y longanizas. Durante estas comidas los lugareños y foráneos participan del encuentro. Lo que allí se genera tal vez sea motivo de otro ensayo en un futuro. Aquí basta con señalar que en el medio rural, sobre todo, las comilonas renacen para inquietud de los responsables sanitarios pero no de los “lugareños” ni de los gestores del sector turístico.

De hecho, la gastronomía local hoy en día es un reclamo turístico que tiene como fin generar ingresos. Las políticas de promoción local de cara al turismo insisten en recuperar los alimentos “tradicionales” en la zona para ofrecerlos al turista. Este, durante sus momentos de ocio, desea gozar de una alimentación sabrosa. “Comer bien” en los lugares que visita –que en este contexto está relacionado con comer sabroso y en compañía amistosa– influye en la

valoración que hace del viaje. Claro que hay muchos tipos de viaje turístico donde la alimentación no tiene una mínima importancia (antes vimos un caso, el del filete de ternera en Túnez): véanse, por ejemplo, las grandes masas que recientemente se acercan al pirineo aragonés para esquiar. Muchos gestores políticos, empresarios locales de hostelería, y ladrilleros se frotan las manos con la esperanza de llenarse los bolsillos. Además, nos dicen que se asienta la población. Por mi parte, dudo mucho que todo así sea.

Anticipábamos antes que hay otros encuentros grupales motivados por ciertas festividades o rituales de tránsito: navidad, semana santa, carnavales, conmemoraciones locales, fiestas de cumpleaños, bodas, comuniones, etc. En ellas se reúnen grupos de familiares, de amigos o de trabajadores. Cada uno de estos encuentros tiene sus significados y abordarlos todos ellos excede el fin de este ensayo. Resultaría altamente interesante profundizar en cada uno de estos encuentros porque reflejan el funcionamiento de la sociedad general y proporcionan pistas para su entendimiento. Hipotetizo, nada más, que los platos que se ofrecen durante estas reuniones están condimentados con una buena dosis de hipocresía y cinismo. Véanse sino las recientes-inventadas cenas de trabajo navideñas. En un clima de vacío intercambio sincero, el jefe toma nota de sus empleados que comiendo y bebiendo en exceso dejan liberar sus represiones (mantenidas bajo control durante el horario laboral) poniendo al descubierto parte de su verdadera forma de ser. En estas cenas de empresa suele resultar bastante “progre” sentarte al lado de una persona a la que al día siguiente puedes despedirlo sin parpadear, eso sí, en el contexto de un buen clima laboral⁵.

4. LA PRISA Y LA COMODIDAD

Las cocinas de casa cada vez son más pequeñas y los frigoríficos más grandes. Esto es así porque los cambios sociales acaecidos en nuestro contexto han provocado una minusvalorización de la importancia del acto de cocinar en el hogar de tal manera que hay quien cree que dedicar el tiempo a la cocina es perderlo. Debido a la importancia del trabajo productivo fuera del hogar también se ha priorizado el uso de alimentos fáciles de preparar, los denominados alimentos servicio. Cierto es que mujeres y hombres se enfrentan diariamente a jornadas laborales agotadoras e interminables. También es verdad que los alimentos servicio ofrecen comodidad y ahorro de tiempo en su preparación. En poco rato están disponibles para ser consumidos. Además también son fáciles de ingerir con lo cual el tiempo en la mesa disminuye ganándolo para estar en el sofá (si es que se puede, claro). Todo ello hace que estos alimentos servicio sean altamente demandados, no por su sabor sino por sus características funcionales.

5. Me tomo la libertad de contar que el síndrome de Estocolmo que se produce es de tal dimensión que incluso un empleado acosado, años más tarde, puede incluso invitar a una celebración personal a su acosador.

La industria, como siempre, ofrece el servicio. Para satisfacer la necesidad de dedicar poco tiempo a la preparación de alimentos las empresas del sector han creado los congelados, los negocios de *take away*, los de servicio a domicilio. También han nacido multitud de restaurantes de mayor o menor tamaño y calidad que dan servicio a los trabajadores (de todo tipo de cualificaciones) que no pueden volver a casa a la hora de comer. En los centros públicos sanitarios y educativos los catering ofrecen también el servicio: comedores en las universidades y en las escuelas donde los alumnos y profesores comen rápidamente para incorporarse de nuevo a su puesto de trabajo. Todo esto supone unas consecuencias nutricionales evidentes (nadie habla de los nefastos hábitos alimentarios que los niños realizan en los comedores escolares cuando se habla de su sobrepeso) y unas modificaciones culturales profundas. Cito dos de ellas como ejemplo: la sobremesa y la siesta. Tal y como se produce hoy en día la ingesta fuera del hogar ambas prácticas están en periodo de extinción y creo que habría que defenderlas con el mismo entusiasmo con el que se salvaguardan otros símbolos de nuestro patrimonio cultural. Si no, corremos el peligro de terminar comiendo en el coche viendo una película mala de cine, máxime cuando hay quien quiere reorganizar nuestros horarios con la excusa de hacernos más europeos (supongo que de los del norte). En síntesis, la centralidad que otorgamos al trabajo está modificando los hábitos alimentarios, ampliando por ejemplo las ingestas fuera del hogar (tanto de niños como de adultos) y sería conveniente reflexionar sobre ello.

5. SALUD: LA MEDICALIZACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN

Si hay algo que importe a la sociedad occidental es la salud. Entender que esto es así es importante para poder explicar algunos comportamientos actuales. El sujeto los lleva a cabo deseoso de evitar el dolor, prevenir la enfermedad y alargar la vida. Ahora no vamos a entrar en cómo se ha construido esta preocupación cuyo análisis resultaría realmente interesante. Lo que sí nos interesa resaltar es que un alimento asociado con la salud tiene altas posibilidades de ser consumido (primero comprado). Por ello, vamos a exponer cómo semejante obsesión mantiene la estructura de poder lo cual resulta imprescindible entender para comprender el porqué de la construcción de esta preocupación.

En el terreno de la ideología, la defensa de la salud es al mismo tiempo la represión de las pasiones⁶; represión tradicionalmente acentuada en la cultura protestante del mundo anglosajón. La manera en que la victoria de este modelo de vida está presente en nuestros días se puede interpretar a través

6. Esta medicalización está al servicio de la represión de las pasiones confirmando la idea de Fourier de que la historia de la humanidad es la historia de la represión de las mismas. El sueño utópico de una sociedad donde los seres humanos sean realmente apasionados fue expresado por Ch. Fourier a finales del XVIII. Quien quiera entender la defensa que hace de una sociedad distinta donde el hombre sea capaz de descubrir su universo pasional debe consultar la obra de este pensador francés.

del fenómeno alimentario y de sus relaciones con la salud⁷. Según Claude Fischler (1996: 374),

[...] hay, sin ningún tipo de duda, en materia de las tradiciones culinarias, de la relación con el cuerpo y la salud, de la sociabilidad alimentaria, dos Europas. [...] Constantemente se opone una Europa del sur a una Europa del Norte [...] Según esto, el sur sería más convencional, más fatalista tanto en materia de salud como de higiene de vida, más ligado a las tradiciones, sobre todo alimentarias; el Norte, más disciplinado, más fácilmente moralizante, y muy preocupado por las cuestiones de salud pública, por el entorno, la moral colectiva e individual, la nutrición. La oposición [...] reposa [...] no en el carácter latino o nórdico, tampoco en factores climáticos a menudo invocados, sino en la tradición religiosa, fuertemente anclada en la cultura.

Cuando de lo que se trata es de generalizar un modelo de vida, anglosajón en nuestro caso, la apología de la salud está habitualmente presente. El énfasis continuo en la dieta mediterránea como prototipo de dieta saludable, lo ejemplifica. Como ha puesto de manifiesto Fischler (1996) esta dieta es un invento puritano anglosajón que pretende reformar las mentalidades modificando los hábitos alimentarios⁸:

[...] este tipo de preconizaciones se sostienen por presupuestos morales, si no moralizadores. La dieta mediterránea es un elogio de la frugalidad, de la maestría, de la restricción: es una norma moral ideal, al fin y al cabo una *utopía*, en el sentido etimológico (Fischler, *op. cit.*: 374).

Por poner fin con estos ejemplos, que vienen a justificar la idea de que hay un discurso moral subyacente en los consejos alimentarios que se ofrecen sobre la importancia de evitar según qué consumos en beneficio de la salud, retomo a Orwell y a la opinión que tiene Napoleón sobre la verdadera felicidad: consiste en trabajar mucho y vivir frugalmente. Fruto de esta ideología propongo que se lean con atención las prohibiciones de Napoleón sobre el beber alcohol, prohibiciones hacia el resto de animales de la granja que si se incumplen son castigadas con la pena de muerte, lo que obviamente no afecta a Napoleón que bebe copiosamente. Quien haya leído *Rebelión en la granja* sabe que también este cerdo prohíbe el consumo de azúcar, para los demás pero no para él, bajo el pretexto de que engorda. En todo esto subyace, pues,

7. Quien desee entender cómo la alimentación es una expresión de la cultura puede ver *El Festín de Babette*. Esta película narra, entre otras cosas, el conflicto entre normas, valores y creencias religiosas. Por un lado, Martina y Filipa, dos hermanas danesas llamadas así en honor a Martín Lutero y el teólogo luterano Philip Melanchton, y, por otro, la chef francesa Babette representan dos maneras diferentes de concebir el mundo: el de la Europa septentrional reformada (Dinamarca) y el de la meridional católica (Francia), véase V. Luzón y L. Cantarero, 1999.

8. Para entender cómo se produce este fenómeno hay que comprender el principio de incorporación que dice que tomar un alimento es, tanto en el plano real como en el plano imaginario, incorporar todo o parte de sus propiedades y que la incorporación funda la identidad (cf. C. Fischler, 1992; M. Chiva, 1979).

una retahíla de mensajes hipócritas que convendría comprender, por lo menos, para desenmascarar a *Squealer* y entender sus motivaciones⁹.

Si hasta ahora hemos querido poner al descubierto la ideología que subyace en los discursos sobre la salud que tiene como propósito el predominio de la misma veamos ahora qué intereses económicos pueden tener quienes también desean que estemos sanos. Para ello habrá que hablar de nuevo de la industria alimentaria.

Como sostiene Izuzquiza (2003a) uno de los tres poderes del presente es la actividad industrial que ha hecho que nuestra sociedad sea la de los productos. El producto industrial es artificial; su valor reside en la utilidad; es uniforme y fácil de repetir, y es objeto de compraventa. La economía, otro de los poderes del día de hoy, se sustenta en el consumo que es el motor del mercado. Entonces, la industria alimentaria fabrica productos comestibles que por definición son artificiales, útiles y uniformes con el objeto de hacerlos rentables, es decir, para ganar dinero. Estas características de los productos alimentarios los convierten en habituales en la cesta de la compra de los que quieren ahorrar tiempo y esfuerzos en la preparación (la comodidad y la prisa), y también de aquellos que sienten la necesidad de ser modernos¹⁰. Sin embargo, estos productos industriales raras veces se publicitan como tales. En su difusión hay una especie de ocultismo como si sintieran vergüenza de ser lo que son. Creo que sienten la necesidad de esconder su esencia porque sería un desastre económico. Lo corriente es que los industriales asocien a sus productos una imagen opuesta a lo que son: naturales-artesanales, sabrosos y únicos. Y, entre otras cosas, el discurso publicitario tiende a relacionarlos con la salud. Ya hemos dicho que la preocupación por la salud es una de las mayores inquietudes de los occidentales. Esta necesidad la “re-crea” la industria para conseguir vender los alimentos “medicalizados” que ha inventado. Cualquiera puede entender lo que digo: los alimentos denominados funcionales son un producto de la industria para obtener rendimientos económicos aunque ellos nos digan que se interesan por nuestra salud y algunos se lo crean. Todos estos alimentos funcionales cargados de omegas 3 y muy variadas vitaminas se exhiben en los anuncios publicitarios de una manera obsesiva. Me atrevería a decir que cuando se trata de este asunto es donde la publicidad es más falaz: mensajes estrambóticos, repletos de eufemismos, pero eficaces en términos empresariales: “Ayuda a tus defensas”, “Para ayudar al tránsito intestinal”, “Para sentirte ligera”, etc. El poder de la industria es tal que las políticas públicas de promoción de la salud parecen gestionadas por ella: campaña de cinco al día, estrategia NAOS, etc. Incluso, algunos médicos, radicalmente defensores de ciertos de estos alimentos mandan mensajes que hay que considerar con detenimiento. Recuerdo que una vez asistí a una charla de una médica especialista en nutrición que hablaba de los ingentes beneficios que tenía el consumo

9. Quien quiera comprender la figura de *Squealer* debe leer *Rebelión en la granja* de Orwell. Así comprenderá el papel que juegan los persuasores en el mantenimiento de la estructura de poder. Debo añadir que este personaje no ha pasado de moda sino más bien todo lo contrario.

10. Acerca de esta actitud hacia el presente, cf. Izuzquiza, 2004.

de sal sobre nuestra salud. Después de tres cuartos de hora enumerándolos alguien del público preguntó que quién patrocinaba sus estudios. La ponente dijo que la Fundación Sal y Salud. La siguiente pregunta era obvia: quien hablaba era una especialista en nutrición o la gerente de la citada fundación. Multitud de ejemplos similares a este se puede aportar donde predomina un lenguaje que se caracteriza por mentir, ocultar información, manipular y amenazar. Como no se trata de llenar páginas sino de aportar reflexiones concluyo este apartado invitando a que se piense en lo que hay detrás de los discursos de aquellos que obsesivamente nos quieren ver sanos.

6. LA SEGURIDAD

Toda esta preocupación por la salud no ha hecho nada más que incrementarse con las situaciones de crisis alimentarias que hemos vivido recientemente: desde el aceite de colza, pasando por las vacas locas, hasta la gripe aviar. Cada una de ellas tiene sus particularidades pero todas presentan puntos en común. Tienen tanta repercusión social que los políticos tiemblan cuando aparecen debido a sus consecuencias electorales; los industriales las temen por sus pérdidas económicas; y el público por su repercusión sobre la salud colectiva. Todo esto ha favorecido la aparición de una ingente legislación en materia de alimentos y la creación de variadas agencias encargadas de la seguridad alimentaria. La bibliografía sobre todo este asunto es copiosa incluso aquella que desde las ciencias sociales, como la antropología, analiza estos fenómenos de las crisis alimentarias. Desde luego que aconsejo su lectura porque proporciona una visión distinta del fenómeno.

En cualquier caso la preocupación por la seguridad alimentaria es obvia y el consumidor, como muestra de precaución, elige alimentos tecnificados asociados con esta seguridad. Ni qué decir tiene que en todo esto también hay preguntas que hacerse. Por ejemplo, el avance tecnológico es el tercero de los poderes que nombra Izuzquiza como característicos del presente. Su desarrollo aplicado a la alimentación ha sido impresionante. En pocos años hemos asistido al nacimiento de la biotecnología alimentaria: alimentos genéticamente modificados¹¹. Las consecuencias de todo este asunto sobre el "cuerpo" del consumidor están por ver. Hay movimientos opositores que denuncian el ansia de ganancias desmesurada de las grandes multinacionales del sector a las que también se acusa de liquidar la diversidad alimentaria planetaria, despreocupación por la salud, etc. Las multinacionales, por supuesto, generan otros discursos y nos hacen creer que se preocupan por el hambre en el tercer mundo, por el asentamiento de las producciones locales, por nuestra seguridad, etc.

11. Sobre biotecnología y alimentación recomiendo la consulta del número 27 de la *Revista d'etnologia de Catalunya*, coordinado por la Dra. Elena Espeitx, donde varios estudiosos reflexionan sobre este asunto.

7. LA ESTÉTICA CORPORAL

La importancia que hoy en día tiene el cuerpo está fuera de toda duda. A los seres humanos nos interesa tener una imagen corporal socialmente bien valorada porque nos hace sentirnos bien con nosotros mismos y porque sabemos que conseguimos el aprecio de los demás. Aunque parezca una trivialidad conviene recordar que el cuerpo “agradable” favorece las relaciones sociales (incluidas las profesionales). Por eso, su cuidado adquiere tanta importancia; es una importancia que se incrementa cuanto mayor es el rasgo de narcisismo.

Es tanto este interés que también los científicos le prestan atención. Hay multitud de investigaciones que hablan sobre él. Las disciplinas que lo analizan son variadas: médicas, sociales, humanas. Asimismo en su homenaje se celebran multitud de congresos, jornadas, cursos, charlas, etc., y el número de publicaciones también es considerable.

Cuando se trata de mantener el cuerpo “bello” dos temas andan siempre sobre el tapete: la alimentación y el deporte. Según se cree para mantener un cuerpo “adecuado” hay que comer “bien” y practicar ejercicio. Sobre el deporte no vamos a hablar en este momento. Sí sobre las relaciones entre alimentación y cuidado corporal. Intentar sistematizar todo lo que se dice sobre estas relaciones es una tarea imposible: multitud de revistas de divulgación, de cotilleo, pseudocientíficas, dominicales, etc., nos aleccionan; cantidad de programas televisivos (de cocina, de cotilleo, de concurso, etc.) nos aconsejan; la radio nos adiestra, los médicos nos regañan; familiares y amigos nos amaestran.

Entre unos y otros han generado una pandemia de daños psicológicos de proporciones epidemiológicas no evaluadas en forma de sentimientos de culpa, desagrado del propio cuerpo, frustraciones intolerables, angustias variadas, adicciones absurdas, ritualizaciones obsesivas, etc., etc., que están a la altura de cualquiera de las mayores pestes de tiempos pretéritos que provocaron ingentes enfermos y muertes.

8. EL PRECIO Y LA AVARICIA

Sería insultante no mencionar que hoy en día, a pesar de la aparente riqueza que todos poseemos, hay innumerables personas en nuestro contexto cercano para los cuales el precio de los alimentos condiciona la cesta de la compra. Raras veces se les presta atención a estos “consumidores” a los que se bombardea con la importancia de un cuerpo sano y bello generando sentimientos de culpa si atienden antes a la economía que a estas necesidades creadas. Sin embargo, la atención al presupuesto existe y un buen número de compradores seleccionan los lugares de compra y los productos en virtud de su valor económico.

Todo esto no tiene nada que ver con el Harpagón de Moliere que prefiere dejar de comer antes que gastarse dinero en adquirir alimentos. No sé si existe alguien capaz de morir de hambre antes que rascarse el bolsillo, de la

misma manera que no creo que la anorexia esté relacionada con la tacañería, pero sí que cierto rasgo de avaricia privilegia el disfrute de los ahorros sobre el del paladar. Quién así funciona come para satisfacer el hambre y prefiere, para alcanzar tal fin, los productos más económicos del mercado. También la industria atiende su sordidez en cuya cadena de montaje se crean alimentos baratos.

Amén de que la pobreza y la avaricia, siendo fenómenos distintos, están presentes y condicionan las preferencias alimentarias habría que preguntarse sobre la evolución del presupuesto familiar. Durante los últimos años otras partidas como la compra de la vivienda, las vacaciones, los colegios de pago, la ropa, etc., toman mayor importancia que los gastos en alimentación en algunos hogares familiares. Sobre ello quizás convendría también hacerse algunas reflexiones.

9. MUNDO DE LAS IMÁGENES: OSTENTACIÓN Y DIFERENCIACIÓN SOCIAL

La importancia de las imágenes en el mundo occidental es algo que ya no puede ser puesto en entredicho por lo que no voy a argumentarla. Sin embargo, sí que quiero manifestar cómo se expresa en el terreno de la alimentación humana porque considero que es de capital importancia el deseo de apropiación de un mundo de imágenes como un ingrediente de las preferencias alimentarias. Los científicos sociales que han estudiado la alimentación saben qué quiere decir que el ser humano no solo ingiere nutrientes sino también símbolos. Gracias a Fischler (1992), y a otros estudiosos, sabemos que los alimentos transmiten significados que son incorporados por el sujeto junto con las propiedades nutricionales de los mismos. En el contexto de la abundancia, la apropiación de imágenes puede motivar, en mayor medida que la de nutrientes, las preferencias. Es decir, que los criterios de orden psicosocial y cultural influyen más que los biológicos, u otros de orden material, a la hora de seleccionar qué comer. Insisto en que todo esto se produce en el contexto de la sociedad occidental donde la escasez ha desaparecido a simple vista porque a tenor de algunas investigaciones socioantropológicas hay grupos de individuos que padecen hambre (grupos de inmigrantes, ancianos, ciertas mujeres de familias monoparentales, etc.).

Pues bien, apropiarse de imágenes que traducen prestigio motiva los gustos, las selecciones y las prácticas alimentarias. La importancia de las marcas es relevante. Algunas de ellas asocian sus productos con el estatus sabiendo que así se dirigen a un público deseoso de apropiarse de él. Ciertamente estas marcas transmiten otras consideraciones (calidad, seguridad, etc.) pero el papel que juegan en la recreación del prestigio es tan relevante como el que desempeñan en el resto de propiedades.

Algunos alimentos también permiten la diferenciación. El vino es un buen ejemplo. Saber de vino proporciona capital económico y cultural (en términos de Bourdieu, 1991, una vez más). Este mismo autor ha profundizado suficiente en las relaciones entre alimentos y clase social por lo que no voy a entrar en

el tema en este momento. Lo que sí que me interesa resaltar es que para que proporcionen bienestar subjetivo la adquisición de estatus ha de ser pública. De nada sirve a uno mismo remover la copa de vino una y otra vez si nadie le presta atención. Cierto es que habrá quien lo realice en la intimidad buscando un placer estético que desconocen los que lo hacen públicamente. Pero en términos generales, como decimos, la ingesta de alimentos de estatus adquiere importancia fuera del contexto de la privacidad.

Comer en el contexto de la distinción puede constituirse como un momento de tensión: cuando estás con el Otro “experto” estás sujeto a presiones que hacen que este encuentro no sea de relax. Según qué pides de lo que se ofrece en el menú y si se te ocurre preguntar para eliminar ciertas dudas que puedes tener sobre un plato o un vino siempre está el “experto” de turno que quiere manifestar su superioridad intelectual o económica asegurando que te regalará un recetario para que te enteres con el único propósito de poner de manifiesto su sapiencia.

Como ya hemos adelantado la industria alimentaria conoce a la perfección estas maneras de comportarse, maneras exclusivamente humanas (que se sepa, el resto de seres vivos comen para satisfacer su necesidad biológica). También lo saben los propietarios de restaurantes. Utilizando un lenguaje pomposo ofrecen sus platos como si se tratara de alhajas únicas. Grandes platos (en sentido literal porque es así: mucho plato para un ravioli), lenguaje barroco y mucho marketing: esto es a mi juicio lo que hacen los cocineros de postín (artistas, restauradores). El negocio consiste en vender imágenes para que el sujeto, adquiriendo el producto asociado con dichas iconografías, crea entrar en el mundo de las élites. Entrada que proporciona más placer mental que gustativo: supone diferenciarse, aparentar bienestar económico, pero siempre, como hemos adelantado, en presencia del Otro. Este puede aceptar dócilmente la sumisión que se le impone o más bien enfrentarse a ella.

10. CONCLUSIÓN

En el texto hemos presentado una serie de valores socioculturales y de actitudes que explican parte de las preferencias alimentarias humanas en el contexto de la sociedad occidental del presente: la identidad cultural, el deseo de mestizaje, las ansias de placer, la búsqueda de la comodidad y del ahorro de tiempo, la preservación de la salud, la precaución en términos de seguridad, la preocupación por la estética corporal, el sentido del precio y la avaricia, y el mundo de las imágenes con sus consecuencias en la ostentación y la diferenciación social.

Mi propósito al enumerar todos estos factores que condicionan las preferencias ha sido crítico; crítico no para echar por tierra nada en particular sino porque mi intención ha sido ir a la raíz del asunto. Es decir, he querido poner de manifiesto que parte de los citados valores son una construcción que satisface intereses distintos.

Si esto es así, lo que está sujeto obviamente a consideraciones más profundas, parecería que las motivaciones de la selección alimentaria son todo menos “naturales”. Pues esto es efectivamente lo que quiero señalar: que las preferencias alimentarias nacen como resultado de la interacción social en un contexto cultural concreto. Es decir, que en ellas hay poco de biología y mucho de cultura.

11. BIBLIOGRAFÍA

- BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1991.
- CHIVA, Matthieu. « Comment la personne se construit en mangeant ». In: *Communications*, 31. 1979; pp. 107-118.
- CONTRERAS, Jesús; GRACIA ARNAIZ, Mabel. *Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas*. Barcelona: Ariel, 2005.
- CONTRERAS, Jesús; RIERA, Antoni; MEDINA, Xavier (dir.). *Sabores del mediterráneo. Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*. Barcelona: Iemed, 2005.
- DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (coord.). *¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles*. Madrid: Fundamentos, 2005.
- ; GÓMEZ BENITO, Cristobal (coords.). “Consumo, Seguridad alimentaria y Salud” (número monográfico). En: *Revista Internacional de Sociología*, Tercera época, nº 40, enero-abril. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2005.
- EL PAÍS, “Toros y fiestas populares. Memoria gráfica de la historia y la sociedad españolas del siglo XX”. En: *Colección La Mirada del Tiempo*, nº 19. Madrid, 2006.
- ESPEITX, Elena (coord.). “Biotecnologies i cultura (dossier)”. En: *Revista d'etnologia de Catalunya*, nº 27. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, noviembre 2005.
- FISCHLER, Claude. *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*. Milano: Mondadori, 1992.
- . “El modelo alimentario mediterráneo: mito y/o realidad”. En: MEDINA, Xavier (ed.). *La alimentación mediterránea. Historia, cultura, nutrición*. Barcelona: Institut Català de la Mediterrània d'Estudis i Cooperació, 1996; pp: 361-376.
- FOURIER, Charles. *La armonía pasional del nuevo mundo*. Madrid: Taurus, 1973.
- GRACIA ARNAIZ, Mabel; MILLÁN, Amado (coords.). “Alimentación, salud y cultura: enfoques antropológicos”. En: *Trabajo social y salud* (número monográfico), nº 51. Zaragoza: Asociación Española de Trabajo Social y Salud, julio 2005.
- GRAMSCI, Antonio. *Antología. Selección, traducción y notas de M. Sacristán*. Madrid: Siglo XXI, 1974.
- IZUZQUIZA, Ignacio. *Filosofía del presente. Una teoría de nuestro tiempo*. Madrid: Alianza. 2003a.
- . *Aragón como problema. Notas para una teoría*. Zaragoza: Biblioteca Aragonesa de Cultura, Institución Fernando el Católico, 2003 b.

Cantarero, L.: Reflexiones sobre el presente alimentario: maneras de ser, maneras de comer...

LUZÓN, Virginia; CANTARERO, Luis. "Eating the Cultural Dish: Confrontation and Resolution in Babettes' Feast and Eat, Drink, Man, Woman". In: CORNUT-GENTILLE D'ARCY, Chantal (ed.). *Culture & Power. Cultural Confrontations*. Zaragoza, Dpto. Filología Inglesa de la Universidad de Zaragoza, 1999; pp: 215-228.

MAFFESOLI, Michel. *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. México: Fondo de cultura económica, 2004.

ORWELL, George. *Rebelión en la granja*. Barcelona: Destino, 1988.