

¿Cómo citar este artículo?

Apellidos, Nombre (del autor) (2008). "Texto" (del artículo), en Pérez Redondo, R.J.; García Manso, A. y Escribano Castellanos, M. (Coords.) *Sociedad, consumo y sostenibilidad*. Toledo: ACMS, pp. (de inicio y final del artículo).

LA GLOBALIZACIÓN DEL CONSUMO ALIMENTARIO: ANÁLISIS SOCIOLÓGICO

Francisco Entrena Durán
Universidad de Granada

Resumen: Numerosas pautas nutricionales pierden hoy su tradicional carácter más o menos localista, al mismo tiempo que son incorporadas en sus hábitos alimentarios cotidianos por una creciente proporción de la población mundial con suficiente poder de compra para permitírselo. Esta incorporación se produce ya sea adquiriendo los productos y consumiéndolos en la privacidad de los hogares, ya acudiendo a esos restaurantes especializados que proliferan cada vez más en las ciudades del mundo. Como consecuencia, tiene lugar una paulatina globalización de las formas de consumo alimentario, en una situación en la que la agricultura, su comercialización y la producción de comida experimentan los cambios inherentes al paso del fordismo al posfordismo. Se analiza sociológicamente aquí el proceso de globalización alimentaria, enfatizando especialmente su incidencia en la configuración de los actuales estilos de vida y de las identidades individuales y grupales.

Palabras clave: Consumo Alimentario, Globalización, Fordismo, Posfordismo, Estilos de Vida, Identidades.

1. INTRODUCCIÓN

Se parte aquí de la idea de que los hábitos alimenticios se producen y reproducen socialmente; es decir, son construcciones sociales, lo mismo que son también susceptibles de ser concebidas como construcciones sociales la generalidad de las actividades o realidades sociales significativas para los sujetos humanos (Berger y Luckmann: 1979). Desde luego, esta presuposición no significa que se ignore el carácter natural o biológico del hecho de nutrirse. Lo que pasa es que este hecho, ya desde los más remotos orígenes de la humanidad, ha sido revestido de una significación cultural y social. Así, ya antes del descubrimiento humano de la posibilidad de cocinar o transformar determinados productos de la naturaleza de cara a nutrirse, desde el momento mismo en que la ingestión de tales productos es dotada de un sentido por parte de los que los consumen, puede considerarse el hecho de comer como una actividad cultural y social (Entrena: 1997).

La persistente dificultad de deslindar nítidamente entre lo social y lo natural está en el origen de los reiterados debates que se han suscitado en el ámbito de las Ciencias Sociales acerca de ello. Una consecuencia de tales debates es que los significados y el peso relativo atribuidos a cada uno de los dos polos del binomio naturaleza / sociedad han variado a lo largo de la historia y difieren de unos contextos socioculturales a otros. De todas formas, como tendencia evolutiva general, puede afirmarse que, a medida que con el transcurrir del tiempo se han ido ampliando la

envergadura y los efectos de la acción humana sobre el entorno natural, se ha experimentado una creciente preponderancia de lo sociocultural sobre lo natural.

Es más, la propia naturaleza se ha ido modificando como consecuencia de la paulatina influencia sobre ella de lo social, por lo que puede hablarse de una especie de construcción social de la naturaleza (Eder: 1996). Esto se manifiesta, por ejemplo, en las adaptaciones biológicas experimentadas por un gran número de seres humanos adultos de cara a tolerar sin problemas el consumo de leche de vaca, cabra, camella, etc... Para que ese consumo fuera posible, aquellas sociedades que habían domesticado herbívoros mansos tuvieron que desarrollar en su organismo la capacidad de sintetizar la lactasa; es decir, la enzima que descompone el azúcar de la leche en glucosa y galactosa y hace posible su metabolismo en el intestino. Este hecho invalida la idea, tan generalizada en nuestro contexto, de que la leche de herbívoros es el mejor alimento natural, pues la normalización de su consumo es el resultado de un proceso social. Un proceso que no se ha experimentado en otras sociedades, como, por ejemplo, entre los aborígenes americanos, australianos o de las islas del sur del Pacífico, ni tampoco entre los nativos del norte y el sudeste de Asia o en China y Japón, donde se domesticaron cerdos en vez de vacas, por lo que han de recurrir a otras fuentes alimenticias para conseguir el calcio que necesita su organismo. De ahí, que la “naturaleza” de estas poblaciones no se haya adaptado al hecho de beber leche, no previamente trasformada o predigerida en forma de queso o yogur. Un hecho que les ocasiona efectos desagradables, por lo que no incluyen la leche líquida entre sus preferencias y recomendaciones alimentarias (Flichtentrei: 2006).

Ya antes del nacimiento empiezan a construirse socialmente las “inclinaciones naturales” de cada individuo, relativas a su gusto, según las diferenciadas actitudes al respecto de su clase o grupo social de pertenencia. Así, en el líquido amniótico, se aprende a gustar porque su composición cambia en función del tipo de alimentos que ingiera la madre. Posteriormente, en el periodo de la lactancia, el sabor de la leche experimenta cambios sutiles según la ingesta materna, de tal forma que investigaciones han manifestado que, cuando su progenitora ha comido por ejemplo ajo, el bebé nota el cambio de sabor (Flichtentrei: 2006). Por tanto, ya desde sus épocas vitales más tempranas, el niño comienza a interiorizar el universo gustativo característico de la situación social de su familia, con lo que la formación de una inclinación tan aparentemente “natural” como es el gusto, entendido como la propensión a consumir unos determinados alimentos y a rechazar otros, es un hecho más que contribuye en la reproducción de las diferentes posiciones sociales.

En tanto que resultado de un proceso de construcción social, la formación del gusto conlleva el des-pliegue de una serie de prácticas y actitudes sociales relativas, por ejemplo, a como percibimos el medio ambiente, a como producimos los alimentos (o sea, a la tecnología y los procedimientos que usamos para ello) o a qué cosas decidimos considerar como “alimentos” y cuales otras como no comestibles. En suma, se trata de todas esas prácticas y actitudes que nos llevan a decidir que es el “buen comer” o el “mal comer”, las cuales, de esta forma, legitiman nuestras

preferencias y aversiones alimentarias. Preferencias y aversiones que no se fundamentan, tanto en las cualidades nutricionales de los alimentos, como en las significaciones atribuidas a ellos y / o a su consumo por los grupos sociales de pertenencia o referencia que han conformado y conforman el proceso de socialización alimentaria de los sujetos.

Ese proceso de socialización sucede en un contexto socioeconómico específico, cuya consideración resulta imprescindible para estudiar y comprender adecuadamente la construcción y la evolución social de los hábitos alimentarios. Por ello, este trabajo, antes de acometer una aproximación sociológica general al estudio de los actuales hábitos alimentarios (Díaz Méndez y Gómez Benito: 2001), en tanto que factores de construcción de la identidad colectiva y de diferenciación social, examina las consecuencias de las recientes tendencias hacia la globalización y desterritorialización del consumo alimentario y por ende de la agricultura (Le Heron: 1993). Tendencias que constituyen el contexto socioeconómico en el que se desarrollan los actuales hábitos alimentarios y que acontecen a la vez que tiene lugar el gradual tránsito del fordismo al posfordismo.

2. GLOBALIZACIÓN Y PÉRDIDA DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

Hace ya tiempo que, debido al creciente desarrollo de los intercambios comerciales internacionales, el consumo alimentario ha dejado de estar mayoritariamente limitado a los cultivos autóctonos de cada país o territorio local. La progresiva globalización socioeconómica ha conllevado una paulatina deslocalización y desestacionalización de las dietas, a la vez que la extensión de pautas de consumo muy similares a escala planetaria. Con el término globalización se hace referencia aquí al hecho de que la totalidad de las gentes del mundo se hallan insertas en una única sociedad mundial, una sociedad global (Albrow: 1990, 9; Robertson: 1993). En tal sociedad se afirman grupos de intereses y redes de relaciones económicas, sociales y políticas de carácter transnacional, a raíz de lo que se experimentan procesos de creciente pérdida de soberanía y capacidad de maniobra de los Estados, a la vez que las grandes multinacionales alimentarias extienden sus redes productivo-comerciales por todo el planeta (Entrena: 1995). Como consecuencia, los agricultores y los consumidores de productos agroalimentarios pierden control sobre los procesos de globalización en los que se hallan insertos.

La globalización ocasiona dos efectos contradictorios en la alimentación: de una parte, la creciente homogeneización mundial de las dietas (y de las actitudes psicosociales ante ellas) y, de otra, una búsqueda de la diversidad, que tiende a intensificarse precisamente como reacción frente a dicha homogenización. En cualquier caso, las consecuencias homogeneizadoras de la globalización sobre la alimentación son preponderantes en un grado tal que acaban, frecuentemente, por mermar seriamente el grado de soberanía alimentaria de los contextos locales. Se considera que existe soberanía alimentaria cuando la determinación y el abastecimiento de las demandas de alimentos de la población tienen lugar a partir de

la producción local de un específico ámbito nacional, regional o local, respetando la biodiversidad productiva y cultural.

Para garantizar la soberanía alimentaria, es preciso que dicho ámbito controle autónomamente la producción y la comercialización de los alimentos, a la vez que se requiere de la promoción de prácticas y tecnologías agrarias que aseguren la preservación de la biodiversidad y la protección de las producciones locales, regionales o nacionales. Asimismo, es fundamental establecer políticas agrarias capaces de crear unas condiciones socioeconómicas y normativas adecuadas para un acceso justo y equitativo al agua, la tierra, los recursos energéticos y los mercados. La inexistencia de estas condiciones en Latinoamérica, junto con los procesos de globalización neoliberal implementados en ella durante las dos últimas décadas del siglo XX, han contribuido sobremedida a que varios países de ese continente estén desarrollando una agricultura sobre todo para la exportación (en los últimos años crecientemente centrada en la producción de biocombustibles), mientras que tienen que importar para su consumo doméstico considerables cantidades de alimentos locales básicos para su dieta (como, por ejemplo, en México, el frijol o el maíz) en cuya producción tradicionalmente han sido autosuficientes. Como consecuencia, tales países experimentan una progresiva reducción de su soberanía alimentaria e incluso crisis periódicas en el abastecimiento de alimentos, ya que su abastecimiento alimentario está, cada vez más, en manos de una serie de empresas transnacionales fuera de su control.

En aras de la liberalización mundial del comercio, se están aplicando, en Latinoamérica y en otras partes del planeta, políticas económicas de ajuste que están destruyendo o amenazando seriamente las capacidades productivas de las sociedades locales, regionales o nacionales y acarreado la globalización del hambre y de la pobreza. En este contexto, están surgiendo crecientes reivindicaciones en defensa de la biodiversidad y la soberanía alimentarias, por parte de diversas poblaciones nacionales, regionales o locales. Tales reivindicaciones emergen cuando muchos son conscientes de que hay que implementar los medios y los controles colectivos apropiados para asegurar el autoabastecimiento y la seguridad alimentaria de la población. De una parte, con referencia al autoabastecimiento, dichos controles contribuirían a evitar problemas como, por ejemplo, la sobreexplotación de especies marítimas, su consiguiente agotamiento, ruptura de las cadenas tróficas y depredación de las aguas. Por otra parte, en lo relativo a la seguridad alimentaria, el hecho de idear controles colectivos de los sistemas de producción alimentaria es una de las mejores estrategias para actuar contra la aparición y / o la expansión de las enfermedades relacionadas con ciertas maneras actuales de producir alimentos como, por ejemplo, la agricultura dependiente de los agroquímicos, que acarrea la contaminación de los acuíferos.

El control colectivo de los procesos de producción alimentaria y el que éstos sean cada vez más transparentes se hacen hoy especialmente necesarios, ya que dichos procesos resultan, a menudo, muy difíciles de comprender y vigilar por parte de la población. Sobre todo, debido a que la progresiva industrialización y

mecanización de la agricultura y de la elaboración de los alimentos propicia unas formas de producción, conservación y comercialización que nos abocan a confiar a “sistemas de expertos” (a menudo, opacos o, desde luego, no fácilmente entendibles por el común de la gente) el control de “eso” que la agroindustria nos vende como comida. A este respecto, la tesis doctoral de Mohammed Karim Hassouan, investigador del Departamento de Química Analítica de la Universidad de Granada, dirigida por los profesores José Luís Vílchez Quero, Alberto Navalón Montón y Oscar Ballesteros García, ha demostrado la presencia de quinolonas (el grupo más importante de antibióticos sintéticos utilizados en medicina humana y veterinaria actualmente) en alimentos, tales como el huevo de gallina, la leche de vaca, la carne de pollo, de ternera o de cerdo, y en el hígado de cerdo. Ello provoca en el ser humano efectos tóxicos, desarrollo de resistencia bacteriana e hipersensibilidad alérgica; pero, además, ocasiona problemas ambientales (contaminación de aguas y suelos) e industriales (producción de queso, mantequilla o yogurt) (Revista Campus, 2007, N° 246, p. 10).

Esta situación, en la que la agroindustria y sus canales mediáticos han reemplazado a la experiencia común tradicional de las poblaciones en cuanto a como producir y consumir alimentos, acontece en un contexto socioeconómico global, en el que tiene lugar una paulatina extensión del mercado de los platos precocinados, de los potenciadores de sabor, de los conservantes y de otras diversas sustancias que manifiestan unos procesos más complejos de elaboración de los alimentos, ya sea con fines de asegurar su conservación, facilitar su cocinado o con propósitos meramente estéticos, de cara a buscar nuevas presentaciones del producto. Ello redundará en una gradual pérdida de autonomía de los consumidores en lo que se refiere a la determinación de sus pautas alimentarias, las cuales incrementan progresivamente sus niveles de dependencia respecto a lo que marcan las transnacionales alimentarias. Éstas cuentan cada vez con más recursos para divulgar, cuando no imponer, mediante la publicidad, criterios de presentación o envasado de los productos y, de uno u otro modo, procuran el establecimiento de unos modelos y cotas de producción alimentaria acordes con el mantenimiento de niveles de precios en consonancia con sus intereses.

3. EL TRÁNSITO DEL FORDISMO AL POSFORDISMO Y LA CRECIENTE EXPANSIÓN DE UN MERCADO GLOBAL DE PRODUCTOS EXÓTICOS

Las crecientes exigencias de calidad alimentaria están en consonancia con las actualmente muy extendidas preocupaciones por los riesgos que, para la salud, pudieran derivarse de no seguirse las necesarias garantías sanitarias en los procesos de cultivo y preparación de los alimentos (Beck: 1993). El eco alcanzado en los medios de comunicación hace años por cuestiones como el problema de las “vacas locas”, la presencia de dioxinas en la carne de pollo o la peste porcina, han contribuido a incrementar el interés de los europeos por la salubridad de los alimentos. Interés que se afianza a medida que tienen lugar las presentes

transformaciones experimentadas por el sistema productivo mundial. Como consecuencia de tales transformaciones, la clásica orientación proteccionista de naturaleza “fordista” (es decir, sustentada en la elaboración masiva de productos homogéneos) es, gradualmente, reemplazada por otra que suele enfatizar la mayor flexibilidad, el diseño, la especialización, la competitividad y, especialmente, la calidad. Se trata de los presupuestos que sustentan el posfordismo (Clarke: 1990).

A escala socioeconómica global, el tránsito del fordismo al posfordismo es también un efecto de la necesidad de adaptación de la economía fordista de superproducción y de relativa saturación de la oferta, lo que requiere el arraigo de la tendencia a incentivar el consumo y el gasto. Ello se corresponde con una situación en la que, para amplios sectores de la población de los países desarrollados, se ha logrado vencer al fantasma de la escasez alimentaria que secularmente ha acosado, de manera más o menos cíclica, a la humanidad. Es más, hoy es patente que se pueden producir muchos más alimentos de los necesarios para mantener a toda la población mundial; sobre todo, debido a que disponemos de medios técnicos y de conocimientos científicos que lo hacen posible. Hemos llegado, por lo tanto, a una situación en la que el problema básico no es ya, tanto obtener alimentos suficientes para garantizar la nutrición de la población existente, como asegurar su equilibrada producción y distribución por la generalidad del planeta. No obstante, la persistencia de preocupantes muestras de desnutrición y de hambrunas reiteradas, sufridas por una considerable parte de la población mundial, evidencian que la seguridad alimentaria (entendida como el derecho a recibir la alimentación cultural y nutricionalmente adecuadas) no depende sólo de la suficiencia de alimentos o de las potencialidades existentes para producirlos, sino también, muy especialmente, de las posibilidades que ofrecen las estructuras socioeconómicas y políticas en lo relativo a asegurar el acceso a los alimentos a la generalidad de la población que las integra.

Así, la existencia planetaria de unas injustas y profundamente desigualitarias estructuras socioeconómicas y políticas es la causa principal de que, en un contexto de elevada producción y excedentes de alimentos, tengamos que soportar la vergüenza de que una gran parte de la población mundial sufra el hambre y la desnutrición; es decir, no tenga asegurada su seguridad alimentaria. Situación que no impide que, en paralelo a ello, otra significativa parte de la población tenga un bienestar y capacidad de compra suficientes como para constituir la base de ese mercado, en continua expansión en las sociedades desarrolladas y entre los grupos poblacionales más pudientes, regido por las pautas de producción y consumo posfordistas.

El posfordismo no sólo se caracteriza por la búsqueda de la calidad, sino también de la singularidad, la diversidad y la salud. Ello se manifiesta, por ejemplo, en el crecimiento de la demanda de productos exóticos procedentes de lejanas partes del planeta, cuya creciente comercialización mundial es una muestra más de la globalización alimentaria. Como consecuencia de esa comercialización, se están difundiendo determinados productos y métodos culinarios locales, considerados exóticos debido a la tradicional restricción de su distribución a su ámbito de cultivo,

lo que contribuye a ampliar la oferta alimentaria mundial. Sobre todo, esos productos exóticos expanden su mercado en el mundo desarrollado, cuyos consumidores tienen una capacidad de compra suficiente como para plantearse una demanda creciente de ellos. Particularmente en la Unión Europea, los consumidores exigen una disponibilidad cada vez mayor de alimentos a lo largo de todo el año (Chavarrías: 2006). Ello se traduce en un incremento de productos exóticos, los cuales, no sólo son requeridos para su consumo directo, sino también para la elaboración de determinados productos como, por ejemplo, el pan, en el que se han empezado a introducir frutas procedentes de zonas tropicales, especialmente de Sudamérica y Asia, tales como el coco, la granada, el mango o la papaya. La continua expansión del mercado de estas frutas se enmarca en el contexto posfordista de permanente aumento de las exigencias de los consumidores respecto a la calidad, la singularidad y, especialmente, la salud. Por ejemplo, las granadas son consumidas directamente o introducidas en el pan debido a que contienen polifenoles, sustancias a las que se les atribuyen efectos potenciales en la prevención de algunos cánceres y de la hipertensión arterial.

En estas circunstancias, la alimentación ocupa un lugar cada vez más destacado en el presupuesto de unos consumidores para los que su salud es una preocupación prioritaria. La salvaguarda de la salud y la búsqueda del exotismo son tal vez las dos principales razones de que, entre 2001 y 2004, se haya producido en la Unión Europea un incremento del 26% en la demanda de fruta exótica. No obstante, en los EEUU el mercado de productos exóticos es aun superior, y se prevé que continúe acrecentándose. Uno de los productos que mayor aumento ha tenido es el del té, con el que está previsto que suceda lo mismo que ya ocurrió con el vino, el café y el chocolate, cuyo consumo se ha extendido debido, en gran medida, a las valoraciones positivas que diversos estudios científicos les han atribuido, especialmente en lo que se refiere a sus supuestos beneficios para la salud. Al té verde y negro, que son los más demandados por los consumidores, se les une ahora el té blanco, con una concentración más elevada de antioxidantes y menos cafeína que los dos anteriores.

Por otra parte, los llamados “alimentos de moda”, como las tapas mexicanas y las tailandesas, comienzan a formar parte de la alimentación cotidiana europea. Asimismo, en 2005, 81 nuevos productos conteniendo frutas exóticas fueron introducidos en Europa; algunos de ellos tenían mango, coco, papaya y pomelo. Específicamente, en España, sandías amarillas procedentes del Lejano Oriente, sandías sin pepitas o de color naranja son algunos de los alimentos nuevos introducidos en ella durante los últimos años.

Otros productos exóticos, menos conocidos, cuyo mercado también se está expandiendo en Europa, son la yuca, el ñame y la malanga (tubérculos), el tamarillo (fruta) y los pimientos africanos. Asimismo, en 2005, se importó en Europa una significativa cantidad de uchuva, fruta redonda, amarilla, dulce y pequeña procedente de Colombia. La uchuva constituye, junto con otros productos como la pitahaya, el mango, la feijoo, el bananito, la lima tahitía, la piña golden, el maracuyá y el lulo, uno de los productos que integran la oferta colombiana de productos exóticos. A esto

hay que añadir que los consumidores europeos (en especial, los británicos) tienen un acceso cada vez más fácil al acai, fruta procedente de Brasil ya comercializada en Nueva Zelanda, Australia, Sudamérica, Japón, EEUU y Oriente Medio.

Dicha fruta, de aspecto parecido al de las uvas, ha formado parte históricamente de la alimentación de las tribus indias, que la denominan “içá-içá” (la fruta que llora). La cada vez mayor preocupación por la salud está, sin duda, detrás de la creciente comercialización de esta fruta, pues se han podido comprobar sus efectos antioxidantes y contiene elevados niveles de antocianinas, unos pigmentos que se hallan en muchas frutas oscuras, como las cerezas y las uvas, y también en el vino tinto. Pigmentos, a los que se les atribuye una importante función en la prevención de la degeneración de células de órganos en animales mamíferos y en los seres humanos, según estudios realizados por expertos de la Universidad del Estado de Ohio (EEUU).

4. LA ALIMENTACIÓN COMO FACTOR DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y DE DIFERENCIACIÓN SOCIAL

Durante los milenios de existencia de la humanidad, en los que han preponderado unas economías agrarias de subsistencia caracterizadas por su crónica incapacidad de producir suficientes alimentos para la generalidad de la población, por la escasez permanente y por las hambrunas cíclicas, ha sido normal que las diferencias entre los pobres y los ricos, en lo que a la alimentación se refiere, se hayan manifestado, a menudo, como un contraste brutal entre, de una parte, la amenaza de los primeros de morir por inanición o su práctica imposibilidad de acceder a los nutrientes básicos y, de otra, la virtual opulencia de los segundos y su consiguiente fortuna de comer hasta la saciedad, incluso más allá de sus necesidades biológicas. En cambio, en el actual contexto posfordista, en el que la disponibilidad y el grado de comercialización planetaria de diversos alimentos han aumentado considerablemente, las diferencias entre los pobres y los ricos suelen mostrarse de forma distinta, como se verá a continuación.

En primer lugar, en las presentes sociedades avanzadas, en las que suele haber abundancia de alimentos, o al menos capacidad de producirlos en grandes cantidades, la pobreza ya no se muestra, a menudo, como esa inanición y delgadez extremas que podían incluso causar la muerte, sino más bien como una imposibilidad de alimentarse de manera equilibrada aun a pesar de poder comer en demasía y sufrir problemas de obesidad. De hecho, en nuestro tiempo es relativamente habitual una gordura característica de las clases bajas. Un ejemplo de esto es la obesidad extrema de muchos de los evacuados de Nueva Orleans durante las inundaciones y la devastación que, a finales de agosto de 2005, provocó el huracán Katrina en dicha ciudad. Las imágenes televisivas de tales evacuados, que debido a su pobreza y consiguiente falta de medios propios no habían podido abandonar la ciudad antes de la catástrofe y se habían refugiado en el estadio ‘Superdome’, resultaron bastante reveladoras de como, incluso en una sociedad rica como la Norteamericana, prolifera

esa gordura típica de la escasez entre sus clases bajas. Una gordura que muestra que los que la padecen pueden comer hasta sentirse saciados pero que, con frecuencia, no impide que sufran carencias nutricionales básicas como la falta de hierro de las embarazadas, la caída de los dientes por falta de calcio o la existencia de una apreciable cantidad de personas de baja talla, que no han llegado a desarrollar su potencial genético de altura debido a que son desnutridos crónicos. No obstante, a medida que las sociedades se desarrollan y se expanden en ellas los sectores sociales medios, con niveles socioeconómicos, culturales y adquisitivos más elevados, se observan tendencias hacia una gradual preocupación por la calidad por parte de la generalidad de tales sectores. De esta forma, en contextos en los que la mayoría de la población hace tiempo que ha satisfecho sus necesidades biológicas nutricionales básicas, se afianzan cada vez más las actitudes ante el consumo propias de los que viven en una relativa abundancia y, por lo tanto, participan de un hedonismo materialista que choca de lleno con los valores de laboriosidad y ahorro que, de acuerdo con Weber (1984), caracterizaban al espíritu del primer capitalismo. Una consecuencia de ello es una desmovilización importante de los asalariados que disfrutaban de estas condiciones, resultado de una transformación de sus expectativas y aspiraciones (Boltanski y Chiapello: 2002, 38). Tales expectativas y aspiraciones ya no se fundamentarían, para muchos de los actuales consumidores, tanto en la opción por unos determinados valores representativos de una forma de ver el mundo y la sociedad, como en los dilemas y los goces que se derivarían de las mayores posibilidades de elección de bienes que les ofrecen las presentes sociedades. Unas sociedades, en las que se observa una creciente propensión a manifestar, a través de las pautas y los hábitos que determinan la adquisición y el consumo de alimentos, una cada vez mayor interiorización colectiva de valores y actitudes de carácter posmaterialista (Inglehart: 1991).

Sobre todo, estos valores y actitudes ante el consumo alimentario se afianzan entre los sectores sociales medios y altos. En ellos, la gente disfruta de unas condiciones socioeconómicas y culturales que le llevan a ser consciente de que puede elegir y de que el gusto es algo que es propio de su posición social. Pero, incluso aquellos que tienen niveles bajos de ingresos, cuyo margen de elección es mucho más limitado, suelen también pensar que su sentido del gusto proviene de sus elecciones y preferencias individuales. El resultado es que cada sector de ingresos tiende a considerar que sus distintivas formas de alimentación, expectativas y actitudes ante ella son las correctas.

Cada sector social tiene una concepción de qué cuerpo es el ideal y, en razón de ello y de sus posibilidades socioeconómicas, no come cualquier cosa, sino los alimentos que considera le ayudan a acercarse a ese ideal, el cual es muy diferente para cada grupo de ingresos (Shilling: 1993). En este sentido, las clases alta y media no anhelan un cuerpo robusto y más o menos voluptuoso, sino sano, al cual equiparan con un cuerpo delgado. Así, como subraya Patricia Aguirre (2000, 2001, 2003), los estratos sociales altos y medios han dado en conformar una sociedad "lipófoba" que huye de las grasas. Les preocupa su nivel de colesterol como forma de

evitar el infarto o el accidente cerebro-vascular. Para ellos, la delgadez es asociada a la búsqueda de la salud, entendida de forma meritosa: al cuerpo sano se llega mediante un continuo esfuerzo personal. No se trata de realizar dietas transitorias, sino de llevar todo un régimen de vida para salvaguardar la salud.

En suma, cada grupo de ingresos desarrolla sus particulares ideas acerca de lo que son sus necesidades básicas de consumo, en función de su concepción de la salud y la belleza corporal y / o de su visión del propio hecho de alimentarse. En primer lugar, respecto a lo relativo a las ideas de salud y belleza corporal, como señala Aguirre con referencia al caso de Argentina, el ideal de belleza femenina “en los sectores de ingresos bajos es una mujer de caderas redondeadas, que ‘está fuerte’. Son las chicas que (...) No son esmirriadas pero tampoco gordas: tienen tetas, culo, tienen ‘de qué agarrarse’” (citada por Flichtentrei: 2006). Y este ideal, según Aguirre, se basa en las propias exigencias del mercado laboral: “¿cómo no van a querer un cuerpo fuerte los pobres si los trabajos que pueden tener son de mano de obra intensiva? Un estibador, un albañil, no pueden ser flaquitos, enclenques. Porque el empleador elegirá al de cuerpo ‘fuerte’. Y la mujer de este sector social trabajará como personal doméstico, donde la empleadora no elegirá a una chica esmirriada sino a una mujer con fuerza, resistente”. De acuerdo con esta consideración sobre lo que debe ser su cuerpo y las necesidades funcionales que ha de cumplir, considera Aguirre, que “no es que los pobres ‘coman mal’: comen según estrategias que desarrollaron para sobrevivir en la pobreza y que efectivamente los mantienen vivos, saciados y, aunque con deficiencias, nutridos. Y ellos no perciben esa ‘gordura’ como disfuncional ¿Cómo le vas a decir a esa mujer de caderas generosas que ella está desnutrida? Desde el punto de vista de su entorno, es el cuerpo que hay que tener” (citado por Flichtentrei: 2006).

En segundo lugar, con referencia a la visión del hecho de alimentarse, se manifiestan también actitudes distintas entre los diferentes sectores sociales. Esto lo pone de manifiesto Aguirre cuando nos cuenta como, cuando va a las casas a hacer entrevistas y llega la hora de la comida del mediodía, en los sectores de ingresos bajos la suelen invitar a comer. En cambio, en los sectores medios y altos, a las 12 o las 12,30 aparece cierta inquietud y apuro, pero ni por asomo se les ocurre invitarla a comer. Como la propia Aguirre sugiere, los sectores con ingresos bajos suelen pensar que todo el que está en su casa a la hora de comer puede compartir su comida. Y así resulta muy funcional la comida del pobre, “porque se estira: a la olla siempre se le puede agregar un poco de agua, un poco de fideos”. Por el contrario, para las clases medias, el hecho de comer es un evento familiar al que sólo se puede acceder con una invitación previa. Por último, en las clases altas, también de acuerdo con Aguirre, la comida suele ser un hecho individual, en el que la preocupación por la salud desempeña una función primordial. Un hecho, en el que ya se ha perdido la idea de la necesidad de compartir la mesa con todos los presentes. La individualidad de este hecho puede llegar al grado de que haya una mesa familiar con cuatro comidas distintas: la del padre, que es una dieta para evitar el exceso de colesterol; la de la madre, que come ensalada verde para estar delgada y bella; la de la hija, que es

macrobiótica y come arroz integral; la del hijo, que practica deporte de alta competición. En suma, cada uno, de acuerdo con su trabajo o situación personal específica, come alimentos diferentes (citado por Flichtentrei: 2006).

La referida tendencia hacia la individualización de la comida rompe con lo que ha sido nuestra ancestral tradición como especie. Al fin y al cabo, nos hicimos humanos compartiendo la comida, de tal forma que hace 2,5 millones de años el omnivorismo obligó a nuestros antepasados a conseguir la comida en grupo, ya que, al carecer de las garras o caninos de los leones o de la rapidez de los monos, la manera de obtener proteínas se basó en la cooperación del grupo, en la suma de esfuerzos individuales. Pues bien, en un mundo, en el que cada vez más la comida es un hecho individual y el comensal un solitario, no conviene perder de vista que, para los humanos, el hecho de comer no sólo sirve para proporcionarnos la nutrición necesaria, sino que también es un acto dotado de un sentido social. Por ello, la anomia del, a menudo solitario, comensal moderno es un síntoma característico de nuestro tiempo, una de las causas del malestar psicosocial actual. De este modo, a la crisis global de equidad en la distribución de los alimentos que hace que una gran parte de la humanidad sufra el hambre y la desnutrición, hay que añadir esta otra crisis humana de anomia derivada de la pérdida de la sociabilidad y progresiva individualización del hecho de comer.

5. A MANERA DE CONCLUSIÓN

La globalización agroalimentaria se traduce en la producción social, a escala mundial, de hábitos y pautas bastante uniformes de cultivo, elaboración y consumo de los alimentos. Hábitos y pautas que, en muy gran medida, están determinados por las directrices de las grandes corporaciones transnacionales. No obstante, aparte de los efectos que esto tiene en la gradual merma de la soberanía alimentaria de las poblaciones locales, la globalización se materializa también como un aumento sin precedentes de las oportunidades de contacto y de comercio a nivel planetario, lo que posibilita el cultivo y el consumo de muchos productos autóctonos a gran distancia de sus lugares tradicionales de origen; es decir, ese cultivo y consumo se desterritorializan notablemente, con la consecuencia de que un creciente mercado de productos exóticos está ahora fácilmente al alcance de los consumidores en sus respectivos entornos cotidianos.

En el mundo crecientemente interconectado que propicia la globalización, en el que se generalizan y afianzan cada vez más las preocupaciones por la salud y por lo ecológico, al mismo tiempo que la publicidad y los medios de comunicación de masas suelen difundir mundialmente similares imágenes acerca del cuerpo ideal y del estilo de vida anhelable, los efectos de la globalización alimentaria y / o las reacciones ante ella no se manifiestan, sin embargo, de manera homogénea, sino que, como hemos visto, lo hacen de modo distinto según cada clase social o grupo de ingresos, cada uno de los cuales desarrolla unas diferenciadas pautas y hábitos de

alimentación y considera como deseables unas imágenes específicas del cuerpo, en consonancia con su particular forma y expectativas de vida (Bourdieu: 1971).

La observación de las antedichas diferencias en las pautas y los hábitos de alimentación de los distintos sectores sociales manifiesta como esas pautas y hábitos se erigen en factores de construcción de la identidad individual o colectiva y de diferenciación social. Durante milenios, en las sociedades insertas en economías de auto-subsistencia, dicha construcción y diferenciación se solían mostrar a través de la mayor o menor disponibilidad de alimentos para comer. Sin embargo, para un gran número de personas, esto no es ya así en el presente contexto planetario de relativa abundancia, en el que, a pesar de que todavía una gran parte de la población sufre la desnutrición, el hambre y la inanición más extremas, otra importante proporción de la humanidad tiene acceso a muchos más alimentos de los que necesita para subsistir. Para esta parte más afortunada de la humanidad, son las características de sus propias pautas y hábitos de alimentación las que, como hemos visto, manifiestan las diferencias entre los distintos sectores de ingreso. Como consecuencia, la construcción de la identidad y la diferenciación social, así como el *habitus* o las actitudes inherentes a las diferencias de clase o status (Bourdieu: 1988), que todo ello conlleva en lo que a la alimentación se refiere, no se simbolizan ya, para muchos, tanto por la posibilidad de “no pasar hambre”, como por la circunstancia de gozar de una situación socioeconómica que les permite comer de manera sana y equilibrada e, incluso, entre una importante proporción de consumidores con niveles socioculturales medios o altos, mostrar unas actitudes consumistas como sujetos sociales activos (Callejo: 1995). Tales actitudes se traducen en el desarrollo de preocupaciones cívicas y sociales que les llevan, por ejemplo, a preferir la adquisición de productos y marcas en cuya elaboración no se ha utilizado mano de obra infantil, ni han existido condiciones de contratación injustas o salarios indignos y tampoco se ha amenazado la seguridad, los empleos o el medio ambiente (Barber: 2001, 112). En cualquier caso, estas preocupaciones no dejan de ser minoritarias y, por lo tanto, más o menos testimoniales, ya que hacer que el consumo de bienes alimentarios sea un ejercicio cívico para la generalidad de la población requeriría una transformación de las estructuras socioeconómicas que permitiera el afianzamiento de una concepción del mercado de tales bienes, no sólo como un simple lugar de intercambio de mercancías, sino también como parte de interacciones socioculturales más complejas. Interacciones, a partir de las que se hiciera posible que el consumo alimentario fuera visto, mas que como una mera actividad individual encaminada a la nutrición, como una estrategia tendente a la reconquista imaginativa de los espacios públicos y el interés por lo público. Así, ese consumo se mostraría como un hecho útil para pensar y actuar significativa y renovadoramente en la vida social (García Canlini: 1995).

Lejos de eso, particularmente entre amplios colectivos sociales con niveles de ingresos medios y altos, el hecho de adquirir y consumir alimentos suele ser una ocasión para mostrar la interiorización del *habitus* del “buen gusto” y la “distinción” (Bourdieu: 1976). Dicho “*habitus*” y “distinción” se manifiestan, sobre todo, en

aquellos sectores sociales cuyo nivel sociocultural les conduce a una mayor planificación y elección de sus comportamientos alimentarios. Pero, las pautas y los hábitos de consumo alimentario de tales sectores se realizan, a veces, de acuerdo con esquemas de conducta encuadrables dentro de lo que Baudrillard (1976) ha conceptualizado como la génesis ideológica de las necesidades; es decir, no se desarrollan de modo completamente libre, sino bajo el influjo de unas ideologías, fomentadas, por ejemplo, a través de la seducción que ejercen sobre las conciencias los discursos de determinados “peritos” alimentarios divulgados a través de medios o formas de comunicación de carácter relativamente selectivo o elitista. No obstante, lo usual es que, en las sociedades avanzadas actuales, se observe una considerable indefinición ideológica, debida, en gran parte, a la generalización del Estado de Bienestar y, consiguientemente, a las mayores dificultades de delimitar nítidamente las fronteras de clase o status, así como las fachadas o presentaciones sociales que simbolizan a éstas en la vida cotidiana (Goffman: 1987). En tal circunstancia, en la mayoría de las ocasiones, las pautas y los hábitos de consumo alimentario, mas que producidas ideológicamente, manifiestan una génesis, con frecuencia impulsiva o emocional, motivada por la “necesidad” instantánea que suscita el mensaje publicitario audiovisual o gráfico.

El efecto homogenizador de la publicidad es de tal magnitud que puede afirmarse que las actuales tendencias hacia formas individualizadas o personalizadas de consumo alimentario, tan resaltadas por los estudiosos, no dejan de ser minoritarias. En contraste con ello, es un hecho inapelable que el patrón mcdonalizado, masificado y normalizado de alimentación continúa siendo dominante para la mayoría de la población. Sobre todo, dicho patrón se manifiesta de manera particularmente intensa entre los colectivos más débiles (niños, jóvenes, ancianos) y / o entre todos aquellos con niveles socioeconómicos o culturales más bajos, tales como las clases bajas, los parados de larga duración o los inmigrantes en trance de ser aculturados (Alonso: 2002). Sectores sociales que, por su menor poder adquisitivo, estarían más predispuestos a desarrollar esas formas de obesidad con carencias nutricionales básicas típicas de los menos pudientes.

De todas formas, independientemente de que sea una actitud consciente y deliberadamente planificada o una conducta inducida por la publicidad, en ambos casos el consumo alimentario se manifiesta como una pauta y práctica alimentaria socialmente construida; en suma, como un habitus que se produce y reproduce en el contexto de unas condiciones sociales específicas. Tradicionalmente, dicho habitus solía ser transmitido hereditariamente mediante procesos de socialización de clase o de status, de los que, por lo general, se encargaba la familia. En nuestros días, la televisión (para el común de las gentes) o las revistas “prestigiosas” y el consejo de los “entendidos” o la emulación de determinados grupos de referencia revestidos de prestigio (por parte de los que ahora aspiran a la exquisitez y, en definitiva, a la “distinción”) están reemplazando, habitualmente, a ese papel socializador de clase o de status otrora asumido por la familia.

Pero, cuando la lectura, la cultura y el acceso a los medios de comunicación se han tornado en fenómenos de masas, existen bastantes posibilidades para que se experimente una “democratización” / homogeneización de los hábitos alimentarios del “buen comer”. Así, muchas veces, las actitudes individuales o colectivas, tendentes a manifestar la “distinción” o diferenciación a través del consumo alimentario, se quedan en un mero simbolismo virtualmente desprovisto de base material de sustentación. De esta forma, al adoptar tales actitudes, en la práctica, no se suelen dejar de consumir los mismos productos que el común de la población. La diferencia estriba, sobre todo, en que el medio de acceso a ellos (el supermercado común, un restaurante de moda para un determinado grupo social, una tienda “especializada”, etc.) Tiene un carácter más o menos masificado, en que son preparados siguiendo una receta de cocina corriente, sugerida en cierto medio de comunicación de “renombre” o de acuerdo con las recomendaciones del cocinero experto de turno.

Una manifestación de lo antedicho es que, para aquellos amplios sectores sociales medios con niveles de ingresos suficientes como para poder adquirir una relativamente amplia variedad de alimentos para satisfacer sus necesidades, las diferencias en las opciones ante la alimentación, mas que en los productos consumidos en sí, se materializan en hechos como el escoger un determinado diseño o envase valorado como distinguido, el elegir el producto más idóneo o el restaurante adecuado; generalmente, el recomendado en el medio de comunicación que sirve de referencia dominante para reflejar el status socioeconómico o la clase de un específico grupo social. Tales opciones constituyen distintas demostraciones de riqueza de aquellos que pueden desarrollar formas de consumo ostensible muy similares a las descritas por Veblen (1987: 72 y ss.), a través de las que se trata de evidenciar un acceso o disfrute diferenciado a ciertos productos que, independientemente de su valor intrínseco, han sido revestidos simbólicamente de cierta singularidad y calidad. Éstas suelen estar, en muchos casos, asociadas a hechos como la marca, la imagen derivada de su forma de elaboración, envoltura o presentación final, al influjo de la publicidad y de los medios de comunicación de masas escritos (revistas, suplementos semanales de ciertos periódicos) o, especialmente, los audiovisuales (televisión, radio).

El término calidad es ambiguo e impreciso y suscita diversas interpretaciones. Para unos, los productos de mayor calidad son los de “agricultura ecológica”, los que el hecho de consumirlos evoca sensaciones de “vuelta a la naturaleza”, precisamente cuando, a menudo, en nuestra cotidianeidad estamos más alejados de ella que nunca antes; para otros, son los que son consumidos en determinados restaurantes a los que sólo pueden acceder los de un cierto nivel socioeconómico, los que tienen un considerable grado de elaboración o son cultivados y “diseñados” en régimen agro-industrial. Diseño que es observable, incluso, en esas maneras de cultivar tendentes a que el producto adquiera una determinada forma. Por ejemplo, tomates, manzanas u otros frutos que se comercializan con figuras geométricas casi perfectamente regulares. Por tanto, la búsqueda de la calidad conlleva también la de la singularidad

y la diversidad, manifestadas, por ejemplo, a través del creciente mercado mundial de productos exóticos y ecológicos. Y, dadas las muy variadas maneras posibles de entender la calidad, su búsqueda a través de las nuevas modalidades de consumo alimentario, erige a éste en un hecho social diferenciador y singular para cada persona, sector o grupo social específicos. Un hecho que constituye una estrategia dirigida a ser una señal distintiva de la identidad, el nivel socioeconómico, la posición de clase, el status o el estilo de vida de esa persona, sector o grupo.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Patricia (1994) “Papel de las Estrategias Domésticas de Consumo en el Acceso a los Alimentos”, Simposio FAO/SLAN de Seguridad Alimentaria en los Hogares, pp. 341-50.
- AGUIRRE, Patricia (1997) “Patrón Alimentario. Estrategias de Consumo e Identidad en Argentina”, en Álvarez, M. Y Pinotti, L. (Comps) Procesos Socioculturales y Alimentación, Buenos Aires, Ediciones del Sol, pp. 161-187.
- AGUIRRE, Patricia (2000) “Aspectos Antropológicos de la Obesidad en la Pobreza”, en Peña, Manuel y Bacallao, Jorge (Comps.) La Obesidad en la Pobreza: Un Nuevo Reto para la Salud Pública, OPS-OMS, Publicación Científica N° 576, pp. 13-25, Edición Bilingüe, Washington. EUA.
- AGUIRRE, Patricia (2001) “Los alimentos Rendidores y el Cuerpo de los pobres”, en: <http://latinut.net/antropologia/antroarti.asp> (Datos obtenidos: 24 de junio de 2008).
- AGUIRRE, Patricia (2003) “Gordos de Escasez, las consecuencias de la cocina de la pobreza”, en La cocina como Patrimonio (in) tangible. Primeras Jornadas de Patrimonio Gastronómico, pp. 169-189, Secretaría de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.
- ALBROW, Martin (1990) Introduction an Albrow, Martin; and King, Elizabeth, Globalization, Knowledge and Society, pp.3-13, London, Sage Publications and ISA.
- ALONSO, Luis Enrique (2002) ¿Un nuevo consumidor?, Ábaco, Revista de Cultura y Ciencias Sociales, 2ª época, Número 31, pp. 11-18.
- BARBER, Benjamin R. (2001). A Place for Us. How to Make Society Civil and Democracy Strong, Nueva York, Farrar/Pantheon Books.
- BAUDRILLARD, Jean (1976) La génesis ideológica de las necesidades, Barcelona, Anagrama.
- BECK, Ulrich (1993) “De la sociedad industrial a la sociedad del riesgo. Cuestiones de supervivencia, estructura social e ilustración ecológica”, Revista de Occidente, N° 150, pp. 19-40, Noviembre, Madrid.
- BERGER, Peter; y, LUCKMANN, Thomas (1979) La construcción social de la realidad, Buenos Aires, Amorrortu.
- BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Eve (2002) El nuevo espíritu del capitalismo, Madrid, Akal.
- BOURDIEU, Pierre (1971) Champ du pouvoir, Champ intellectuel et habitus de classe, Scolies, 1, pp. 7-26.
- BOURDIEU, Pierre (1976) Anatomie du goût, Actes de la recherche en sciences sociales, n° 11, pp. 2-112 (con M. De Saint Martin).

- BOURDIEU, Pierre (1988) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- CALLEJO, Javier (1995) “Elementos para una teoría sociológica del consumo”, *Papers*, N° 47, pp. 75-96.
- CLARKE, Simon (1990), *The Crisis of Fordism or The Crisis of Social Democracy?*, Telos, 83, pp. 71–98.
- CHAVARRÍAS, Marta (2006) “Alimentos exóticos en la UE”. *Consumer.es*. Fundación-Eroski.http://www.consumaseguridad.com/web/es/sociedad_y_consumo/2006/08/03/24413.php
- DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia; y, GÓMEZ BENITO, Cristóbal (2001) “Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación”, *Distribución y Consumo*, Número 5 Noviembre-Diciembre, pp. 5-24.
- EDER, Klaus (1996) *The Social Construction of Nature. A Sociology of Ecological Enlightenment*, London, Sage Publications.
- ENTRENA DURÁN, Francisco (1995) “De la Reforma agraria al desarrollo rural: el caso andaluz”, *Revista Política y Sociedad*, N° 20, pp. 125-142, Facultad de CC. Políticas y Sociología, Madrid.
- ENTRENA DURÁN, Francisco (1997) “La construcción social del consumo alimentario en España. De la satisfacción de una necesidad biológica a la constitución de la identidad social”, *Estudios Sociológicos*, Volumen XV, N° 44, pp. 577-594, El Colegio de México, México DF.
- FLICHTENTREI, Daniel (2006) “¿Por qué comemos lo que comemos?”, Entrevista a Patricia Aguirre en la página web: [http://www. Intramed.net /actualidad /art_1.asp ?Contenido=39952](http://www.Intramed.net/actualidad/art_1.asp?Contenido=39952) (Datos obtenidos: 24 de junio de 2008).
- GARCÍA CANCLINI, Nestor (1995) *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*, México, Grijalbo.
- GOFFMAN, Erving (1987) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu-Murgía.
- INGLEHART, Ronald (1991) *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*, Madrid, CIS/S XXI.
- LE HERON, Richard (1993) *Globalized Agriculture. Political choice*, Oxford, England, Pergamon Press Ltd..
- ROBERTSON, Roland (1993) *Globalization. Social Theory and Global Culture*, London, Sage Publications.
- SHILLING, Chris (1993) *The body and Social Theory*, London, Sage Publications.
- VEBLÉN, Thorstein (1987) *Teoría de la clase ociosa*, Barcelona, Ediciones Orbis S.A.