

VI Sección

Estrategias de acción social, educación ambiental e identidad alimentaria

Identidad de la alimentación en el siglo XXI en una sociedad de consumo

María Nielssen Rojas Muñoz
marianielssen@gmail.com
Universidad de Costa Rica

Mayra Cartín Brenes
mayra.cartin@ucr.ac.cr
Universidad Nacional de Costa Rica

Guillermo Aguilar Mata
guillermoeduardoag@gmail.com
Universidad Nacional de Costa Rica

Recibido: 16 de abril de 2015

Aceptado: 27 de abril de 2015

Resumen

Este artículo pretende analizar el consumo y la identidad de la alimentación de la población en el siglo XXI. El consumidor actual muestra un alejamiento entre la producción del alimento y su consumo, este distanciamiento propicia que el alimento deje de satisfacer una necesidad básica y se transforme en un objeto de consumo. Después del año de 1950 el comensal es transformado en consumidor, sometido a presiones globalizantes homogeneizadoras y cada vez más alejados de los centros de producción de los alimentos. Se concluye que los cambios sociales y, en particular, los experimentados en el modo de alimentarse, aunado a los avances socioeconómicos y a los cambios técnicos que han aumentado de manera estratificada, productos y modos de consumo inimaginables, repercuten consecuentemente en el estado nutricional de la población mundial.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.ucr.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

Palabras claves:

Identidad cultural; consumo; alimentación; sociedad; clase social

Abstract

This article aims to analyze consumption and identity of feeding people in the XXI century. Today's consumer shows an estrangement between food production and consumption, this distancing promotes a food not meet a basic need and becomes a consumer object. After 1950 the diner is transformed into consumer under pressure homogenizing globalizing and increasingly remote from centers of food production. We conclude that social changes and in particular, experienced in the way of eating, combined with socio-economic developments and technical changes that have increased in a stratified manner, products and ways unimaginable consumption, impact result in nutritional status world population

KEY WORDS:

Cultural identity; consumption; feeding; society; social class

Introducción

Los cambios que de manera acelerada han estado ocurriendo en el planeta en los últimos 20 años llevan para algunos la huella del proceso de liberalización de las economías y la constitución de una economía global. Pero esta vía de ingreso para entender los cambios en la alimentación y en la mesa de los países en vías de desarrollo es limitada, aunque su génesis empezó a mediados del siglo pasado. Actualmente, lo que circula son variedades de alimentación, conocimiento sobre necesidades energéticas en términos de calorías asociados a cierto tipo de alimentos. Hay posibilidades de construir los platillos según diversas cocinas nacionales, regionales o extranjeras. Ahora bien, esto hace pensar la existencia de una matriz básica según factores sociales y culturales asociados a regiones y países, pero además se puede constatar una internacionalización de la mesa

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

matizado por factores externos como la globalización y el desarrollo del turismo masivo.

A lo anterior, pareciera que se puede agregar una primera conjetura “Hay personas que toman la decisión de cómo alimentarse, no obstante ésta decisión se hace efectiva según la capacidad adquisitiva, determinado por su inserción y/o exclusión de las dinámicas económicas del sistema capitalista. Para los incluidos, esta posibilidad de decidir sobre su alimentación, esta cimentada en lo que autores como Beck (2003) denominan proceso de individualización, es decir aquel proceso que ha permitido que la «identidad» humana deje de ser un dato. Hay un mundo de posibilidades a las cuales se llega mediante las publicaciones impresas que se presentan, desde las cocinas regionales hasta las nacionales, así como múltiples programas en los cuales se brindan consejos de cómo preparar diversos platillos, los cuales van desde aquellos que siguen la tradición; hasta aquellos que se abren a la experimentación y a la fusión de escuelas tendencias y nacionalidades.

En decir, se está ante un hecho ineludible, la individualización es una nueva situación de la persona y que impacta muchas conductas en cuenta aquellas relativas al consumo alimentario, el cuál es el bien de consumo por excelencia, el cual ha partido de una necesidad vital hasta transformarse en experiencia de placer, para algunos claro está, debido a que hay amplias mayorías que ni siquiera han solventado la necesidad de la alimentación básica. Éstas decisiones de consumo alimentario se dan en un contexto en el cual las acciones han pasado de ser un asunto que tiene que ver con necesidades casi instintivas, reducidas a una forma arquetípica en tanto ciclo metabólico de ingesta, digestión, y excreción, como situación permanente e inamovible de la vida a una práctica reconstruida socialmente en donde permanecen los elementos arquetípicos pero, ellos se ven sobre determinados por lo social.

El consumo de alimentos

El abordar el tema del consumo de alimentos desde la nutrición, la química, la fisiología, la sociología, permite explicar los comportamientos de los sujetos antes sus elecciones de alimentos, no obstante, cuando se refiere a: comida, cocina, comensales, compradores, se refiere a categorías sociales que se plasman en un sujeto. El comensal, es el sujeto que ejecuta una práctica social.

El acto de comer, como actividad biológica está inmersa en las sociedades y en las culturas, es modificado históricamente y expresado en lo que se llamaría la cultura alimentaria, entendida por Contreras (2002) como el conjunto de representaciones, de creencias, conocimientos y de prácticas heredadas y/o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado. Ello quiere decir, que la cultura crea el sistema de comunicación en el cual nociones sobre comestibilidad, palatabilidad, obesidad y malnutrición están firmemente asentadas.

El comer es una de las actividades diarias más evidentes, repetitivas y comunes que satisfacen no solamente necesidades fisiológicas sino también legitiman sus satisfactores por lo que son esenciales en la construcción de identidad. La comida legitima que es propio de cada edad:

“... hay un comer legitimado para los niños (en nuestro ambiente: papillas) que difiere del comer legitimado de los adolescentes (hamburguesas) y ancianos (sopas). Comer es una actividad que enlaza en forma indisoluble aspectos biológicos y culturales. Hay comidas que marcan la masculinidad de los varones (carnes rojas) que son diferentes de aquellas que marcan la femineidad de las mujeres (carnes blancas), así como a través de las comidas se marcan las diferencias de clases, sectores y grupos (ya que si bien nos resulta esperable que los pobres coman diferente que los ricos, es menos visible como a medida que aumentan los ingresos algunos alimentos se transforman en "trazadores" de los consumos” (Aguirre, 2007, p. 5).

En las sociedades de consumo, éste es el resultado de un modo de vida y de un desarrollo económico caracterizado por el desarrollo del productivismo y de la comercialización en la sociedad, del tránsito de valores de uso mayoritarios a valores de cambio. Y del incremento en el nivel de vida de los obreros que permite una democratización del consumo. Se produce una estructura, cultura y socialización- identidad, la valoración del consumo como hecho social global y su dimensión simbólica, o sea representaciones y discursos que le dan sentido.

Es decir, los procesos de desarrollo socioeconómico y la división del trabajo han hecho que cada vez mayores porcentajes de la población, no se relacionen con la producción directa del alimento.

Las sociedades modernas del consumo se desarrollaron en los países industrializados en un largo proceso que tiene sus raíces a finales del siglo XVII. En el siglo XX a partir de la década de los 1930, principalmente se dio un consumo masivo de productos industriales. Para analizar su desarrollo no se puede dejar de lado su contexto trasnacional. La demanda de materias primas y estimulantes influyó de una manera profunda en las condiciones sociales y ecológicas en los países productores. Se introdujo un sistema de economía capitalista, se transformaron las condiciones de trabajo que afectaron las relaciones de género, se cambiaron paisajes, se poblaron zonas aisladas y se ligaron con el resto del mundo. Los cambios afectaron la alimentación, la vida cotidiana los ritmos de trabajo y la productividad y se crearon nuevas formas de comunicación. A lo largo del siglo XX muchos de estos productos pasaron de ser artículos de lujo a objetos de consumo diario y de masa (Berth, 2008, p. 88-89).

La alimentación como identitario de un estrato social marca una amplia variedad de selecciones desde el consumo para la sobrevivencia de los estratos más bajos, hasta el consumo conspicuo como derroche de tiempo y de dinero de algunas personas, para darse un status más alto en la sociedad o ser un elemento de distinción (Pierre, 2012).

La escala de referencia es evidentemente la escala del status social, es decir que los bienes de consumo sirven al posicionamiento de una persona en el orden

social, el anonimato del individuo en las ciudades le anima a identificarse con grupo para no sentirse anónimo.

La sociedad actual ha provocado un enorme cambio en los valores, en las identidades que se reflejan en el estilo de consumo, nada es permanente todo es desechable. Este cambio de mentalidad ha cambiado la manera de comer actual con respecto a las culturas, a las cocinas y es principalmente la desaparición de la comensalidad, pues los lazos de relaciones permanentes se generan en la mesa compartida, en la modernidad actual se comparte poco tiempo o casi nulo en una mesa. Actualmente hay bandejas individuales que contienen no sólo porciones personales de cocinas diferentes, sino que la bandeja delimita nuestro territorio en la mesa. Cada alimento que se compra está sumido en empaques, vasos y platos desechables en cada tiempo de comida.

Aguirre (2007) plantea que para adentrarse en este campo del consumo, es primordial estudiar lo que la gente piensa acerca de los siguientes aspectos:

- a) El cuerpo, ya que una de las representaciones culturales más difundidas es que la comida nos cambia por dentro de manera que sabiendo cuáles son las formas idealizadas entendemos por qué algunos consumos se hacen preferenciales en tanto que otros se evitan.
- b) La comensalidad, es decir la forma en que los alimentos se comparten. La mesa familiar o la comida institucional en un comedor pueden estar compuestas por el mismo menú, pero la situación social (en este caso privada o pública) y su significación para la vida de las personas cambia radicalmente el evento alimentario porque el momento de compartir la comida es un momento privilegiado de la reproducción física y social de los individuos y los grupos.
- c) Los alimentos mismos, las cualidades positivas y negativas adscriptas a cada producto. Los sistemas de clasificación que justifican la producción y

transforman las sustancias en comestibles, luego en alimentos y finalmente en platos de comida.

El cuerpo como resultado de la formación social del gusto

Aguirre (2005) propone entender el asunto de las elecciones de consumo y su identidad a través del gusto, que es el que busca determinado producto o alimento. Se considera la adquisición del gusto como un resultado del proceso de endoculturación que el individuo vive en su proceso de adaptarse al medio cultural.

Se aprende a gustar como se aprende a hablar, se aprende a gustar lo que se puede comer, construyéndose un gusto adecuado al acceso, este gusto que hace que se acepte como comida cotidiana lo que de todas maneras estarían obligados a comer porque es lo que se puede. Se aprende a gustar lo que permite la supervivencia, los padres transmiten a sus hijos, por acción y omisión, un mapa de las posibilidades del gusto como las opciones posibles a partir de las cuales los niños se moverán incorporando y variando productos en respuesta a los cambios del acceso (Aguirre, 2005, p. 155-197).

Tradicionalmente el aprendizaje se ha realizado en las familias, entonces han sido las mismas las que ejercen sobre los niños una presión indirecta que tiene efectos sobre lo que aprenden a gustar. Es decir, el gusto se desarrolla dentro de los patrones de alimentación definidos por los programas gubernamentales y se aprende en los hogares, observando la televisión. Si la familia de los infantes ejerce una adecuada transmisión hogareña del gusto, el niño en su proceso de crecimiento estará protegido y aprendiendo a gustar lo que los familiares le proporcionan o sugieren. No obstante, si la familia no ejerce esa transmisión de valores culturales expresados en alimentos y rutinas, el niño buscará identificarse con otros núcleos y su demanda de alimentos no será concordante necesariamente con el poder adquisitivo de su familia, ni se identificará con ellos, tomando en consideración que el gusto está muy influenciado por la propaganda de las cadenas alimenticias.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

Los 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 lleva a ser consciente de que puede elegir y de que el gusto es algo 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 opciones y preferencias individuales. El resultado es que, en realidad, cada sector de ingresos tiende a considerar que sus distintivas formas de alimentación, expectativas y actitudes ante ella son las correctas (Entrena, 2008, p. 32-35).

Cabe señalar, que el alimento y preparación va a identificar al niño, que más tarde reconocerá sus diferencias con respecto a otros, así construye su identidad alimentaria, es decir “(...) *las conductas alimentarias nacen en la familia, pueden reforzarse en el medio escolar y se contrastan en la comunidad en el contacto con pares y con el medio social*” (Palenzuela, Perez, Pérula, Fernández, Maldonado, p. 47, 2014).

En los sectores de ingresos bajos la elección de alimentos está relacionada con su capacidad de saciar el hambre, su precio y su conservación. Cuando se refiere a conservación se denominan a aquellos alimentos que no necesitan refrigeración o que su compra puede hacerse de manera esporádica, por quincena o por mes, por lo cual se destaca que las verduras y muchas de las frutas no cumplen estas condiciones. Aguirre (2007) explica que a medida que los ingresos decrecen y los precios de frutas y verduras aumentan, sumado a que dan poca sensación de saciedad, son sustituidas por harinas y arroz hasta reducirlas a su mínima expresión.

Es decir, la construcción social del gusto va más allá de la selección de alimentos, incide en las representaciones del cuerpo, porque una representación en la cultura

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

alimentaria es que los alimentos nos cambian por dentro, así lo que se piensa acerca del propio cuerpo, de las formas, de la salud y del efecto de ciertos productos sobre él, condicionará preferencias y aversiones por los alimentos.

En el Área Metropolitana Bonaerense hemos relevado que cada sector de ingresos piensa el cuerpo, los alimentos y la comensalidad en forma diferente. Para los más pobres el cuerpo debe ser "fuerte", para alimentarlo se requiere que la comida cumpla con esa búsqueda de fortaleza: los alimentos "rendidores", que se consumirán en conjunto en "comensalidad colectiva". Sin embargo para los sectores de ingreso medio el cuerpo interesa que sea fuerte sino "lindo", los alimentos "ricos" y la comensalidad "familiar". Mientras que para el sector de ingresos altos, el valor de la salud en el cuerpo se impone la belleza o la fortaleza, debe ser alimentado con comida light en un tipo de comensalidad individual donde aunque se comparta la mesa cada quien es responsable de su propio consumo (Aguirre, 2005, p. 155).

Un concepto nuevo de comensalidad, para Bochatay (2006) es la forma como los grupos sociales heredan y estructuran ese cómo y con quién se come, son patrones dietarios, ciclos diarios de comida, horarios, así como ciclos de festividades y ayunos, forma parte del patrimonio cultural, el código de la comida es uno de los elementos básicos para descifrar las reglas culturales de etiqueta, identidad y pertenencia a un grupo social.

Por su parte, Goody (1982) refiere que la caracterización de las formas de cocinar y los significados son una manera de ubicarse con respecto a otros, en la medida que haya sistemas sociales más estratificados, con suficiente fuerza significativa como para crear subgrupos y subculturas, las formas de preparar alimentos serán más complejas pues expresarán la pertenencia a estos subgrupos en contraste con los otros.

Entonces, estos gustos de clase, que generan cocinas de clase construyen cuerpos de clase, los sectores con menos recursos económicos alimentados con arroz, pan, frijoles, yuca y grasas y azúcares tienen más probabilidad de ser

gordos que los ricos, quienes que pueden comprar y gustar todos los demás alimentos, pero en esa gordura hay escasez de minerales y vitaminas, contenidos justamente en los productos más caros del mercado. La concepción del cuerpo ideal como "fuerte" se enfrenta con la concepción de cuerpo "bello" y cuerpo "sano" en los sectores de ingresos medios y altos. Fischler (1990) sostiene que en la cultura urbana el fenómeno de la lipofobia, tiene que ver con el cambio habido en las normas del peso y el cambio paralelo de las representaciones del cuerpo.

Al cuerpo de los sectores medios y altos, se lo educa y se lo trabaja (con ejercicios, con dietas y con cirugías). Esta inversión de voluntad para dominar su propio cuerpo hace que el proceso sea visto como un valor, pero como sus beneficios se ven en el tiempo, se deben transformar en régimen de vida. Convirtiendo la renuncia al goce (en cantidad y sabor) en un trueque por salud futura. Aquí aparece una construcción del un gusto por lo sano se convierte en "valor moral" por la renuncia que hay que hacer respecto a la cocina porteña tradicional (que buscaba sabor en los dulces y saciedad en la cantidad) convirtiéndose en verdaderos lipófobos y sacarófobos (Aguirre, 2007, p.4).

Lipovich (2005), sostiene que la alimentación de cada grupo social refleja su particular manera de verse en el mundo. Sin embargo, no deja de ser cierto que la alimentación de los sectores de bajos ingresos es deficitaria debido a la falta de micronutrientes esenciales.

La carne nos brinda un buen ejemplo de esta transformación del gusto, hasta hace pocas décadas existía una especial atracción por dicho alimento en la mayor parte de las poblaciones, esto tiene su explicación por determinantes biológicos, la fisiología y los procesos digestivos propios de nuestra especie nos predisponen a aprender a preferir los alimentos de origen animal porque estos reúnen unas características que los hacen excepcionalmente nutritivos, pues constituyen una fuente de proteínas por porción cocinada, que la mayor parte de los alimentos de origen vegetal, y además procuran sensaciones de saciedad fuerte y larga. Muchas culturas han concebido y conceden un gran valor a la carne y representa

una preferencia absolutamente racional que surge de la interacción entre la biología humana y la composición nutritiva de una serie de posibilidades alimentarias (Harris, 1985).

Apartando lo biológico, culturalmente la carne tiene un valor simbólico “es al mismo tiempo valorada y rechazada, es el alimento que señala una distinción: separa a los carnívoros de los vegetarianos” “Existen preferencias y aversiones muy diferentes de unas culturas, llegando hasta la existencia de prohibiciones alimentarias hecho que no ocurre con productores vegetales y la carne es el alimento más demandado” La valoración de la carne, en numerosas culturas e innumerables épocas, es una constante, hasta el punto de que los historiadores han medido la prosperidad de un periodo y/o de una categoría social por el aumento del consumo Per. Cápita de carne. Sin embargo, para gran parte de la sociedad las carnes rojas, cuya imagen simbolizaba al máximo la vida y la fuerza física, han perdido su carácter atractivo en provecho de las carnes blancas y de los pescados, ya que hoy día “grasas” y “calorías” constituyen enemigos de la conservación de la salud y de la “línea”.

La antigua imagen de gordura, más bien considerada como “corpulencia” -que irradiaba salud, prosperidad, honorabilidad en sociedades dominadas por la subalimentación, donde la obesidad llegó a ser sublimada como signo de riqueza- es modificada en las sociedades actuales de la abundancia por la imagen liviana, esbelta, auto-controlada y con cuerpos disciplinados. Para Fernández (2004) la comida se convirtió en diferenciador social –indicativo de clase y rango- en el momento remoto y no documentado en que algunos empezaron a disponer de más recursos alimenticios que otros. “La comida desempeñó un papel diferenciador en los más antiguos sistemas de clases humanas que se conocen. Convierte el acto de comer en algo placentero; puede conducir a la glotonería y es una puerta abierta a la obesidad, y, por consiguiente, una fuente de desigualdad

social. El consumo ostentoso genera prestigio, en parte sencillamente porque es ostentoso” (Thorstein, 1971, p. 75).

La versión light, salt free, not colesterol, free caffeine de la comida tradicional está tomando recientemente la concepción dominante de la cocina de los sectores de ingresos medios y altos, y está siendo la nueva línea de propaganda de las cadenas comerciales y de comida rápida. Esta novedad responde al alimento sano que se va consumir; estos nuevos símbolos identitarios radicalmente diferentes, contrastan con las posibilidades reales de los otros sectores de la población.

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 los discursos de determinado “peritos” alimentarios divulgados sobre las conciencias a través de medios o formas de comunicación de carácter relativamente selectivo o elitista. Ideologías que constituyen, a su vez, las bases de sustentación de diferentes demostraciones de riqueza de aquellos que pueden desarrollar formas de consumo ostensible, a través de las que se trata de evidenciar un acceso o disfrute diferenciado a ciertos productos que, independiente de su valor intrínseco, han sido revestidos simbólicamente de singularidad y cierta distinción (Entrena, 2008, p. 35).

Por ello es que en este mundo globalizado las formas ideológicas impuestas tan arraigadas que incluso los migrantes a países con culturas diferentes luchan por mantener su maneras de comer, y sus alimentos propios con tanta fuerza, que identifican, buscan aquellos productos de su tierra natal que son importados, de manera que si bien se sienten extraños en la tierra, no lo sean en la mesa. Diversos autores (Fischler 1979, Goody 1982, Carrasco, 1992) han caracterizado este nuevo orden alimentario de "hiperhomogéneo" en el sentido de que se ha producido una homogenización interterritorial de la dieta de carácter socialmente horizontal.

Entonces sobra agregar que las nuevas subculturas de los light, lo natural en gran medida esta asociado a un culto al cuerpo joven. Pero eso está atravesado por determinantes sociales. En este sentido Gracia (2002) sostiene que la identificación del cuerpo deseado, está transmitida no solo por la extracción de clase sino también por los mensajes culturalmente predominantes en la sociedad. Un ejemplo de ello, es el mensaje del sector salud hacia la moderación, la variedad y el equilibrio dietético como medio para mantener o, incluso, mejorar el estado de salud en una sociedad sedentaria.

A principios del siglo XX el cuerpo femenino fue adquiriendo un valor estético, promovido por la alta costura que pone de moda una silueta mas esbelta, las medidas corporales se convierten en una nueva vía de ansiedad entre las mujeres de las élites, quienes empiezan a tomar seria conciencia de la necesidad de controlar sus formas corporales para ajustarlas a los cánones de la moda. Para Gracia (2002) las bases de la lipofobia se asientan en estos momentos. La estigmatización de las grasas tiene que ver, consecuentemente, tanto con el cambio habido en las normas de peso de una perspectiva médica, como con el cambio paralelo habido en la representación del cuerpo. De manera que la idea de delgadez femenina como valor estético hay que atribuírsela, en gran parte, al modista Paul Poiret que en la década de los años veinte marco la moda: sus vestidos se diseñaban exclusivamente para figuras esbeltas. El inicio hacia la canonización del cuerpo femenino comienza, pues, en las primeras décadas de este siglo, acentuándose a partir de la Segunda Guerra Mundial, cuando la tendencia del cuerpo se estandariza en peso y volumen respecto a la altura del mismo, mientras que se establecen las proporciones ideales de las caderas, el pecho y la altura.

Cabe destacar que es a partir de este momento cuando se produce la convergencia cultural de dos discursos diferentes en torno al ideal de delgadez: el discurso estético y el discurso de la salud, de forma que la obesidad es enfermedad y estigma y la delgadez salud y belleza. Para delimitar y conseguir este tipo de belleza, la industria de la cosmética, moda y alimentación empiezan a ofrecer a sus clientes, de momento solo mujeres, una extraordinaria cantidad de productos, modelos y dietas a seguir, aunque los años cincuenta y sesenta constituyeron solo un tímido boom de lo que será la sofisticación cosmética y dietética de este final de siglo. Se crea por lo tanto la imagen de la super-mujer, como aquella que responde a todas las exigencias sociales y en el nivel cada vez es más alto. En el caso de la alimentación, se les pide habilidades técnicas (funcionamiento y rendimiento de los diversos electrodomésticos), conocimientos facultativos (de nutrición, prevención y terapia a nivel primario) y, a menudo, saberes gastronómicos (artes culinarios y especializados), mientras que se las culpabiliza de la creciente desestructuración y des-socialización de las comidas. Tienen que comprar y preparar la comida para los demás pero no comérsela, o al menos no demasiado; han de realizar comidas deliciosas, pero también mantenerse delgadas como las modelos de las fotografías de las revistas, las películas o los anuncios (Featherstone, 1991, p. 363).

Por lo tanto, aquella visión de que alimentar es nutrir, cuidar, reproducir, comunicar, es modificada por estos tres mensajes salud, estética y hedonismo, según estos mensajes, los valores que impregnan ideológicamente una parte importante del comportamiento alimentario contemporáneo.

Transformaciones en la Comensalidad

Una de las manifestaciones de la mesa cambiante la podemos detallar en los cambios en la comensalidad, que como la definimos es ese cómo y con quién se come, son patrones dietarios, ciclos diarios de comida y horarios. La comensalidad en sociedad se instaló hace millones de años en los homínidos donde el riesgo de cazar exigía un trabajo en grupo no solo para la caza sino también para el consumo de un enorme animal sin posibilidades de conservar su carne. De manera que la comensalidad se instala para aumentar la cantidad y calidad de la dieta. Sobrevivir conjuntamente es, al mismo tiempo, negar la individualidad de la

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

ingestión y afirmar lo colectivo, el reparto del alimento compartido por cada comensal.

La comensalidad, es decir la forma en que los alimentos se comparten o no se comparten en el “mundo globalizado está cada vez más lejos de ser un acto colectivo, al contrario es cada vez más un acto individual. La comida familiar con todos los miembros alrededor de una mesa, empieza a funcionar como un ideal antes que una realidad, se transforma en un "deber ser", una práctica tradicional, querida si, pero perdida” (Aguirre, 2007, p.2).

La comensalidad hogareña que jugó un papel importante en la adquisición del gusto de los nuevos miembros de la familia está en desuso, la mesa servida para el desayuno, las meriendas, el almuerzo y la cena, son cada vez menos frecuentes. Para los que tienen trabajo, este define las horas de comida y con quién y qué se come, y los que no tienen comen en las instituciones gubernamentales, los comedores escolares, los programas de ayuda alimentaria, los que definen los alimentos que se reparten, apoyados cada vez más en criterios de una sana alimentación construida técnicamente, pero con lo que se dispone y abastece un estado en que la política social no cuenta con el apoyo que gozaba antes de vendaval neoliberal. Los niños ocasionalmente comen con sus padres, incluso sus horarios son diferentes y hasta con alimentos son diferentes.

Todas las culturas tienen en su cocina una "gramática" de normas que regulan cuándo y cómo hay que comer y en qué ocasión corresponde que se sirva qué tipo de alimentos y platos descartando otros, a esto se le llama alimentación estructurada. En todas las culturas y en todos los tiempos este lenguaje provee las reglas que se constituyen como un saber, y a este saber acerca del buen comer se lo llama "Gastronomía".

La jornada continua de los trabajos y la dificultad de moverse en la ciudad aunado a la distancia entre las casas y los sitios de trabajo hacen que difícilmente se pueda volver a casa a almorzar con la familia y regresar al trabajo. Entonces, se

come al menos una vez por día en el trabajo: ya sea en el ambiente del comedor institucional, en la soda o simplemente se calienta los sobros de la noche anterior en el micro-ondas en algún comedor improvisado de la fábrica o la oficina.

Autores como Martínez (2003) refieren al éxito obtenido por los restaurantes de comida rápida, por el ahorro de tiempo, este viene a ser un factor relevante en su elección de lugar donde comer. Inmersos en una sociedad de grandes núcleos urbanos, nuestra alimentación, en la actualidad está condicionada por factores como la distancia del hogar al lugar de trabajo o el escaso tiempo del que se dispone para comer durante el descanso del mismo. Estos restaurantes ofrecen una solución para evitar la "pérdida de tiempo" que se puede producir a la hora de la comida. En un mundo de una cotidianeidad acelerada, se tiene un lugar que se adapta a las necesidades de los consumidores apresurados. Una serie de menús limitados, que ya forman parte de nuestra cultura gastronómica, como elementos conocidos en el ámbito de la alimentación, junto a la producción en cadena, hacen posible que el consumidor acceda al local sabiendo de antemano lo que quiere comer, así en pocos minutos se puede tener la comida en la mesa y el auto cuidado en el parqueo. Muchos de estos locales han sido construidos estratégicamente cerca, o incluso dentro de otros centros comerciales, de este modo, después de una mañana de compras, las familias se ahorran el trabajo y tiempo que supone preparar la comida en casa.

Tal proceso incide en la organización y funciones del grupo familiar modificando paulatinamente la división tradicional del trabajo que se daba en su seno: la mujer sale de la casa a trabajar y restringe, cuando no elimina, el tiempo que antes dedicaba a las labores domésticas, con el consiguiente deterioro de la calidad de la dieta, que cede cada vez más ante el ahorro de tiempo y esfuerzos que significan los alimentos congelados, semi-elaborados o ya listos para consumir (Vélez, 1990, p.2).

Entonces, no solo la ingesta de alimentos se ha modificado sino también en la casa con la comida que se toma dentro del hogar, esta también puede no ser un

evento compartido, “ en mi casa nunca hago comida, cada cual cuando llega se prepara algo para comer, lo que le guste y come donde guste, así los acostumbé, yo no me complico” La tendencia actual en el mundo urbano es que está decreciendo la manera doméstica de comer mientras crece la alimentación solitaria y desestructurada: el picoteo y el snaking ha sido descrito por varios investigadores. Aguirre (2007) lo explica así: quiere decir que cada vez más, gente de todas las condiciones sociales y de todas las edades (pero principalmente los más jóvenes) toman la mayor parte de los alimentos en forma itinerante, en cualquier hora y en cualquier lado: en la calle, junto al kiosco, en la mesa del café o al lado de la heladera. Esta última forma es el ejemplo más corriente de la desestructuración culinaria, de pie y a cualquier hora, se picotean los restos de una comida anterior o pan y en los que acceden a mayor variedad de alimentos: fruta, algo enlatado, tal vez un poco de fiambre, con unos tragos de gaseosa, (a escondidas de uno mismo, directamente del envase)

Esta alimentación solitaria rompe las reglas establecidas, del horario (ya que se come cuando se siente apetito), del tipo de comida (desayuno, almuerzo, cena) de la secuencia (entrada-plato principal-postre), del formato, sabores, texturas y combinatoria legitimado para cada plato (entrada salada fría, plato principal salado caliente, etc.). Y el comportamiento picoteril es cada vez más frecuente. Y no existe solo en los que pueden llenar la heladera sino que lo que cambia de acuerdo a la posición social es el contenido del picoteo (en los pobres "pan con algo") no el picoteo mismo. Nuestra forma urbana, posmoderna, de comer está formada de actos alimentarios individuales, cortos, desordenados: picotear, pellizcar, mordisquear, es el reino del bocadillo vagabundo frente a la heladera o el kiosco. Actos alimentarios desestructurados, individuales, fuera del control de las normas culturales, de la comensalidad que decía dónde, cuándo, cuánto, en qué forma y con quién comer, de acuerdo a categorías de edad, de género, posición social, estado de salud, ocasión y conformaban un haz de normas valorizadas como un saber acerca del buen comer: una gastro-anomia (expresada en la cocina tradicional pero también en los ritos de la comensalidad) (Aguirre, 2007, p.1).

Fischler (1979) fue el primer investigador que acuñó el término gastro-anomia haciendo referencia a esta ruptura a la forma tradicional de compartir el alimento,

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

a los rituales y la etiqueta de la gastronomía y sostiene que al final este cambio en la mesa produce alimentarios sin valores, sin sentidos, librados al me-gusta-no-me-gusta individual.

Si para Fischler la sociedad rural era una sociedad gastronómica, regida por unas normas alimentarias, la sociedad urbana es una sociedad gastroanómica, es decir, configurada sin leyes o con normas desestructuradas o en degradación. En esta transición cultural, la gramática y la sintaxis de la alimentación cotidiana sufren una extraordinaria transformación. Las comidas familiares disminuyen, el tiempo dedicado cada vez es menor, se come más veces sólo, se omiten comidas y platos, se cambia la estructura, las horas son irregulares (Fischler, 1979, p.180).

Investigadoras como Gracias (2002) sostienen que mientras la alimentación cotidiana tiende a vincularse con el universo del trabajo, que se soluciona en ámbito doméstico con productos industriales modernos y fuera con la restauración, la comida ritualizada y socializada se inscribe en el tiempo de ocio que es investido de nuevos significados convirtiéndose en una forma de consumo cultural. Ahora, la alimentación ya no estructura el tiempo, sino el tiempo estructura la alimentación que hoy se establece en dos extremos: el laboral y el de ocio o festivo. En este contexto, el individualismo y el incremento del número de las ingestas o, lo que es lo mismo, los bocadillos se vislumbra como otra tendencia característica de la alimentación actual. Las decisiones diarias se toman menos en referencia a los comensales y más por rango predeterminados por la tecnología alimentaria. La dieta se rehace porque el carácter productivo de la sociedad industrializada es reformulando y con él la naturaleza del tiempo, del trabajo y del ocio. Las prácticas alimentarias se perciben ahora como tiempo necesitado. Por eso, el *bocadillo* aparece en un contexto concreto coincidiendo con tiempos de trabajo altamente productivos que suponen, a su vez, menos tiempo para comer. Disfrutar el máximo en el menos tiempo posible implica compartir el consumo alimentario con otras actividades (trabajar, ver la televisión, andar, estudiar) y la frecuencia más alta de ocasiones para el consumo. No se comparten los ritos y formatos, tiempos y platos de la familia, región, país y cultura que sostiene nuestra

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a

revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

pertenencia y nos identifica. La modernidad alimentaria llega a domicilio: y en alianza con las comidas listas para llevar, el microondas ha conseguido que cocinar y comer dejen de ser actos sociales. “De este modo, a la crisis de equidad en la distribución de los alimentos que existe a escala planetaria y que propicia que una gran parte de la humanidad sufra el hambre y la desnutrición, hay que añadir esa otra crisis humana de anomia que deriva de la pérdida de la sociabilidad del hecho de comer a raíz de su progresiva individualización” (Entrena, 2008, p.33).

Algunos estudiosos han definido este comportamiento emergente como básicamente desestructurado o gastro-anómico comparado con las prácticas alimentarias seguidas en la sociedad agrícola tradicional, marcada por la estacionalidad y los condicionamientos económicos, por la costumbre en establecer las horas de las comidas o por vida social y familiar para estructurar las ocasiones comensales. En las sociedades industriales, las maneras y los usos se acomodan, sin embargo, a los apremios laborales. Poco a poco, el comedor urbano se convierte en un individuo mucho más autónomo en sus elecciones y rebasa sus limitaciones sociales hacia conductas individuales: los tiempos, ritos y compañías se imponen con menos formalismos. En esta transición cultural, la gramática y la sintaxis de la alimentación cotidiana sufren una increíble transformación. Las comidas familiares disminuyen, el tiempo dedicado a ellas cada vez es menor, se come más veces solo, se omiten ingestas y platos, se cambia la estructura y las horas se vuelven irregulares. (Gracia, 2002, p.33)

Para Patiño (2005) mucho de este comportamiento es por imitación del sistema de vida norteamericano, las comidas formales a horas determinadas, se van sustituyendo por la ingestión apresurada de emparedados y gaseosas en cualquier circunstancia. En la mayor parte de los casos, este es el almuerzo de los obreros urbanos, porque los rurales todavía conservan las costumbres tradicionales.

Esta mesa cambiante que cada vez nos resulta más conocida ha seguido por una crisis de los saberes en la alimentación moderna, lo tradicional ya no es moderno, los jóvenes son educados con gustos diferentes a los padres.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

“Hoy conviven los grandes cocineros que nos enseñan como comer rico para disfrutar de la vida, al mismo tiempo que el sistema médico que nos enseña como comer sano para sobrevivir a las enfermedades prevalentes, y las economías que nos indican como comer barato para que lleguemos a fin de mes, junto a la industria que nos impone (porque es lo que produce) a comer rápido, precocido, desgrasado y envasado, todos codo a codo con la cocina que nuestras abuelas solían preparar y que marca nuestro gusto y pertenencia. El comensal moderno se encuentra en el cruce de todas estas normas acerca del buen comer, todas valorizadas (quien no quiere comer, rico, sano, barato, rápido, nuestra comida) pero habiendo tantas, simultáneamente, nos obligan a decidir individualmente ya que todas son valiosas y a la vez tienen lógicas excluyentes. Lo rico no tiene por qué ser es sano, ni barato, ni nuestro. O lo sano no siempre es barato, ni rico, ni rápido ni tradicional. Esta es la gastro-anomia del comensal moderno: comer sin coherencia, sin normas, sin códigos ni saberes compartidos acerca de que es el "buen" comer. Basta que "yo" sepa que es "comer bien para mi" en este evento, porque en la próxima hora puedo cambiar de norma y comer de otra forma” (Aguirre, 2007, p. 4)

Para Fernández (2004) cuando se analiza la historia de la cocina y la comida sostiene que “comida proporciona placer, que la cocina puede realizar; forja la sociedad, especialmente cuando cocinar fortalece el tejido social y comunitario. Entonces, si por un lado tenemos la gastro-anomia y por otro la industria alimentaria que despliega su propaganda para obtener consumidores junto a las cadenas de comidas rápidas se encargan de decirnos que es lo que se debe comer para obtener el placer de la comida, lo que se pierde en todo este vaivén es el acto mismo de cocinar, ya no se cocina, se calienta, se abre una lata, o se prepara un bocadillo, la ausencia de la cocina que fortalecía el tejido social y comunitario propia la ruptura del ya de por sí escaso tejido social existente.

Cuando se combinaron fuego y comida, sin embargo, se creó un foco casi irresistible para la vida comunitaria. Comer se convirtió en un acto social muy poco característico: era comunitario, pero no requería colaboración. El valor añadido que cocinar confiere a los alimentos sobrepasa la nutrición y ofrece nuevas posibilidades imaginativas: las comidas pueden convertirse en actividades compartidas de carácter expiatorio, festines amorosos, actos rituales y ocasiones para celebrar las transformaciones mágicas propiciadas por el fuego, siendo una de ellas la transformación de competidores en miembros de una sociedad. (Fernández, 2004, p. 33)

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

La elección no es consciente, esta soledad de masas no es percibida por el antiguo comensal porque “la comida moderna” es muy bien vendida, la publicidad en todas sus formas convence de que el paso a la modernidad es lo más conveniente, debido a la velocidad de los tiempos actuales.

Consideraciones finales

El consumo se ha tornado particularmente importante por no decir central en la vida de la mayoría de las personas, el propósito mismo de su existencia, en el cual la capacidad de de experimentar esas emociones repetidamente, es el fundamento de toda la economía de las relaciones humanas. Se puede afirmar que si antes se consumía para vivir ahora se vive para consumir. *“La sociedad de consumidores tiende a romper los grupos, a hacerlos frágiles y divisibles y favorece en cambio la rápida formación de multitudes, como también su rápida desagregación. El consumo en ella, es una acción solitaria por antonomasia (quizá el arquetipo de la soledad), aun cuando se haga en compañía”* (Bauman,2007 p.109)

La industria alimentaria, y especialmente la publicidad, refuerza la idea del incremento de libertad en la elección individual, y el desarrollo de las comidas preparadas en casa, o fuera de casa, son mostradas y vistas como prácticas ahorradoras de tiempo. La dialéctica se da entre esa supuesta libertad individual y los modelos pautados. EL tiempo es un recurso limitado y su mayor o menor disponibilidad administrativa determina las prácticas alimentarias, así como también las formas de sociabilidad alimentaria, el equipamiento doméstico y la conciencia del tiempo y su valoración.

En definitiva, la ausencia de la norma socialmente consensuada (la gastronomía), la etiqueta, hasta las simples normas de urbanidad, y convivencia en una mesa familiar dejaron el espacio a la norma publicada por los anuncios publicitarios, debido a que la elección solitaria basada en la información interesada de los

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](#) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](#). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

vendedores de alimentos a través de medios impersonales se vive como un logro de la libertad individual.

Pero en el horizonte de la comensalidad se otean nuevas situaciones, como la presencia de lo “natural” de lo autóctono y la comida hogareña en el menú de las grandes firmas del fast food, la preocupación de ciertos sectores de jóvenes por lo artesanal que va desde la cerveza a las jaleas y el pan. Pero esto será tema de una nueva marcha investigativa.

Bibliografía

Aguirre, Patricia. (2005). *Estrategias de consumo: qué comen los argentinos que comen*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Aguirre, Patricia. (2007). *Qué Puede Decirnos una Antropóloga sobre Alimentación. Hablando sobre Gustos, Cuerpos, Mercados y Genes*. [En línea]. Recuperado de: <http://www.fac.org.ar/qcvc/llave/c027e/aguirrep.php>

Bauman Zygmunt. (2007). *Vida de Consumo*, Editorial Fondo de Cultura, México.

Beck, Ulrich (2003) *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, Barcelona, Paidós.

Berth, Christiane.(2008). *La historia del consumo como historia global*. Tendencias del consumo en Mesoamérica. San José: Editorial UCR.

Bochatay, Laura. (2006). *Antropología de la alimentación I: la alimentación como práctica social*. [En línea]. Recuperado de: <http://www.fac.org.ar/fec/foros/cardtran/gral/alimentacion.html>

Bordieu, Pierre (2012) *Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. España

Carrasco, Silvia. (1992). *Antropología y alimentación. Una propuesta para el estudio de la cultura alimentaria*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Contreras, Jesús. (2002). *Los aspectos culturales en el consumo de la carne. Somos lo que Comemos*. Barcelona: Ariel.

La Revista Estudios es editada por la [Universidad de Costa Rica](http://www.universidadcostarica.ac.cr) y se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Costa Rica](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/cr/). Para más información envíe un mensaje a revistaestudios.eeg@ucr.ac.cr

- Entrena, Francisco. (2008). *Globalización, identidad social y hábitos alimentarios*. Revista de Ciencias Sociales: UCR
- Fernández Armesto, Felipe (2004). *Historia de la Comida. Alimentos, cocina y civilización (Los cinco sentidos)*. España: Tusquets.
- Featherstone, M. (1991) *The Body. Social progress and Cultural Theory*, Londres, Barcelona: Editorial Ariel Barcelona
- Fischler, Claude. (1979). *El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama
- Goody, Jack. (1982). *Cocina, cuisine y clase: estudio de sociología comparada*. España: GEDISA.
- Gracia Arnaiz, Mabel. (2002). *Los trastornos alimentarios como trastornos culturales: La construcción social de la anorexia nerviosa*. Barcelona: Ariel.
- Harris, Marvin (1985) *Good to eat. Riddles of food and culture*. Londres. Allen and U nwin (Edición española Bueno para comer. Madrid: Alianza Editorial
- Lipovich, Pedro (2005). *El cuerpo ideal y la lucha de clases*. [En línea]. Recuperado de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-49533-2005-04-10.html>
- Martínez Guirao, Javier. (2003). *Los McDonald's: homogeneización y sociabilidad. Un estudio antropológico*. [En línea]. Recuperado de: http://www.ugr.es/~pwlac/G19_04JavierEloy_Martinez_Guirao.html#N_4_#N_4
- Palenzuela Sara; Pérez Alejandro; Pérula de Torres, Luis ; Fernández García, José. y Maldonado Alconada, José. (2014). *La alimentación en el adolescente. Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 37(1), 47-58. [En línea]. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4321/S1137-66272014000100006>
- Patiño, Victor. (2005). *La alimentación en Colombia y en los países vecinos*. Colombia: Universidad del Valle.
- Thorstein, Veblen (1971) *.Teoría de la Clase Ociosa*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica..
- Vélez Boza, Fermín. (1990). *La alimentación y la nutrición en Venezuela*. Caracas: Instituto Nacional de Nutrición