

## La alimentación contemporánea entre la globalización y la patrimonialización

Jesús Contreras

Dr. en Filosofía y Letras

Observatorio de la Alimentación de la Universitat de Barcelona (Barcelona, España)

Dirección electrónica: [contreras@ub.edu](mailto:contreras@ub.edu)

Contreras, Jesús (2019). "La alimentación contemporánea entre la globalización y la patrimonialización". En: *Boletín de Antropología*. Universidad de Antioquia, Medellín, vol. 34, N.º 58, pp. 30-55.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.boan.v34n58a01>

Texto recibido: 02/10/2018; aprobación final: 02/05/2019

**Resumen:** El llamado proceso de globalización comporta un proceso progresivo de homogeneización alimentaria. Desde los años de 1960, se intensificó el paso de unos ecosistemas muy diversificados a otros hiperespecializados e integrados en vastos sistemas de producción agroalimentaria a escala internacional. Ahora bien, la "industrialización" de la alimentación ha suscitado problemas en la ciudadanía. El desconocimiento de las formas de fabricación de los alimentos procesados y ultraprocesados ha desarrollado entre los consumidores una actitud de desconfianza hacia la enorme y diversa oferta alimentaria. La industrialización ha provocado la pérdida de "referencias" pero los consumidores siguen teniendo necesidad de ellas. Se exige conocer el origen y/o la identidad de los alimentos. Por ello, se han emprendido operaciones de "rescate" de variedades locales, así como de productos "artesanales", "tradicionales", etc. Se trata de respuestas amparadas en la "especificidad", la "tradición", la "calidad", lo "conocido", lo "artesanal", lo "casero", el "sabor", lo "propio"... Ha sido la progresiva globalización alimentaria lo que ha provocado una "nostalgia" relativa a los "patrimonios culinarios". Aparece la conciencia de "tradición culinaria" y la consideración de que la cocina constituye un patrimonio cultural. El fenómeno de la patrimonialización alimentaria se produce en el contexto del conjunto de las transformaciones socioeconómicas contemporáneas y de sus repercusiones en los comportamientos y en las ideas relativas a la alimentación. Si bien la toma de conciencia de la mundialización de la economía conduce a una necesidad de referencias universales, también es cierto que otro tipo de referencias consiste en el redescubrimiento de las culturas locales. Así, identidad y/o patrimonio son nuevos "recursos" de la modernidad y de usos polivalentes. Ya no se trata de producciones mundiales que pierden progresivamente la huella de su lugar de origen sino de productos que, por el contrario, lo encarnan y se espera de ellos que evoquen un territorio, un paisaje, unas costumbres, una identidad.

**Palabras clave:** Globalización, homogeneización alimentaria, desconfianza alimentaria, identidad alimentaria, patrimonios culinarios.

## The Contemporary Diet Between Globalization and Patrimonialization

**Abstract:** The so-called globalization process involves a progressive process of food homogenization. Since the 1960s, the transition from highly diversified ecosystems to other hyperspecialized ones has been intensified and integrated into vast agrifood production systems on an international scale. However, food "industrialization" has raised problems for citizens. The lack of awareness about ways of manufacturing processed and ultra-processed foods has developed an attitude of distrust among consumers towards the huge and diverse food supply. Industrialization has caused the loss of "references" but consumers still need them, it is necessary to know the origin and/or identity of food. For this reason, "rescue" operations of local varieties have been undertaken, as well as "handmade", "traditional" products, etc. This is about responses protected into the "specificity", "tradition", "quality", the "familiar", the "handmade", the "home made", the "flavor", the "typical"... It has been the progressive food globalization which has provoked "nostalgia" relative to "culinary patrimonies". There is an awareness of "culinary tradition" and the consideration that cuisine constitutes a cultural heritage. The phenomenon of food patrimonialization occurs in the context of contemporary socio-economic transformations and their repercussions on behavior and ideas related to food. Although the awareness of economy globalization leads to a need for universal references, it is also true that another type of references consists in the rediscovery of local cultures. Thus, identity and/or heritage are new "resources" of modernity and have polyvalent uses. It is no longer about world productions that progressively lose the trace of their place of origin, but products that, on the contrary, embody it and are expected to evoke a territory, a landscape, some customs, an identity.

**Keywords:** Globalization, food homogenization, food mistrust, food identity, culinary heritage.

## A alimentação contemporânea entre a globalização e a patrimonialização

**Resumo:** O chamado processo de globalização comporta um modo progressivo de homogeneização alimentar. Desde a década de sessenta, intensificou-se o passo de uns ecossistemas muito diversificados a outro hiperespecializados e integrados em seus extensos sistemas de produção agroalimentar a escala internacional. Pois bem, a "industrialização" da alimentação tem provocado problemas na cidadania. O desconhecimento das formas de fabricação dos alimentos processados e ultraprocessados tem desenvolvido entre os consumidores uma atitude de desconfiança para a enorme e diversa oferta alimentar. A industrialização tem provocado a perda de "referencias", mas os consumidores continuam mantendo necessidade delas. Exige-se conhecer a origem e/ou a identidade dos alimentos. Por isso, se têm começado operações de "resgate" de variedades locais, mesmo que de produtos "artesanais", "tradicionais", etc. Trate-se de dar respostas abrigadas na "especificidade", a "tradição", a "qualidade", o "conhecido", o "feito à mão", o "caseiro", o "sabor", o "próprio"... Tem sido a progressiva globalização alimentar o que provocou uma "nostalgia" relativa aos "patrimônios culinários". Aparece a consciência de "tradição culinária" e a consideração de que a cozinha constitui um patrimônio cultural. O fenômeno de a patrimonialização alimentar se produz no contexto do conjunto das transformações socioeconômicas contemporâneas e de suas repercussões nos comportamentos e nas ideias relativas à alimentação. Se bem a toma de consciência da mundialização da economia leva a uma necessidade de referencias universais, também é certo que outro tipo de referencias consiste no redescobrimiento das culturas locais. Assim, identidade e/o patrimônio são novos "recursos" da modernidade e de usos polivalentes. Já não se trata de produções mundiais que perdem progressivamente a pegada de seu lugar de origem senão de produtos que, ao contrário, o personificam e se espera deles que evoque um território, uma paisagem, uns costumes, uma identidade.

**Palavras-chave:** Globalização, homogeneização alimentar, desconfiança alimentar, identidade alimentar, patrimônios culinários.

## L'alimentation contemporaine entre mondialisation et patrimonialisation

**Résumé:** Le processus connu comme mondialisation implique un processus progressif d'homogénéisation des aliments. Depuis les années 1960, la transition d'écosystèmes très diversifiés vers d'autres hyperspécialisés s'est intensifiée et intégrée dans de vastes systèmes de production agroalimentaire à l'échelle internationale. Maintenant, la « industrialisation » alimentaire a généré problèmes avec la citoyenneté. La méconnaissance des méthodes de fabrication des aliments transformés et ultra transformés a suscité chez les consommateurs une attitude de méfiance à l'égard de l'offre alimentaire vaste et diversifiée. L'industrialisation a entraîné la perte de « références », mais les consommateurs en ont toujours besoin. Il est nécessaire de connaître l'origine et/ou l'identité des aliments. Pour cette raison, des opérations de « sauvetage » de variétés locales, ainsi que des produits artisanales, ont été entreprises, etc. Ce sont des réponses couvertes dans la « spécificité », la « tradition », la « qualité », le « connu », « l'artisanal », le « fait maison », le « goût », le « propre »... Il a été la mondialisation alimentaire progressive qui a provoqué une « nostalgie » par rapport aux « patrimoines culinaires ». Il existe une conscience de la « tradition culinaire » et le fait que la cuisine constitue un patrimoine culturel. Le phénomène de patrimonialisation des aliments se situe dans le contexte de l'ensemble des transformations socio-économiques contemporaines et de leurs répercussions sur les comportements et les idées liés à l'alimentation. Bien que la prise de conscience de la mondialisation de l'économie appelle un besoin de références universelles, il est également vrai qu'un autre type de références consiste en la redécouverte des cultures locales. Ainsi, identité et/ou patrimoine sont de nouvelles « ressources » de la modernité et des usages polyvalents. Il ne s'agit plus de productions mondiales qui perdent progressivement la trace de leur lieu d'origine, mais de produits qui, au contraire, l'incarnent et qui devraient évoquer un territoire, un paysage, des coutumes, une identité.

**Mots-clés:** mondialisation, homogénéisation des aliments, méfiance envers les aliments, identité alimentaire, patrimoine culinaire.

### Introducción

Globalización es un término muy recurrente y relativamente nuevo, pero sus contenidos, aunque variados, no lo son tanto. De acuerdo con Mignolo (1998: 32), el concepto de “globalización” puede relacionarse con la expansión occidental iniciada desde 1500 e incluye tanto el término de “sistema económico mundial” de Immanuel Wallerstein, como el de “proceso de civilización” de Norbert Elias. Globalización, dice Hilary French (2000: 309-310), se ha convertido en un término habitual, aunque puede tener significados distintos para diferentes personas. En cualquier caso, por globalización puede entenderse el amplio proceso de transformaciones sociales, incluyendo el crecimiento del comercio, inversiones, viajes y redes informáticas, en el que numerosas fuerzas entrecruzadas están haciendo que las fronteras de todo tipo y a todos los niveles sean más permeables que nunca. Como consecuencia de esa progresiva y multi-dimensional permeabilidad, podría afirmarse que una de las consecuencias del proceso de globalización es un proceso, también progresivo, de homogeneización y de pérdida de la diversidad a nivel económico, ecológico y cultural.

Los procesos de globalización han supuesto la desaparición de multitud de manifestaciones o producciones de carácter local: desde variedades vegetales y animales hasta lenguas, tecnologías y cualquier tipo de costumbres e instituciones

socioculturales. Unas desaparecen, pero otras se expanden y generalizan. Por otra parte, nuestra sociedad “actual”, más industrial y asalariada que agrícola y autoempleada, más laica que religiosa y concentrada en núcleos urbanos cada vez más grandes, no sigue como “antaoño” la pauta calendárica de los constreñimientos ecológico-climáticos (tiempo de labrar, de sembrar, de cosechar, de trashumar, etc.), ni la de las conmemoraciones religiosas (carnaval, Cuaresma, Pascua, Corpus Christi, Navidad, etc.). La sociedad “urbano-industrial” ha “secularizado” y “desnaturalizado” –o “des-ecologizado”– cada vez más las manifestaciones de la vida colectiva. Los ritmos temporales, a través de los horarios laborales, se han homogeneizado considerablemente; los “modos de vida”, hasta cierto punto, también. Hoy, los horarios y calendarios laborales son considerablemente uniformes y, además, subordinan otras actividades sociales y culturales. Los días “laborales” y los “festivos”, regulados uniformemente para la población en su totalidad, los “finés de semana”, los períodos de vacaciones escolares y los períodos de vacaciones laborales son los que organizan la vida cotidiana tanto en sus aspectos más ordinarios –los de “actividad”– como los más extraordinarios –los del ocio y de la fiesta–.

Algo similar ocurre con los nuevos espacios y con el uso de los mismos. Recordemos, por ejemplo, la importancia que tuvieron los mercados –dada su función integradora, dentro de un espacio determinado– para configurar redes de personas, actividades, relaciones e intercambios diversos. Hoy, aparentemente, los espacios se han diversificado y, hasta cierto punto, sus funciones se han especializado. Además de los mercados, han aparecido otros espacios importantes desde el punto de vista de poner en relación, de manera más o menos regular, a personas procedentes de lugares diversos. Tales lugares son, por ejemplo, las macrodiscotecas, las grandes superficies comerciales y los grandes centros comerciales, los centros de atracción turística y los “grandes lugares del ocio” y parques temáticos. Ahora bien, estos “nuevos lugares” no presentan caracteres distintivos propios o particulares; puede decirse que todos son parecidos o idénticos entre sí de un lugar a otro, de un país a otro. Las mismas actividades, las mismas “marcas”, las mismas “franquicias”, las mismas músicas, las mismas indumentarias, las mismas cadenas de distribución, las mismas tecnologías, las mismas ambientaciones, los mismos estereotipos de comida “étnica”.

### **Globalización y homogeneización de los repertorios alimentarios**

En términos generales, puede afirmarse que desde la década de 1950, sobretudo, la alimentación ordinaria se ha homogeneizado progresivamente como consecuencia de haber pasado, en poco tiempo, de unos ecosistemas muy diversificados a otros hiperespecializados e integrados en vastos sistemas de producción agroalimentaria a escala internacional. Así, aumentó considerablemente la producción mundial de

alimentos al tiempo que desaparecían numerosas variedades vegetales y animales que habían constituido la base de dietas de ámbito más o menos localizado. Un mismo dato puede servir para ilustrar ambos tipos de transformación. A lo largo de la historia se han registrado unas 7.500 variedades de manzanas; sin embargo, a principios del siglo XXI, existen apenas unas 30 y, de ellas, 10 constituyen el 90% de las manzanas consumidas (Fischler, 1990). Abundan los ejemplos en este mismo sentido:

- En Corea del Sur, el 74 % de las variedades, provenientes de 14 cultivos, fueron completamente sustituidas en 1993.
- En China existían alrededor de 10.000 variedades de trigo en 1949 y sólo unas 1.000 en 1970. También desaparecieron las especies silvestres de arroz, cacahuete y cebada.
- En Malasia, Filipinas y Tailandia fueron abandonadas numerosas variedades locales de arroz, de maíz y de frutas.
- En Etiopía desaparecieron determinadas especies de cebada y de trigo.
- En Argentina ha desaparecido la quinua.
- En Costa Rica fueron sustituidas las variedades indígenas de maíz.
- En Chile se ha constatado la desaparición de variedades de patatas así como de especies locales de avena, cebada, lentejas, sandías, tomates y trigo.

Veamos qué es lo que ha ocurrido en las últimas décadas. Desde el punto de vista de la producción de alimentos, podría decirse que el problema de la escasez podría haber sido superado. Han sido espectaculares los aumentos de producción y de productividad logrados tanto por unidad de superficie, en el caso de la agricultura, como por cabeza y tiempo de engorde, en el caso de la ganadería y la piscicultura. Un pollo se comercializa hoy en día a las ocho o nueve semanas frente a los cinco o seis meses en que se hacía hace apenas unas décadas (Martínez Álvarez, 2003: 9). Asimismo, otros progresos tecnológicos han sido muy decisivos de cara a transformar las dietas y los hábitos alimentarios.

Por un lado, la rapidez actual de los transportes ha contribuido, en el doble sentido espacial y geográfico, en la medida en que alimentos o productos de ámbito local pueden transportarse rápidamente de cualquier lugar a cualquier otro; y, por otro, estacional, en la medida en que las diferencias climáticas de unos países a otros permiten, por ejemplo, consumir fresas o melocotones durante todo el año. De igual forma, las nuevas tecnologías aplicadas al hogar (neveras y congeladores, sobre todo) han contribuido a disminuir la importancia de los ritmos estacionales. En definitiva, hoy el mercado alimentario es un mercado plenamente globalizado, de modo que los sistemas alimentarios se rigen cada vez más por las exigencias marcadas por los ciclos propios de la economía de mercado, los cuales han supuesto, entre otras cosas, la intensificación de la producción agrícola, la orientación de la política de la oferta y la demanda en torno a determinados alimentos, la concentración del negocio en empresas de carácter multinacional, y la ampliación y especialización de la distribución alimentaria a través de unas redes comerciales cada

vez más omnipresentes. La industrialización, los transportes y la ampliación de las redes de distribución han contribuido a que el lugar geográfico de producción de un alimento tenga menos que ver con el lugar de consumo (pollos *de granja*, tomates *de invernadero*, lubinas *de piscifactoría*, etc.).

La globalización ha supuesto una enorme diversidad de la oferta alimentaria en gama, precios y cocinas en todo el mundo. Así, estos procesos han llevado a una globalización de la dieta a escala internacional. Este proceso de globalización y homogeneización alimentaria, también de industrialización y “artificialización” de los alimentos, ha supuesto beneficios obvios: una mayor accesibilidad alimentaria y disponibilidad de alimentos de conveniencia –o alimentos-servicio– que ahorran tiempo y no hacen necesario un proceso de aprendizaje culinario, pues, en muchos casos, se trata de “alimentos listos para servir” (Martí-Henneberg *et al.*, 1987; Goody, 1989; Fischler, 1990; Contreras y Gracia, 2005).

Sin embargo, no sólo se ha innovado en nuevos alimentos o composiciones, sino también en *nuevos conceptos*. Algunas de las *novedades* alimentarias de las últimas décadas son más conceptuales que fácticas: funcional o nutraceútico, surimi, enriquecido, productos de la tierra, DOP, IGP, trazabilidad, con carnet de identidad, fecha de caducidad, étnicos, precocinados, light, productos *con*, productos *sin*, modificados, de síntesis, análogos, snacks dietéticos, integrales, equilibrados, suplementados, cadena de frío, listo para consumir, inteligentes, embutidos vegetales, ecológicos, biológicos, orgánicos, transgénicos, certificados, exóticos, reformulados, tradicionales, casi tradicional, adaptado, “salvaje”, proximidad, circuito corto, comercio justo, auténtico, etc. Todo ello supone un cambio cualitativo importante tanto en la producción como en la percepciones y formas de consumo de los alimentos y, consecuentemente, de toda nuestra alimentación.

En la actualidad se dispone de una mayor variedad de alimentos a lo largo del año. Es cierto también que, para que esto haya sido posible, se ha tenido que recurrir (para permitir la conservación y el transporte) a un uso generalizado y creciente de aditivos (conservantes, colorantes, aromatizantes, etc.). Estos aditivos contribuyen, por una parte, a una homogeneización progresiva de los alimentos y, por otra, suponen una ingestión sistemática y prolongada de sustancias cuyas consecuencias no son todavía bien conocidas. En cualquier caso, los cambios que se han producido en los regímenes alimentarios de la mayoría de países del mundo ponen de manifiesto, en lugar de la abundancia y del bienestar, una cierta mala nutrición. Por supuesto que el interés por conseguir y producir más alimentos y a menor costo, continuará influyendo en el sentido de producir –y de consumir– productos cada vez más procesados u homogeneizados. Asimismo, las regulaciones sobre las composiciones y procesos autorizados y no autorizados por razones “higiénicas”, actúan en el mismo sentido.

Por otra parte, la industrialización del sector agroalimentario, que se encuentra en buena parte en la base de este proceso de homogeneización y de intensifica-

ción de la producción al que estamos aludiendo, ha ido acompañada de una ruptura fundamental de las relaciones que los seres humanos habían mantenido físicamente con su medio y con el hecho de que numerosas tareas que, hasta entonces eran realizadas por las personas responsables de sus cocinas, hoy se lleven a cabo en la fábrica (Capatti, 1989; Goody, 1989). En efecto, en el último siglo y sobre todo en sus últimos sesenta años, se ha producido la transformación más radical de la alimentación humana, trasladándose gran parte de las funciones de producción, conservación y preparación de los alimentos desde el ámbito doméstico y artesanal, a las fábricas y estructuras industriales y capitalistas de producción y consumo (Pinaud, 1988). En la actualidad, los sistemas alimentarios se rigen cada vez más por las exigencias marcadas por los ciclos económicos capitalistas de gran escala. La comida es hoy un gran negocio en torno al cual se mueven cifras archimillonarias: mayor productividad agrícola, más rendimiento de la ganadería, intensificación de la explotación marítima, incremento de los platos manufacturados, incremento de la factura publicitaria, auge de la oferta restauradora, etc.

La evolución de los modos de vida hacia actividades menos productivas, también está en el origen de los procesos de homogeneización alimentaria. De una forma u otra, el proceso de rápida industrialización y urbanización del espacio desarrollado en la segunda mitad del siglo xx, el cambio de la estructura económica, las transformaciones del mercado laboral, el aumento del nivel de vida de la población, la mayor presencia femenina en el trabajo extradoméstico remunerado, las variaciones de la composición familiar, la cosificación del cuerpo, la hegemonía de la delgadez y el nuevo valor otorgado al tiempo de trabajo y de ocio, han dado paso a expresiones alimentarias particulares: la alimentación de la población, a la vez que se ha diversificado respecto a períodos recientes, también se ha homogeneizado e internacionalizado en diferentes aspectos; el espacio culinario doméstico se ha tecnificado coincidiendo con su menor utilización: al mismo tiempo que las comidas caseras se han simplificado y las despensas se han llenado de *alimentos-servicio* para ahorrar esfuerzos y tiempo como, y también de productos de reconocida calidad y con denominación de origen, otras cocinas previsiblemente se mecanizarán aún más en un futuro inmediato y se llenarán de nuevos tipos de alimentos, ya sean funcionales, transgénicos y de quinta y sexta gama.

Asimismo, la individualización creciente de los modos de vida ha comportado una cierta desritualización de las tomas alimentarias, reforzada por la disminución de las influencias religiosas y morales. La convivialidad asociada a las comidas –al menos en lo que refiere a las comidas más cotidianas– ha perdido importancia. Ha aumentado la diversidad de los tipos de tomas alimentarias según los contextos (lugares, momentos, comensales...) y, como consecuencia, ha aumentado el abanico de expectativas relativas a las características cualitativas de los productos alimentarios (Lambert, 1997: 55).

Todas estas tendencias han venido a conformar el sistema alimentario moderno, afectando a la estructura y composición de las comidas, las formas de aprovisionamiento, el tipo de productos consumidos, las maneras de conservarlos y cocinarlos, los horarios y las frecuencias de las comidas, los presupuestos invertidos, las normas de mesa o los trabajos y valores asociados a las prácticas alimentarias. Se trata de un orden complejo y heterogéneo *per se*. Aunque, a diferencia de otras épocas, la mayor parte de la población tiene hoy la posibilidad de elegir entre un abanico de posibilidades y sus respuestas –de la misma manera que sucede en otros ámbitos sociales– son esencialmente plurales, existen numerosas presiones económicas y políticas para que los comportamientos alimentarios de las poblaciones industrializadas converjan y se asemejen más entre sí.

Las grandes empresas agroalimentarias controlan cada vez más los procesos de producción y distribución de alimentos que, además, son producidos cada vez más “industrialmente”, a pesar de que la noción misma de “industria alimentaria” (Atkinson, 1983; Fischler, 1990) resulta repugnante a mucha gente. En efecto, el consumo de alimentos procesados y ultraprocesados ha aumentado considerablemente desde los años sesenta del siglo xx y sigue haciéndolo a pesar de sus detractores morales, gastronómicos, económicos y dietéticos, tanto en los países más industrializados como en los no tanto. El proceso está lejos de ver su punto final porque la tecnología alimentaria está diseñando constantemente nuevos productos y las últimas aplicaciones alimentarias de la biotecnología anuncian numerosas novedades alimentarias para un futuro más o menos inmediato; por ejemplo, tomates que no se pudren, leche de vaca con vacunas incorporadas, berenjenas blancas, arroces colorados y aromatizados, patatas con un almidón de mejor calidad que las hará más crujientes una vez fritas, maíz con un leve sabor a mantequilla y muchos más.

Algunos estudiosos han denominado *americanización* de la alimentación, al proceso de homogeneización o de mundialización de los hábitos alimentarios en tanto, en los últimos años, Estados Unidos ha sido el líder en el grado de sofisticación del consumo de alimentos y de ciertos estilos de vida, y el resto de los países se han ido *americanizando* a diferentes ritmos (Reiter, 1996). Sin embargo, el problema es más complicado, ya que no se trata de un proceso de *americanización* en el sentido de una aculturación pura y simple, sino más bien de un proceso que, con más exactitud, se le podría denominar de *macdonalización* (Ritzer, 1992; Ariès, 1997). Este proceso de *macdonalización* sería el resultado de aplicar los criterios de mecanización, intensificación, estandarización y planificación del trabajo, de reducción de costes y de obtención de beneficios rápidos en todas las fases de la cadena alimentaria, desde la producción hasta el consumo. En este sentido, cabría decir que las sociedades “occidentales” se americanizan menos de lo que se industrializan, y se transforman más de lo que se aculturán (Fischler, 1990).



Ahora bien, de acuerdo con Poulain (2002, 20-25), los particularismos nacionales y regionales no desaparecen tan rápidamente como algunos autores habrían sugerido. Ciertamente, *McDonald's* –aun siendo el primer restaurante mundial y la imagen misma de la homogeneización– ha tenido que tener en cuenta este tipo de particularidades en sus intentos de penetración en las diferentes culturas alimentarias del mundo y ha desarrollado estrategias de microdiversificación para adaptarse a algunas de las particularidades de los gustos de los mercados locales. La estrategia de partida de esta cadena de restaurantes rápidos consideraba que su oferta –la gama de productos resultantes de una organización muy sofisticada– era inmodificable, poniéndose como objetivo superar los obstáculos de su aceptación a través del manejo de la comunicación y el marketing. Sin embargo, ante la resistencia de los mercados, poco a poco fue introduciendo una serie de modificaciones en la oferta para adaptarla a los hábitos locales. En Francia, por ejemplo, en los restaurantes *McDonald's* se sirve cerveza, mientras que, en Estados Unidos, estos establecimientos no sirven bebidas alcohólicas. En Francia, Holanda y Bélgica, la mayonesa acompaña a los fritos, mientras que en los E.E.U.U. el *ketchup* goza de una supremacía indiscutible. En sus inicios, esta cadena producía un café ligero tipo “americano”, que no era en absoluto del agrado de los italianos o de los españoles. Hoy, las tecnologías han sido adaptadas para ofrecer tipos de café también más parecidos a los gustos locales. En este sentido, algunos particularismos locales todavía son bastante fuertes; los españoles continúan haciendo sus comidas en unas horas que los franceses y los ingleses consideran muy tardías e, incluso, la misma noción de comida no cubre la misma realidad semántica.

Así pues, la uniformización alimentaria presenta algunas importantes paradojas. Por ejemplo, no excluye que, en los grandes establecimientos distribuidores (supermercados, hipermercados, centros comerciales), muchos productos se queden fuera de los lineales por falta de espacio; o que, en un sólo año, Estados Unidos lance al mercado más de 3.000 productos de alimentación *nuevos*; o que, en los diversos comercios expendedores pueda encontrarse pan de múltiples tipos, yogures de composición muy variada o aceites de composición diversa y de diversos orígenes. Un simple dato numérico: en los lineales de los grandes supermercados como los que existen casi en cualquier país del mundo, pueden registrarse hasta 18.000 referencias alimentarias.

Por otro lado, como señalaba Malassis (1975), el hecho de aumentar considerablemente las cantidades producidas no ha significado la desaparición de las desigualdades en los consumos. Lo que ha variado con el desarrollo agroalimentario es que el consumo, a diferencia de etapas anteriores, se convierte en socialmente practicable. Así pues, nos encontramos frente a tendencias aparentemente contradictorias. Entonces ¿cómo debemos entender la estandarización alimentaria? Deben delimitarse los sectores o los aspectos en los que se da la homogeneización. En cualquier caso, esta es paralela o simultánea a un proceso constante de

heterogeneidad *socialmente vertical* que, por otro lado, ha existido también a lo largo de la historia. En efecto, a menudo cuando se habla de la homogeneización de los consumos, parece como si sólo se incorporase un aspecto de esa referencia: los productos “disponibles” y no tanto los realmente ingeridos, ni las situaciones que preceden o acompañan el consumo, ni la identidad de quienes los ingieren. Las diferentes estrategias que actualmente se deciden a nivel individual, doméstico o local sugieren una diversidad no desestimable de los comportamientos que definen la alimentación cotidiana. En contra de la tesis que plantea la disolución de las diferencias debidas a cuestiones de clase, autores como Grignon (1980), Herpin (1980; 1984), Bourdieu (1988) o Gómez (1992) insisten en mostrar la permanencia de la importancia del peso de la clase social en el consumo alimentario contemporáneo.

Así pues, y en consecuencia con todo lo dicho, el reconocimiento general de la mayor accesibilidad e hiperhomogeneización de los consumos debe contrastarse, al menos, con tres realidades: 1) con la persistencia de la desigualdad social en el acceso a determinados tipos de alimentos y a las posibilidades de elección entre los mismos; 2) con la diferenciación según el bagaje sociocultural que condiciona a grupos e individuos; y 3) con la variabilidad a partir de la oferta alimentaria (establecimientos, restauración, productos) y de los particularismos locales.

### **Industrialización alimentaria, rupturas en los sistemas de representación alimentarios y desconfianza de la ciudadanía**

Como se acaba de ver, la “revolución industrial” aplicada a la industria alimentaria ha permitido incrementar considerablemente la disponibilidad de todo tipo de alimentos, hasta el punto de pasar de la escasez a la sobreabundancia. Este es el aspecto positivo de esta revolución, pero hay más. Como indicara Fischler (1990), en pocas décadas, la revolución industrial, la especialización y los rendimientos crecientes de la producción agrícola y el desarrollo hipertrófico de las ciudades, han contribuido a crear una “modernidad alimentaria” que ha trastocado la relación del ser humano con su alimentación. Con la evolución de la producción y de la distribución agroalimentaria, se ha perdido progresivamente todo contacto con el ciclo de producción de alimentos: su origen real, los procedimientos y las técnicas empleadas para su producción, conservación, almacenamiento y transporte. Gruhier (1989) ha llegado a decir que los animales que hoy consumimos – y también los vegetales– son auténticos mutantes que tienen poco que ver con sus “antepasados” de hace sólo 30 o 40 años, mientras que el ser humano contemporáneo, al menos biológicamente, es idéntico a su antepasado medieval.

Esta sería una de las manifestaciones de la “modernidad alimentaria” creada por la revolución industrial y sus concomitancias (hiperespecialización, búsqueda constante de los incrementos en los rendimientos de las producciones agro-ganaderas, “desertización” de las zonas rurales, etc.). Así, se habría “trastocado” el có-

digo alimentario referido a las categorías sociales, y los sistemas taxonómicos de la alimentación habrían entrado en crisis. En definitiva, debería hablarse de una desestructuración de los sistemas normativos y de los controles sociales que tradicionalmente habrían regido las prácticas y las representaciones alimentarias (Fischler, 1990).

Las aplicaciones tecnológicas a la denominada “cocina industrial” han permitido “manipular” todos y cada uno de los atributos sensoriales que había permitido identificar y caracterizar un alimento: olor, textura, forma, color y sabor, principalmente. De este modo, ni la composición, ni la forma, ni los olores, ni las texturas de los alimentos evocan necesariamente un significado preciso y familiar en la actualidad; sólo cabe pensar en la amplia gama de productos *surimi* para ejemplificarlo. Así, los desarrollos recientes de la tecnología o de la industria alimentaria perturbaban la doble función *identificadora* de lo culinario: la identificación del alimento y la construcción o la sanción de la identidad del sujeto (Fischler, 1985: 188). En definitiva, si bien la industria alimentaria ha contribuido a solucionar una serie de problemas derivados –en parte debido a la necesidad de compatibilizar la realización de las tareas domésticas o el trabajo asalariado a mayor o menor distancia del hogar; y en parte por la estandarización de la cocina industrial, su normalización de las materias primas y de calidades finales– parecen provocar un cierto rechazo en la medida que no satisfacen alguna de las funciones esenciales del consumo alimentario como, por ejemplo, la del placer y la comunicación (Delfosse: 1989, 428).

Ahora bien, la cultura alimentaria todavía es dominante y no parece haber integrado el nuevo contexto de producción-distribución caracterizado por una agricultura muy mecanizada que proporciona las materias primas a las industrias que, por su parte, realizan transformaciones cada vez más sofisticadas y venden a las grandes superficies los productos ya limpios, despiezados, procesados y empaquetados. En el universo de las representaciones, el mundo de lo comestible se encuentra constituido todavía por alimentos procedentes del sector primario; es decir, productos brutos y frescos con una imagen mental de naturaleza y en oposición a otros productos procedentes del sector industrial. La percepción de los productos alimentarios parece que continúa elaborándose a partir de este doble universo de representaciones, dado que generalmente las personas consideran los “productos industriales” menos buenos que los “productos naturales” (Lambert: 1996, 157-158). La ciudadanía expresa su percepción mediante ideas sobre la autenticidad, la calidad y el alejamiento de estos productos en relación a esta cultura; esto podría suponer la pérdida de su sentido hasta el punto de que no parezcan alimentos sino “artefactos”, “plástico” o que “no tienen alma”, o, como dice Fischler (1990), OC-NIs (Objetos Comestibles No Identificados). En este sentido, el diseñador F. Jegou (1991) precisa que “la industria proporciona un flujo de alimentos sin memoria”, en el cual la dimensión simbólica de la alimentación ya no es el resultado de un lento proceso de sedimentación entre la persona y su alimento, sino que le preexiste. Así,

los “nuevos alimentos” pueden ser clasificados en el límite de lo comestible y su ingestión se muestra llena de riesgos. Los sistemas de representaciones de los consumidores evolucionan más lentamente que los sistemas de producción-distribución con sus innovaciones tecnológicas relativas tanto a los productos como al empaquetado, y tanto a los lugares de producción como al transporte, al almacenamiento y a la distribución. Con el aumento de la importancia de las industrias agroalimentarias, los consumidores sólo tienen un conocimiento parcial de esta evolución, el cual va desde lo que podríamos llamar la situación “tradicional” o “pre-industrial” hasta la actual era del “cracking” y el “ensamblaje”. En este cuadro evolutivo, el rol de las industrias alimentarias ha cambiado y el alimento se presenta de una manera dual. Por una parte, se artificializa y, por la otra, debe conservar un estatus “natural”, pues este es el único nexo tangible con la naturaleza para el consumidor. Así pues, si bien con el tiempo, las prácticas alimentarias pueden ser evolutivas, el cambio puede tropezar con la insatisfacción del consumidor confrontado; por ejemplo, a los alimentos “industriales” que encuentra insípidos o faltos del sabor que habría sido característico e, incluso, peligrosos (Lambert: 1997, 57-58).

Algunos se han preguntado hasta qué punto son compatibles la industria y la tecnología alimentarias con la calidad nutricional y gastronómica. Desde el punto de vista de la ciudadanía, las experiencias más recientes incitan a la desconfianza, ya que la tecnología ha estado más al servicio del productor, del transportista y del vendedor, que de las papilas del consumidor:

veamos lo que ha ocurrido después de veinte años con las frutas y legumbres: se han vuelto insípidas y sin gran interés gustativo. En efecto, se han efectuado las selecciones sobre una cantidad de criterios favorables al productor, al transportista y al vendedor: rendimiento, solidez del fruto, posibilidad de cosecha precoz o mecanizada, actitud para la maduración artificial, color y aspecto ventajoso, etc. [...] ¿Los buenos tomates son los hinchados? ¿Los mejores guisantes son extrafinos? ¿Los melocotones blancos son los exquisitos? Entonces, se seleccionan los tomates bajo el criterio de la hinchazón, los guisantes bajo el de la finura, los melocotones bajo el de la blancura, sin ocuparse jamás del sabor. Resultado: melocotones blancos *pero* sin gusto, tomates hinchados *pero* insípidos, guisantes extrafinos y harinosos. Y todo en consonancia: malas judías verdes pero sin hilos, fresas sin perfume a pesar de su crujiente rojo carmín, manzanas rojas pero no maduras. (Gruhier: 1989, 77)

Hoy, la “artificialización” de la alimentación suscita problemas en el consumidor. Produce tanto una ruptura con las reglas ancestrales, como la oportunidad de hacer evolucionar el perfil del comensal hacia un individuo consciente de su pasado cultural, autónomo (libre de sus elecciones alimentarias en la abundancia de la oferta), responsable (formado en el conocimiento de las características de los alimentos) y promotor de su propia riqueza alimentaria. Ahora bien, como señala Fischler (1990), la ausencia de consenso implícito o explícito unívoco sobre el arte y la manera correcta de alimentarse, comporta una gran incertidumbre y una verdadera

ansiedad. Al desconocimiento de las formas de fabricación de los alimentos y de las materias primas utilizadas, se añade una actitud de desconfianza –más pletórica que nunca– hacia la oferta alimentaria. Además, la desconfianza del consumidor es un estado afectivo primario ligado a su instinto de supervivencia, el cual no se modifica con un simple razonamiento (Lambert, 1996: 169). Resulta fundamental la familiarización en la aceptación de los alimentos nuevos. Sylvander y Melet (1994) evocan “la incertidumbre sobre las definiciones de los productos”, sobre la “calidad de los productos”, que se encontrarían en el origen de “un aumento de la desconfianza de los consumidores”, así como el desarrollo de políticas de gestión de calidad en las empresas. Hoy, del complejo sistema internacional de producción y distribución alimentaria, los consumidores sólo conocen los elementos terminales: los lugares de distribución y los productos. El resto es una verdadera “caja negra” que entraña un gran miedo, en tanto que la existencia se encuentra asociada a la alimentación. Por otra parte, con la globalización económica, las intoxicaciones alimentarias han dejado de ser locales para convertirse en internacionales. En efecto, en estos sistemas hipercomplejos en los cuales participan sin dominarlos, los consumidores desorientados escuchan todos los rumores negativos de envenenamiento, a menudo lanzados sin discernimiento por una prensa sensacionalista que privilegia el gran titular alarmante. De todas formas, la complejidad creciente del sistema alimentario y mediático actual contribuye a alimentar un número cada vez mayor de pánicos alimentarios alternativos que mezclan lo imaginario y lo real.

Algunas reacciones nacionales o nacionalistas a la crisis de las “vacas locas” evidenciaron algunas claves para valorar la dimensión cultural existente en el consumo alimentario en la actualidad. Cazes-Valette (1997, 210-211) evocó los nociones de “etnocentrismo” y de “xenofobia” de Lévi-Strauss –y más concretamente la actitud de rechazo hacia las formas culturales que resultan alejadas de aquellas con las cuales nos identificamos– para explicar por qué algunos franceses, menospreciando toda distancia científica, se contentaban con la mención *VF* (*Viande Française*) para tranquilizarse delante de la amenaza de las “vacas locas”. El enemigo estaba en el extranjero –en este caso Inglaterra–. Reacciones casi idénticas tuvieron lugar en España; se trataba de manifestaciones de “etnocentrismo alimentario”. Lo propio es un producto conocido, “tiene historia” e “identidad” y, en esta medida, está controlado y exento de peligro. La industrialización ha provocado la pérdida de referencias, pero la ciudadanía seguía teniendo necesidad de ellas.

Por lo demás, la industrialización en cuanto proceso tecnológico, ha sido percibida negativamente por diferentes colectivos sociales, como los consumidores, facultativos, educadores y amas de casa. La manipulación industrial de los alimentos se acompaña de una expresión de incertidumbre provocada por los excesos que incorpora el proceso en sí mismo, de forma que la cadena agroalimentaria se cuestiona a todos los niveles (Millán, 2002: 279-281). Ello coincide paradójicamente con el aumento de las reglamentaciones sobre higiene y políticas de calidad puestas

en marcha por las administraciones y el sector industrial, intentando garantizar la estabilidad de las características organolépticas y microbiológicas de los productos a lo largo de su vida, e intentando cazar al microorganismo allí donde se encuentre, tal como plantea Poulain (2002: 20). El fenómeno de control y de búsqueda del alargamiento de la vida de los productos beneficia a los procesos agroindustriales, pero disminuye el gusto de los alimentos para el paladar del consumidor. Paralelamente, se añora la desaparición de numerosas variedades de manzanas, peras o de otras especies vegetales al tiempo que los pescados “pescados” en el mar han adquirido la nueva categoría de “salvajes” para diferenciarlos de los pescados “cultivados” en las granjas piscícolas o piscifactorías.

Así pues, el aumento de alimentos más baratos y platos preparados que permiten disminuir el tiempo dedicado a la cocina y espaciar las compras, se conjuga con un cierto rechazo hacia este tipo de comida industrial, especialmente entre las personas responsables de la alimentación doméstica. La desconfianza por el origen y los ingredientes añadidos a este tipo de productos, ha venido suscitando entre dichas responsables el temor en torno a los procesos químicos agroalimentarios y, en particular, a los aditivos. Esta desconfianza se ha ido trasladando, después, hacia los productos que no se etiquetan de “naturales”, hacia los de riesgo bacteriológico (mariscos, huevos, salsas) o hacia aquellos que se han sido manipulados genéticamente: los alimentos transgénicos. Se habla de posibles riesgos para la salud y el medio ambiente. En este sentido, los movimientos sociales surgidos en la comunidad internacional –asociaciones de ecologistas y de consumidores– que buscan presionar a los gobiernos sobre la regulación de los avances de la biotecnología y sus aplicaciones comerciales, no han dejado de incrementarse en los últimos años.

Por un lado, está el temor de recurrir a los productos procesados industrialmente y, por otro, la necesidad o comodidad de usarlos. En efecto, el beneficio de la abundancia alimentaria se hace menos obvio cuando, por una parte, se pone en duda la calidad de los alimentos producidos y cuando, por otra, se convierte en posible proveedor de enfermedades y riesgos de diverso alcance. En este contexto, las sucesivas crisis alimentarias (“vacas locas”, fiebre aftosa, peste porcina, gripe aviar, salmonelosis...) alarmaron profundamente a los consumidores al poner de manifiesto tanto el extraordinario alcance de la globalización del sistema alimentario y, en consecuencia, de las repercusiones mundiales de sus incongruencias y errores, como la escasa fiabilidad del sistema mismo. Por otro lado, dichas crisis han provocado reacciones que van desde el incremento de regímenes alimentarios alternativos hasta ahora minoritarios –como el vegetarianismo y el veganismo–, hasta el rechazo o la disminución del consumo de alimentos altamente apreciados en etapas anteriores (las carnes rojas, por ejemplo) y que han puesto en situación difícil a sectores centrales de la producción ganadera (Contreras, 2002).

## Movimientos de afirmación identitaria y recuperación de los particularismos alimentarios

En la década de 1980, los gastrónomos se quejaban de que las cocinas habían perdido identidad y de que se habían desvirtuado, desaparecido o que habían abandonado los viejos platos tradicionales. Se quejaban de la decadencia de las cocinas tradicionales, nacionales y regionales. En Francia, por ejemplo, la restauración “tradicional” efectuada a partir de materias primas brutas, apenas representa el 4% del mercado (Ariès, 1997, 38). La cocina utiliza ya sin ningún tipo de complejo los productos acabados listos para cocinar proporcionados por la industria. La prisa, la masificación y la dificultad de encontrar materias primas de calidad serían algunas de las causas de la pérdida de identidad y de que las cocinas actuales se homogeneizaran progresivamente y se caracterizaran por “sabores indiscernibles, de insípida melancolía, monótonamente repetidos” (Luján, 1990: 15-16).

Sin embargo, a partir de la conciencia de pérdida de las cocinas tradicional, regional y nacional, se emprendieron auténticas operaciones de *rescate* de variedades vegetales y de razas de animales locales o regionales, así como de productos locales artesanales, de platos tradicionales, etc., en defensa de la especificidad, la tradición, la calidad o lo natural, lo conocido, lo artesanal, lo casero, lo propio y el sabor. Se trataba tanto de una reivindicación del *sabor* (en sí mismo, frente a la insipidez) como de los *sabores* (ligados a memorias más o menos concretas de lo auténtico y lo propio, frente a lo anónimo); todo ello ligado a un fenómeno más amplio y complejo que tiene que ver con la reivindicación de los patrimonios culturales, con la tradición y el interés por recuperarla, con la conciencia de una cierta invasión de una cada vez mayor homogeneidad alimentaria y la consiguiente pérdida de identidad frente a la necesidad de mantenerla y afirmarla, etc.

Estas operaciones han disfrutado, en ocasiones, de importantes ayudas económicas procedentes de diferentes organismos públicos. Asimismo, las dicotomías producto natural/producto artificial, producto del país/ producto de fuera o producto artesanal/producto industrial, pueden ser utilizadas como estrategias de mercado a pequeña o mediana escala. Un aspecto complementario de estas consideraciones refiere al interés de los productores por el logro de “Denominaciones de Origen”, “Denominaciones de Calidad”, “Indicaciones Geográficas Protegidas”, ya no sólo relativas a los grandes vinos, sino, también, a quesos, embutidos, variedades de legumbres y vegetales, frutas, carnes, pescados, etc. Se trata de una respuesta comercial, agresiva o defensiva de grandes o de pequeños productores que, amparándose en la especificidad, la tradición, la calidad, lo conocido, lo artesanal, lo casero, el sabor y lo propio, pretenden concurrir en un mercado cada vez más monopolizado por las grandes marcas industriales y las grandes cadenas de distribución. También es cierto que, constatadas estas nuevas tendencias, las

empresas de la industria alimentaria pretenden explotar estos mismos atributos atribuyéndoselos a sus productos.

Precisamente, ha sido la progresiva globalización y homogeneización alimentarias –o al menos la “conciencia” de ello–, lo que provocó una cierta nostalgia relativa a los modos de comer y a los platos que han ido desapareciendo, suscitando un interés por regresar a las fuentes de los patrimonios culinarios. La insipidez de tantos alimentos ofrecidos por la industria agroalimentaria provocaba el recuerdo más o menos mitificado o idealizado de las delicias y de las variedades de *ayer*; un ayer no necesariamente percibido de modo muy objetivo. Así, creció una conciencia relativa a la erosión que han sufrido los complejos culinarios y los complejos alimentarios animales y vegetales. De este modo, la frustración y la insatisfacción que provocaban los alimentos industriales, y los cada vez más expandidos servicios de *catering*, dio lugar a una reivindicación del placer de la mesa, el derecho a disfrutar de los sabores y de la calidad, la necesidad de mantener, al precio que fuera, los productos propios de la tierra, así como los conocimientos y las técnicas, el saber hacer que les acompañan, las variedades locales, la riqueza y la razón de ser de la tradición, la identidad que nos confieren los gustos específicos a través de los guisos particulares y al hecho de consumirlos en fechas señaladas, fechas de comunión identitaria. Así, hemos asistido a una eclosión de la gastronomía, caracterizada por una valoración inédita del fenómeno culinario. Esta eclosión valora simultáneamente el aspecto hedonista de la comida, el estético y creativo, el valor de los productos o materias primas de carácter local y tradicional, y el nexo con un territorio y una cultura determinados.

En definitiva, los procesos de homogeneización cultural, también los de homogeneización alimentaria, que acostumbran siempre a encontrar resistencias, dieron lugar a movimientos de afirmación identitaria que, en el terreno alimentario, se concretaron en la recuperación de variedades y platos propios, locales y con “sabores específicos”. Apareció, entonces, la conciencia de “tradición culinaria”, la revalorización de sabores y saberes tradicionales, las recuperaciones de productos y de platos “a punto de desaparecer” o ya desaparecidos, y la consideración de que la cocina constituye un patrimonio cultural que debe ser protegido por razones ecológicas y culturales.

Se trataba tanto de una reivindicación del *sabor* (frente a la insipidez) como de los *sabores* (ligados a memorias más o menos concretas de lo auténtico frente a lo anónimo o ajeno). Todo ello ligado a un fenómeno más amplio y complejo que tiene que ver con la reivindicación de los patrimonios culturales, con la tradición y el interés por recuperarlos, con la conciencia de una cierta invasión de homogeneidad alimentaria y la consiguiente pérdida de identidad frente a la necesidad de mantenerla y afirmarla.

En los actuales procesos de patrimonialización alimentaria, los diferentes usos ideológicos por parte de los discursos hegemónicos y por parte de las estrate-



gias económicas de los diferentes sectores implicados (por ejemplo, los turísticos) son muy importantes. En cualquier caso, como señala Espeitx (2000), decir que la valoración de la “cocina regional” y de los “productos típicos” es el resultado de una interpretación y una reconstrucción más o menos reciente, no supone decir que esta cocina y estos productos no existieran; es decir, productos bien adaptados a un medio y platos propiamente locales, caracterizados por unos ingredientes básicos, unos principios de condimentación característicos y un conjunto de procedimientos culinarios, reglas, usos, prácticas, utensilios, representaciones simbólicas y valores sociales. Lo que resulta realmente nuevo es el significado y la función que se les otorga, su papel económico y los usos ideológicos que les son atribuidos por los discursos hegemónicos, independientemente del diferente grado de interiorización por parte de las personas.

En los discursos espontáneos de la ciudadanía, pero también en el de los promotores de la restauración y del turismo, las cocinas y los productos locales son vistos como un universo tradicional en el sentido ingenuo del término; es decir, por un lado *estables*, fundados sobre una tradición inmutable por oposición a las transformaciones y a los ciclos de la economía de mercado, y por otro, *auténticos* como oposición a lo artificial de los medios urbanos. En este espacio de supuesta autenticidad, los productos y las prácticas reposarían sobre los valores de uso y la demanda de los consumidores emergería de una visión edénica de la ruralidad feliz (Atkinson, 1980; 1983; Bonnain-Moerdych, 1980; Eder, 1996). De hecho, los proyectos políticos creados para inventariar los patrimonios alimentarios y culinarios locales son un buen ejemplo del interés que despierta el mantenimiento de los particularismos locales o, llegado el caso, su restitución (Bérard-Contreras-Marchenay, 1996; Bérard y Marchenay, 2004; Espeitx, Cáceres y Massanés, 2001; Contreras, Cáceres y Espeitx, 2004; Poulain, 2002).

La importancia cada vez mayor concedida a las producciones “localizadas” corre pareja a la evolución de las sociedades industrializadas, generando una cierta sobreabundancia de espacios que “borran” el significado de los lugares. Los aspectos positivos que les son atribuidos reflejan una cierta voluntad de hacer frente a una homogeneización y globalización excesivas. Sin embargo, la autenticidad, la tradición y las raíces pueden ser ampliamente manipuladas en una época en la que el mercado y la comunicación dominan la dinámica social. El “terruño” o el paisaje son objeto de una demanda sin precedentes que da paso a numerosas y diversas estrategias de gestión ambiental, mercantiles e identitarias. Si ayer el “progreso” y el beneficio económico estuvieron ligados a la intensificación agrícola y a la homogeneización de los paisajes, hoy, la plusvalía y la calidad de vida parecen ligadas a la recuperación de lo que ayer desapareció como consecuencia de aquel progreso. Actualmente, las producciones agrícolas y alimentarias localizadas ocupan un lugar específico en el universo agro-alimentario, estimulando una diversificación de las producciones y una extensificación de las prácticas técnicas. Además, las preocu-

paciones actuales de conservación de la biodiversidad pueden encontrar, en tales producciones, vectores de mantenimiento *in situ* de organismos vivos ligados a una forma de originalidad. Asimismo, estas producciones guardan relación con la gestión del territorio, el microdesarrollo local de zonas desfavorecidas o la gestión del paisaje y su sostenibilidad (Bérard, Contreras, Marchenay, 1996).

### **Cocinas y patrimonialización en un contexto de globalización**

¿Por qué una determinada manera de alimentarse, unos productos y unas formas de prepararlos y consumirlos “locales”, se convierten en objeto de patrimonialización? Una cultura alimentaria es el resultado de un largo aprendizaje que se inicia en el momento del nacimiento y se consolida en los contextos familiar y social. Las formas de alimentarse, los productos que se consumen y la forma de cocinarlos, se relacionan con los recursos locales, con las características del clima y de los suelos, es decir, con el territorio, con las formas de producción, con la agricultura y con la ganadería; y también con las formas de aprovisionamiento y el comercio. También tiene que ver con los saberes, con los conocimientos y con las prácticas culturales que se inscriben en un contexto socioeconómico determinado. Por todo ello, la alimentación y todo lo que se relaciona con ella, ha sido percibida como un *marcador étnico*. Dicho de otro modo, la alimentación ha sido uno de los elementos que ha contribuido a “generar identidad”, mediante la constatación de la diferencia. Hoy, el concepto de identidad, de amplio uso –y abuso– se asocia a menudo con la cocina nacional o regional; se habla extensamente de su carácter identitario, se le otorga el valor de “signo de identidad”, aunque no se precise con claridad qué se dice con todo ello.

Conviene destacar que mientras que los rasgos distintivos han sido más marcados, la percepción de la diferencia servía más bien para atribuir características negativas a los “otros” (otra población, otra nación, otro grupo social); la constatación de la diferencia se convierte en un valor positivo justamente en el momento que se produce un proceso de homogeneización en el ámbito de la alimentación, y en el que esta diferencia se reduce. Por otra parte, hay que tener presente que los mismos hechos alimentarios pueden ser presentados como positivos y, por tanto, actuar como emblemas o como aspectos negativos, y así estigmatizar en función del uso que se le quiera dar a la argumentación. Una práctica cotidiana como es la alimentación, se inscribe en un marco de representaciones y de significados con la finalidad de establecer categorías entre los territorios, los agentes y los grupos sociales. Así, las diferentes formas de cocinar pueden actuar de frontera entre los grupos sociales en contacto. Por tanto, el salto que se da entre la constatación de la diversidad (Calvo, 1980: 20) y su uso ideológico, sólo es posible porque las prácticas alimentarias también forman parte de las estrategias sociales y participan del

conjunto de conflictos y de tensiones de la sociedad. No pueden, por tanto, analizarse aisladamente de esta realidad.

Como hemos apuntado ya, se reconoce fácilmente una heterogeneidad alimentaria fruto de la diversidad geoeconómica, histórica y sociocultural, y se reconocen también comportamientos alimentarios particulares como consecuencia de los procesos que se han ido articulando en una sociedad por el mero hecho de formar parte del mundo industrializado. Ahora bien, es la interacción intercultural lo que hace que las poblaciones de los diferentes lugares adquieran conciencia de sus particularidades; sólo a través de la interrelación se adquiere sentido de pertenencia e identidad. La comida es un elemento importante que sirve a los grupos sociales para tomar conciencia de su identidad y de su etnicidad –entendida como el sentimiento de formar parte de una entidad cultural distinta–, de manera que compartirla puede significar el reconocimiento y la aceptación o incorporación de estas diferencias (Macbeth, 2002; Medina, 2002). También es cierto que muchas veces estos trazos han servido para la segregación y el rechazo culturales, pues la idea que cada grupo se hace de la comestibilidad de los productos ocupa un lugar importante a nivel de los contactos culturales.

La aplicación rigurosa de las reglas alimentarias ha sido, a lo largo del tiempo, una protección contra la aculturación y la pérdida de identidad ante el contacto cultural con otros grupos; es lógico, por ejemplo, que los colectivos de inmigrantes no quieran abandonar ciertas prácticas, sino crear en la sociedad de destino los espacios adecuados para satisfacer sus peculiaridades alimentarias. Estamos ante un proceso en el que intervienen numerosos aspectos psicoculturales en el que la alimentación juega un rol diferenciador: en primer lugar, por el sentido otorgado a los productos autóctonos y, en segundo, por la codificación social y cultural que se opera entre los diferentes grupos y clases sociales a partir de la aceptación –o no– de las cocinas de los *otros*. De forma paralela, estas prácticas se convierten en parte del patrimonio de pertenencia y sirven también para la rememoración emotiva e identitaria. El reto que hoy se plantea en las áreas de encuentro multicultural, es el de favorecer la confluencia del mestizaje alimentario así como la continuidad de ciertas prácticas que, como las culinarias, contribuyen a preservar la particularidad cultural frente a la homogeneización, aún a pesar de que las presiones ejercidas por la política económica de las sociedades industrializadas apuntan inexorablemente hacia una internacionalización de *casi todo*: los trazos y los gustos culinarios, la inseguridad y el riesgo, los problemas de salud, la mercantilización del cuerpo o el uso y la conceptualización del tiempo. En realidad lo que se preserva es la propia cohesión comunitaria a través de los rituales que contribuyen a delimitarla y reproducirla y, precisamente, la comida siempre ha sido un componente indisociable de los mismos: platos para ser comidos en familia, en día de fiesta o de reunión, etc. Es cierto también que, en un contexto de foraneidad, el motivo de la reunión comunitaria puede ser para preparar y comer alguno de esos platos.

El fenómeno de patrimonialización de las cocinas nacionales o regionales –que muchas veces supone la reconstrucción, la reinención y la valoración de estas– se produce en contextos socioeconómico e histórico determinados; por tanto, es necesario situarlo en el marco en el que tiene lugar. Su contexto es el del conjunto de las transformaciones socioeconómicas contemporáneas y de sus repercusiones en los comportamientos y en las ideas relativas a la alimentación. En cualquier caso, conviene tener presente que no se trata de una situación homogénea en los diferentes países. Las diferencias en los ritmos y en la profundidad de las transformaciones varía mucho de un país a otro, o de una región a otra. En efecto, son evidentes los paralelismos en los procesos de patrimonialización de las cocinas locales en diferentes países y regiones. Una comparación de procesos podría permitirnos responder a una serie de preguntas como, por ejemplo: ¿cuáles han sido los principales agentes de la patrimonialización? ¿Cuáles han sido sus objetivos? ¿La patrimonialización de las cocinas nacionales y la patrimonialización de las cocinas regionales son diferentes momentos de un mismo proceso, o se trata de cosas diferentes que parten de situaciones diferentes y en las que intervienen otros agentes con otros condicionantes y otras motivaciones? ¿Los procesos de patrimonialización en los diferentes países comparten todas las mismas características fundamentales o existen suficientes diferencias entre ellos como para hablar de procesos diferentes? (Espeitx, 2000).

Si bien la toma de conciencia de la mundialización de la economía conduce a una necesidad de referencias universales, el papel jugado por las grandes marcas, por ejemplo, también es cierto que otra manera de encontrar referencias consiste en el descubrimiento o redescubrimiento de las culturas locales y en el hecho de compartirlas en alguna medida (Rochefort, 1995: 173). En este sentido, identidad y patrimonio son nuevos recursos de la modernidad y de usos polivalentes. En este caso ya no se trata de producciones mundiales que pierden progresivamente la huella de su lugar de origen, sino de productos que, por el contrario, lo encarnan. Se espera de ellos que evoquen un territorio, un paisaje, unas costumbres, una referencia identitaria.

### **Conclusión: las paradojas de la patrimonialización**

Curiosamente, a medida que mayor es la homogeneización alimentaria a nivel mundial, también es mayor la reivindicación patrimonial e identitaria de la cocina, desde los niveles locales a los nacionales, independientemente de cómo se concreten estos últimos. Como reacción a la estandarización, se ha reivindicado el mantenimiento o la recuperación de tradiciones culinarias, de viejas recetas y de productos de los propios paisajes que se habían perdido, y a los que ahora se les atribuye una mucho mayor calidad gustativa, así como una mayor garantía para la salud, considerándolos “propios”, ligados a sus paisajes, a los calendarios festivos o rituales, código propio

de gustos y preferencias y, en definitiva, a la manera particular de identificar los alimentos y de identificarse a través de ellos. Se ha desarrollado, pues, una conciencia de tradición culinaria, se reivindica un calendario festivo propio con sus correlatos gastronómicos, se revalorizan los sabores y las calidades de los platos tradicionales –sin excluir la capacidad para “innovarlos” o “adaptarlos” – y se evidencia, en cualquier caso, el interés por evitar la desaparición de las cocinas más o menos “localizadas” que son consideradas como visibles expresiones identitarias.

Los procesos de patrimonialización tienen algo de paradójico, pues surgiendo de un cierto rechazo de los procesos de uniformización cultural, derivados de la lógica propia de la economía de mercado, parecen haber sido rápidamente asimilados y más o menos estereotipados dentro de esa misma lógica económica. Los valores del pasado, la diferencia, la calidad, el lugar y la exposición, se conjugan para favorecer la visibilización de los bienes patrimoniales alimentarios en el mercado de consumo. Así, por ejemplo, muchas tradiciones –las gastronómicas incluidas– han sido consideradas y revalorizadas como recursos culturales o económicos en forma de espectáculos para el turismo, nacional o internacional, en forma de libros cuidadosamente editados e ilustrados, de restaurantes típicos, de talleres de artesanía y de animación cultural, de comercios especializados en el suministro de materiales, de cadenas de distribución de productos artesanales tradicionales. Podría decirse, entonces, que lo tradicional “se ha puesto de moda” y que, en esta misma medida, la tradición constituye un valor de la modernidad, un valor añadido desde el punto de vista económico, ya que anima la demanda y aumenta el precio. Lo típico, lo tradicional y lo rural, resultan ahora globalmente idealizados y subsumidos en la lógica de la economía de mercado para consumidores urbanos.

Asimismo, en la medida en que la tradición ha sido considerada patrimonio cultural, su recuperación y mantenimiento han sido subvencionados económicamente por diferentes instancias de las administraciones públicas. En cualquier caso, parece que la tradición y el patrimonio cultural, en cualesquiera de sus múltiples formas, constituyen una actividad cada vez más propia de un fenómeno absolutamente moderno: el ocio. Con la generalización y la valorización del “tiempo de ocio”, las manifestaciones culturales de carácter local no responden ya tanto a los actores locales, la gente que, globalmente vive y trabaja en un lugar y de acuerdo con un modo de vida particular, sino a profesionales más o menos especializados y directa o indirectamente relacionados con las actividades económicas.

De esta manera, se ha desarrollado un nuevo mercado: el de los particularismos alimentarios de carácter local, que deben ser preservados porque constituyen un patrimonio cultural. Resulta muy ilustrativo el movimiento *slow food*, nacido en Turín en 1990 y cuya misión consiste en aflorar los productos de calidad, y en magnificar los terruños, las habilidades y los conocimientos tradicionales. Más o menos de repente asistimos a una vuelta de la diversidad, y los productos de la tierra o productos tradicionales adquieren un prestigio notable (Pitte, 2005). Precisamente,

a través del mercado se desencadena (González Turmo, 2005) uno de los mecanismos más claros de patrimonialización de la alimentación y de la cocina con participación e interés de actores muy diversos, desde las empresas agro-alimentarias y de la restauración turística, hasta las administraciones públicas, pasando por consejos de certificación, homologación, acreditación, etc.

De este modo, los bienes patrimonializados sufren una descontextualización progresiva de las maneras de vivir particulares dentro de las cuales tuvieron su origen y adquirieron su particular significación. Hoy, la mayoría de los objetos patrimonializados que tenemos ocasión de observar están poco o nada integrados en un sitio o a un modo de vivir particulares. En este proceso, unas manifestaciones han desaparecido sin que nadie las reivindique, y otras –sobre todo aquellas que tienen una mayor dimensión estética o de espectáculo– han tenido tal éxito que, incluso, pueden ser imitadas en numerosos lugares. Hoy, la tradición se descontextualiza, se desglosa o se fragmenta cada vez más en especialidades diferentes y concretas, y es mantenida o recuperada no tanto por individuos pertenecientes a una sociedad o una cultura particulares, sino por otros agentes muy diversos, tales como asociaciones, corporaciones, administraciones públicas, empresarios turísticos, etc.

El simple hecho de “patrimonializar”, convierte al objeto de esta en algo diferente de lo que era anteriormente. Se puede mantener el aspecto formal –no siempre ni en la misma medida–, pero la función y sus significados son otros.<sup>1</sup> En cualquier caso, en la patrimonialización de productos locales opera un cierto deslizamiento de estatus, convirtiendo los productos propios de una cultura local en productos reconocidos por la ciudad (Lenclud, 1987; 118); inmaterial, fluctuante y maleable, esta patrimonialización resulta de difícil gestión para los interesados, sobre todo cuando descansa en elementos de la cultura local que tienen una importante fuerza evocadora.

Algunas recuperaciones son ilustrativas de estas paradojas. Veamos tres ejemplos catalanes: el de un queso, un embutido y un plato. El *tupí*, un queso de fermentación, estaba ligado a la utilización de restos de queso en una economía autárquica en la que tenía un estatus de alimento de necesidad. Llamado a desaparecer a finales de los años sesenta, hoy es un producto valorizado y vendido a un alto precio. Su producción pasó de ser doméstica y basada en la actividad femenina, a estar en manos de los neorurales de procedencia urbana que aprendieron a elaborarlo de las mismas personas que abandonaban la producción. El *tupí* es un producto emblemático, estrechamente ligado al desarrollo del turismo (Bertran, 1996).

---

<sup>1</sup> No se puede hablar de un único significado, pues el hecho de que la patrimonialización dé un determinado sentido al objeto –integrado en un discurso dominante–, no quiere decir que no pueda adquirir otros significados y funciones paralelas, y que estos no se puedan transformar en el transcurso del tiempo.

La *girella* había estado a punto de desaparecer y ahora se está recuperando. La elaboración de este producto era muy laboriosa, pues para la matanza, se tiraban las vísceras del cordero que se empleaban para elaborar la *girella*. Hoy, su elaboración se hace comprando las vísceras ya limpias y añadiéndoles mayor cantidad de arroz y de pan que antes, y es preparada por las carnicerías que es donde más se ha promocionado el producto (Espeitx, Cáceres, Massanés, 2001).

El *trinxat* es un plato que aprovechaba las sobras de verdura de la cena del día anterior para el desayuno. Actualmente, se recupera en los restaurantes como un entrante de la comida, al mismo tiempo que se suaviza el gusto mediante la incorporación de aceite de oliva en vez de la manteca de cerdo, y aumentando la calidad del tocino que lo acompaña. A nivel local, sigue habiendo una tradición de consumo, pero no la disposición para la elaboración doméstica, estoló que estimula la producción en las carnicerías y en los restaurantes. Hay que añadir también el interés creciente por parte de los visitantes por los productos típicos locales. No conocen el producto, pero tienen interés en probar lo “típico” del lugar y están dispuestos a comprarlo para llevarlo como recuerdo *souvenir*.

Hasta cierto punto, como señala Aubaile-Sallenave (2005), las recetas están como “desencarnadas”, desgajadas de las culturas de origen al haberse perdido los nexos con los momentos fuertes de la vida social local. En efecto, muchos bienes patrimonializados sufren una descontextualización progresiva de los modos de vida particulares dentro de los cuales tuvieron su origen y adquirieron su particular significado. Hoy, la mayoría de los objetos patrimonializados están poco o nada integrados en un lugar o a un modo de vida particulares. En este proceso, unas manifestaciones han desaparecido sin que nadie las reivindique; y otras –sobre todo aquellas que tienen una mayor dimensión estética o espectacular– han tenido tal éxito que, incluso, pueden ser imitadas en numerosos lugares.

En definitiva, la patrimonialización de bienes alimentarios, locales y tradicionales, está muy ligada, por un lado, al fenómeno del turismo y, por otro, al desarrollo de la restauración. En efecto, las gastronomías locales forman parte cada vez más de los recursos susceptibles de ser explotados por parte de la oferta turística que pretende atraer un máximo de turistas. Sin embargo, turismo y restauración no sólo contribuyen a la valoración de las cocinas tradicionales y su consiguiente recuperación, sino también a su transformación y redefinición bajo parámetros muy diversos, incluso a veces, casi contradictorios. Los restaurantes ofrecen platos y productos que responden a su propia concepción de lo que consideran es tradicional de la zona. Los clientes, por su parte, piden y esperan encontrar lo que consideran representativo, típico o tradicional, independientemente de su grado de conocimiento de la zona y de la adecuación del mismo que puedan tener. En cualquier caso, está claro que, por parte los restauradores y por parte de los clientes “turistas”, se producen elaboraciones previas de lo que consideran representativo y tradicional, y que sus influencias recíprocas contribuyen a reproducir. Este proceso

da lugar a una primera tarea de selección (y en esa misma medida, de reducción y simplificación) de aquellos platos y productos considerados representativos, y a otra posterior, de idealización, reproducción y generalización. En cualquier caso, como no siempre la idealización es razón suficiente para que un producto o un plato resulte de gusto agradable, los platos previamente idealizados y seleccionados pueden ir acompañados de una cierta adaptación o adecuación a los gustos actuales o a las exigencias fijadas por los códigos –de grados de elaboración y de precio– de la restauración profesional. Es decir, se ofrecen a menudo los productos tradicionales del lugar, pero preparados de formas diferentes. En definitiva, los productos recuperados aparecen como híbridos que recuerdan más o menos los originales. Se trata, como ya señalaron Brombergery Chevallier (1999: 15-16) de reproducciones presentadas como tradicionales y como signo de la continuidad de los lugares, de las cosas, de los saberes, de los procedimientos y de las personas.

## Referencias bibliográficas

- Ariès, Paul. (1997). *Les fils de McDo, la McDonalysation du monde*. L'Harmattan, París.
- Atkinson, Paul. (1980). "The symbolic significance of health foods". En: Turner, M.R. (ed.), *Nutrition and lifestyles*. Londres, Applied Science Publish.
- Atkinson, Paul. (1983). "Eating virtue". En: Murcott, Anne. (ed.), *The sociology of food and eating. Essays on the sociological significance of food*. Hants, Gower Publishing. pp. 9-17.
- Aubaile-Sallenave, Françoise. (2005). "Dialéctica entre unidad y diversidad del sistema agroalimentario de los países mediterráneos". En: Contreras, Jesús.; Riera, Antoni. y Medina, Xavier. (coord.), *Sabores del Mediterráneo. Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*, Institut Europeu de la Mediterrània, pp. 24-43.
- Bérard, Laurence.; Contreras, Jesús. y Marchenay, Philippe. (1996). "Presentación" de "Los productos de la tierra en la Europa del Sur". En: *Agricultura y sociedad*, N.º 80-81, pp. 13-27.
- Bérard, Laurence. y Marchenay, Philippe. (2004). *Les produits du terroir. Ente cultures et régle-ments*, Paris: cnrs Editions, pp 229.
- Bertran, C. (1996). "Las producciones locales: entre la protección y la normalización (el caso del tupí)" En: Bérard, Laurence; Contreras, Jesús.; y Marchenay, Philippe. (coord.), En: *Agricultura y sociedad*, N.º 80-81, pp. 257-258
- Bonnain-Moerdyck, Rolande. (1980). "Sur la cuisine traditionnelle comme culte culinaire du passé". En: *Ethnologie Française*, vol.10, N.º 3, pp..
- Bourdieu, Pierre. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid.
- Bromberger, Christian. y Chevallier, Denis. (eds.) (1999). *Carrières d'objets*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme, París.
- Calvo, Etude. (1980). "De la contribution actuelle des Sciences Sociales à la connaissance de l'alimentation". En: *Ethnologie Française*, vol. 10, N.º 3.
- Capatti, Alberto. (1989). *Le goût du nouveau. Origines de la modernité alimentaire*. Albin Michel, París.
- Capatti, Alberto. (2005). "Identidad culinaria y transposición de modelos alimentarios en el área mediterránea". En: Contreras, Javier.; Medina, Xavier. y Riera, Antoni. (eds.), *Sabores del Me-*



- ditérráneo. Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*, Institut Europeu de la Mediterrània, pp. 174-181.
- Cazes-Valette, Geneviève. (1997). “La vache folle”. En: *Cultures, nourriture*, Maison des Cultures du Monde, Internationale de l’imaginaire n° 7, Babel Actes Sud, París, pp. 205-233.
- Contreras, Jesús (2002). “Los aspectos culturales en el consumo de carne”. En: Gracia, Mabel. (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*. Ariel, Barcelona.
- Contreras, Jesús y Gracia, Mabel. (2005). *Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas*. Ariel, Barcelona.
- Contreras, Jesús; Medina, Xavier y Riera, Antoni. (eds.) (2005). *Los sabores del Mediterráneo*. Institut Europeu de la Mediterrània, Barcelona.
- Contreras, Jesús; Cáceres, Juanjo; Espeitx, Elena. (2004). *Els producters de la terra*. Generalitat de Catalunya. Departament d’Agricultura, Ramaderia i Pesca, Barcelona.
- Contreras, Jesús y Ribas, Joan. (2015). “Sobre la construcción social del patrimoni alimentari”. En: *Revista d’Etnologia de Catalunya*, N.º 39, pp. 84-94.
- Eder, Klaus. (1996). *The Social Construction of Nature*. Sage Publications, Londres.
- Espeitx, Elena. (2000). “La patrimonialització de la cuina regional”. En: *Estudis d’Història Agrària*, N.º 13, pp. 157-179.
- Espeitx, Elena; Cáceres, Juanjo; y Massanes, Toni. (2001). *Com a la llosa res. Les transformacions alimentàries al Pallars Sobirà i l’Alt Urgell*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- Delfosse, C. (1989). “La Picardie à la recherche de sa cuisine régionale”. En: Peltre, Jean y Thouvenot, Claude. (eds.), *Alimentation et Régions*. Presses Universitaires de Nancy, Nancy, pp. 423-438.
- Fischler, Claude (1985). “Alimentation, cuisine et dîentité: l’identification des aliments et l’identité du mangeur”. En: *Recherches et travaux de l’Institut d’Ethnologie*, N.º 6: 171-192.
- Fischler, Claude (1990). *L’Homnivore: le goût, la cuisine et le corps*. Odile Jacob, París.
- French, Hilary. (2000). *Vanishing Borders: Protecting the Planet in the Age of Globalization*. Routledge, Londres.
- Gómez, F. (1992). “Gastro-anomie: apparence ou réalité? ”. En: *Cahiers internatinaux de psychologie sociale*, N.º 13.
- González Turmo, Isabel. (2005). “Algunas notas para el análisis de las cocinas mediterráneas”. En: Contreras, Jesús; Medina, Xavier y Riera, Antoni. (eds.) (2005). *Los sabores del Mediterráneo*. Institut Europeu de la Mediterrània, Barcelona.
- Grignon, Claude. Y Grignon, Christiane. (1980). *Consommations alimentaires et styles de vie: contributions à l’étude du goût populaire*. I.N.R.A, París.
- Goody, Jack (1989). *Cocina, cuisine y clase*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- Gruhier, Fabien. (1989). “Les productions de l’agro-alimentaire ont-elles bon goût?”. En: *Autrement*, N.º 108.
- Herpin, Nicolas. (1980). “Comportaments alimentaires et contraintes sur l’emploi de temps”. En: *Revue Française de Sociologie*, vol 21 N.º 4, pp. 599-628.
- Herpin, Nicolas. (1984). “Panier et Budget: l’alimentation des ouvriers urbains”. En: *Revue Française de Sociologie*, vol. 25, N.º 1, pp. 20-48.
- Jégou, F. (1991). “Nourritures artificielles. Le rôle du design dans l’avenir de l’industrie alimentaire”. En: *Programme Aliment Demain*. Ministère de l’Agriculture DGAL-Dâlt, París.

- Lambert, Jean-Louis. (1996). "Les mangeurs face aux nouvelles technologies alimentaires; conséquences pour les industries alimentaires". En: *La conservation de demain*. Actas de coloquio. Burdeos.
- Lambert, Jean-Louis. (1997). "Quelques déterminants socioculturels des consommations de viandes en Europe. La « vache folle » va-t-elle renforcer la tédance à la sarcophage et au néovégétarisme ?". En: *Revue du Droit Rural*, N.º 252, pp. 240-243.
- Lenclud, Gérard. (1987). "La tradition n'est plus cequ'elle était". En: *Terrain*, N.º 9, pp. 110-123.
- Luján, Nestor. (1990). "Pròleg". En: Vazquez Montalban, Manuel, *L'art de menjar a Catalunya. Crònica de la resistència dels senyals d'identitat gastronòmica catalana*, Edicions 62, Barcelona, pp. 11-18.
- Macbeth, Helen. (2002). "La comida como método para medir la unidad o la división de la población: el Valle de la Cerdaña". En: Gracia, Mabel (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*. Ariel, Barcelona.
- Malassis, Louis. (1975). *Groupes, complexes et combinats agro-industriels*. ISMEA, París.
- Martí-Henneberg, Carles (1988). "Today's nutritional intake in a population of the Spanish Mediterranean area". En: Moyal, M.F (editor), *Proceedings of the Xth International Congress of Dietetics*. John Libbery Eurotext, París.
- Martínez Álvarez, Jesús Román. (2003). "La evolución de los hábitos alimentarios en España: las nuevas tendencias, los nuevos alimentos y su relación con la salud". En: *Nuevos Alimentos para nuevas necesidades*. Instituto de Salud Pública, Madrid.
- Medina, Francisco Xavier. (2002). "Alimentación, etnicidad y migración. Ser vasco y comer vasco en Cataluña". En: Gracia, Mabel. (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*. Ariel, Barcelona.
- Millán, Amado. (2002). "Malo para comer, bueno para pensar. Crisis en la cadena socioalimentaria". En: Gracia, Mabel. (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*. Ariel, Barcelona.
- Mignolo, Walter (1998). *The cultures of globalization*. Duke University Press, Durham.
- Pinard, Jacques. (1988). *Les industries alimentaires dans le monde*. Masson, París.
- Pitte, Jean Robert. (2005). "Las transformaciones de la agricultura, del paisaje y de la alimentación del Mediterráneo: del Renacimiento a la actualidad". En: Contreras, Jesús.; Riera, Antoni. y Medina, Xavier. (coord.), *Sabores del Mediterráneo. Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*, Institut Europeu de la Mediterrània.
- Poulain, Jean Pierre. (2002). *Sociologies de l'alimentation*. P.U.F, París.
- Poulain, Jean Pierre. (2007). "Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas." En: Tresserras, Jordi. y Medina, Francisco Xavier. (eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo*. Ibertur, Barcelona, pp. 39-72.
- Reiter, Ester. (1996). *Making fast food. From the fryin pan into the fryer*. McGill-Queen's University Press, Montreal.
- Ritzer, George. (1992). *The McDonalization of Society*. Pine Forge Press, Londres.
- Rochefort, Robert. (1995). *La société des consommateurs*. O. Jacob, París.
- Sylvander, Bertil. y Melet, Irène. (1994). *La qualité spécifique en agroalimentaire: marchés, institutions et acteurs*. Institut Nationale de la Recherche Agronomique, Toulouse.